

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi dewasa ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dan tidak bisa dihindari. Salah satu bentuk dari perkembangan teknologi ini adalah internet yang memiliki banyak pengguna di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh HootSuite (2021) jumlah pengguna internet di Indonesia di tahun 2021 sudah menyentuh angka 202,6 juta jiwa yang mana telah meningkat 15,5% atau 27 juta jiwa dibandingkan dengan Januari 2020. Dalam laporan analisa data yang sama pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu rata rata 8 jam 52 menit dalam sehari. Hal ini menunjukkan bahwa internet merupakan sesuatu yang essential digunakan dalam sehari – hari.

Penggunaan internet sebagai alat komunikasi dapat dilihat dalam media sosial yang bagi kebanyakan orang hampir tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari - hari. Media sosial adalah bagian dari internet yang dapat menghubungkan orang – orang dari berbagai belahan dunia. Flew (2014) menyatakan bahwa media sosial merupakan *platform* di internet yang lebih partisipatif dan kolaboratif. Yang mana dalam penggunaan media sosial menimbulkan suatu budaya baru yang dilakukan oleh para pengguna sosial media yaitu budaya *sharing content* (Nasrullah, 2016). Konten yang dibagikan ini dapat berupa video, foto, teks, audio, dsb yang didistribusikan dalam *platform* media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, Youtube dsb. Hal

ini menunjukkan konten merupakan hal yang signifikan untuk dibagikan di dalam media sosial.

Konten di platform media terus mengalami perubahan tren dalam perkembangannya. Dimulai dari tren *video sharing* di Youtube, kemudian berlanjut dan berkembang menuju tren *video stories* yang dikembangkan oleh Snapchat yang kemudian diikuti oleh Instagram, Facebook dan Whastapp (Agustina, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa video merupakan media yang lebih menarik dan diminati di media sosial.

Video sebagai salah satu bentuk media yang menggabungkan antara visual serta audio tentunya memiliki daya tarik lebih. Seperti yang dikemukakan oleh *Vice President* dari Facebook Nichola Mendelsohn dalam *the Fortune Most Powerful Women International Summit 2016*. Ia menyatakan bahwa tren video telah mengalami pertumbuhan yang eksposional di mana penonton video di platform Facebook yang berkembang dari 1 miliar penonton dalam sehari menjadi 8 miliar penonton sehari dalam jangka waktu satu tahun (Rogers, 2016). Melihat banyaknya ketertarikan terhadap konten video membuat video menjadi sesuatu yang tidak bisa dilepaskan dari media sosial.

Perkembangan tren serta teknologi dalam media sosial tidak berhenti hanya di *video stories* saja, tetapi terus menerus mengalami perubahan dan perkembangan. Dewasa ini tren yang sedang berkembang di masyarakat luas adalah *Video Live Streaming*. Menurut Apostopoulos *et al* (2002) *Video Streaming* merupakan dampak dari munculnya teknologi jaringan nirkabel dengan bandwidth yang tinggi yang memungkinkan untuk mengkompresi

ukuran file audio dan video agar lebih mudah ditransfer secara terus menerus lewat jaringan internet dalam waktu *real time* pada jaringan yang berbeda. Sehingga *video live streaming* bisa menjadi salah satu alternatif bagi pengguna sosial media untuk berinteraksi.

Perkembangan *live streaming* terus mengalami peningkatan bukan hanya dalam segi pengguna namun juga peningkatan yang istimewa dalam kontribusinya terhadap ekonomi. Berdasarkan laporan data Live Streaming Market 2021 Global Industry research (2021) menunjukkan bahwa ukuran pasar live streaming berada di USD 50,11 miliar pada tahun 2020 dan diprediksi akan terus bertumbuh pada *compound annual growth rate (CAGR)* sebesar 21% pada tahun 2021 sampai 2028 secara global. Ditambah lagi dengan platform *live streaming* yang kian banyak sebut saja Twitch, Youtube Live, Instagram Live, Facebook Live, Nimo TV, dan masih banyak lainnya.

Pasar *live streaming* yang terus menerus mengalami peningkatan, mulai menarik lebih banyak orang lagi untuk menggunakan platform *live streaming* baik sebagai konten kreator maupun sebagai penonton. Para konten kreator semakin aktif untuk melakukan *live streaming*, hal dikarenakan fenomena ini mulai memberikan penghasilan yang signifikan dan telah berhasil menggeser perilaku konsumsi media dari organisasi komersial besar ke konten yang dibuat oleh individu (sjöblom *et al*, 2019). Hal ini membuat banyak orang tertarik untuk mengubah pekerjaannya menjadi *live streamer*.

Kategori konten dalam *live streaming* yang banyak diminati saat ini adalah konten *gaming*. Didukung dengan meningkatnya industri *gaming* di

seluruh dunia termasuk di Indonesia. Direktur Industri Kreatif, Film, Televisi dan Animasi Kemenparekraf, Syaifullah dalam sesi webinar Potensi Besar Industri Gaming Indonesia pada Selasa, 30 Juni 2020 menyatakan bahwa pada tahun 2017 industri gaming di Indonesia telah berkontribusi 1,93% atau sebesar Rp 19.115,1 Milliar terhadap produk domestik bruto sektor ekonomi kreatif Indonesia serta industri ini telah menyerap 44.733 tenaga kerja pada tahun yang sama (Sofia, 2020). Melihat adanya peningkatan dalam industri *gaming* membuat bidang ini menjadi diminati oleh banyak orang.

Industri gaming yang meningkat tentu dibarengi dengan jumlah penonton yang juga terus mengalami peningkatan. Seperti data yang diolah pada tahun 2020 oleh *Super Data Report* dituliskan bahwa jumlah penonton konten *gaming* meningkat 18% di tahun 2020 menjadi 1,2 milyar penonton konten *gaming* (Amalia,2021). Dengan demikian konten mengenai *gaming* di *live streaming* kian menjamur.

Sebagai sambungan dari maraknya *live streaming* di internet, maka terciptalah platform – platform baru sebagai pelengkap *live streaming* seperti fitur memberikan dukungan. Sebut saja Sociabuzz dengan Sociabuzz Tribe, Saweria.co, Nyawer.co, Streamlabs, dll yang merupakan platform yang menyediakan wadah dukungan finansial secara langsung dari fans atau penikmat karya dari si pembuat konten.

Rade Tampubolon CEO sekaligus *Co – Founder* dari Sociabuzz menyatakan bahwa sebagai *marketplace* talent dan jasa kreatif Sociabuzz menciptakan fitur SociaBuzz Tribe agar 39.000 talent dan konten kreator yang

tergabung di dalamnya dapat mendapatkan dukungan finansial secara langsung dari fans serta penikmat karyanya. Maka dari itu banyak konten kreator yang berlomba – lomba memanfaatkan platform ini untuk mendapatkan penghasilan.

Pemberian dukungan ini bisa dijadikan sebagai pekerjaan yang menghasilkan bagi para konten kreator yang dapat menghasilkan konten via *live streaming*. Seperti halnya di negara Cina , *Live Streaming* telah menjadi sumber pemasukan bagi banyak orang, bahkan industri tersebut memiliki nilai sebesar 3 miliar dollar Amerika di tahun 2018 dan terus bertambah sebesar 180% tahun demi tahun (Wohn, Freeman dan McLaughlin, 2018) . Ini merupakan sebuah sumber pemasukan baru yang menarik untuk diteliti.

Seorang konten kreator yang membuat konten di *live streaming* bisa disebut sebagai *live streamer*. Pemberian dukungan finansial kepada *live streamer* telah menjadi sebuah fenomena yang unik yang bisa mempengaruhi interaksi antara *live streamer* dan penonton. Yu *et al* (2018) menyatakan bahwa permintaan untuk bersosialisasi merupakan salah satu faktor yang mendukung pemberian dukungan finansial dan menjadikannya komoditas interaksi sosial bagi penonton *live streaming*. Ini menjadikan bahwa pemberian dukungan finansial merupakan sesuatu yang dijadikan komoditas di dalam dunia per- *live streaming*- an.

Adanya media baru untuk memberikan dukungan finansial membuat adanya fenomena baru dimana banyak orang memberikan uang kepada para *live streamer* saat melakukan *live streaming* . Salah satu konten kreator yang

sedang viral baru – baru ini adalah Reza Arap yang diberikan uang sebesar 1 Millyar Rupiah lewat Sociabuzz Tribe oleh fansnya dalam *live streaming* di kanal Youtube miliknya saat bermain game RagnarokX. Selain Reza Arap banyak *live streamer* lainnya yang juga mendapatkan dukungan finansial dalam jumlah yang tidak sedikit. Melihat fenomena yang baru ini membuat penulis ingin meneliti “Bagaimana pembentukan *trust* antara donatur dan *live streamer e-Sport* melalui SociaBuzz Tribe?”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan beberapa uraian yang telah dipaparkan pada bagian latar belakang, peneliti berhasil mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dikaji lebih mendalam pada penulisan ini. Media *live streaming* merupakan fenomena baru yang telah menciptakan sebuah wadah penghasilan bagi para pembuat konten pada ruang lingkup terkait. Walaupun demikian, terdapat penjelasan yang kurang mendalam mengenai pembangunan *trust* oleh donatur terhadap *live streamer e-Sport* melalui SociaBuzz Tribe . Hal tersebut mengacu kepada hal yang menyebabkan donatur percaya kepada *live streamer*.

Selain melihat permasalahan dari aspek *trust* yang diberikan oleh donatur terhadap *live streamer*, terdapat aspek permasalahan terkait jumlah pemberian uang untuk mendukung *live streamer* terkait. Pada dasarnya, terdapat hubungan yang cukup erat antara menonton dan dukungan berupa uang terhadap *live streamer* (Wohn dan Freeman, 2020). Namun, belum terdapat penjelasan mendasar mengenai alasan pemberian uang, terutama dengan jumlah

yang sangat besar, terhadap *live streamer e-Sport* yang melakukan konten *live streaming*.

1.3 Rumusan Masalah

Dari latar belakang dan identifikasi masalah di atas, peneliti telah menentukan rumusan masalah yaitu “Bagaimana pembentukan *trust* antara donatur dan *live streamer e-Sport* melalui SociaBuzz Tribe?”.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan cara donatur dan *live streamer e-Sport* membangun kepercayaan melalui platform Sociabuzz Tribe.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perkembangan ilmu komunikasi khususnya di konsep *trust*.

2. Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada masyarakat mengenai fenomena memberikan donasi kepada *live streamer e-Sport*.

3. Teoritis

Penelitian ini memberikan pemahaman tentang konsep *trust* serta dapat dijadikan pedoman bagi penelitian – penelitian berikutnya dengan topik yang relevan.

1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian ini menggunakan sistematika dari penelitian yang ditetapkan oleh Jurusan Ilmu Komunikasi yang berada dalam Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pelita Harapan. Sistematika penulisan berguna untuk melihat gambaran secara umum mengenai penelitian. Penelitian ini terdiri dari 6 bab yang akan peneliti jabarkan secara ringkas sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I Pendahuluan akan berisikan mengenai latar belakang peneliti meneliti topik ini. Kemudian dilanjutkan dengan identifikasi masalah dari topik yang diangkat. Peneliti juga akan menjabarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN

Bab dua akan menjelaskan tentang subjek dan objek yang dikaji dalam penelitian. Dalam hal ini objek yang akan diteliti adalah platform Sociabuzz Tribe.

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

Bab tiga berisi landasan teori dan konsep yang berhubungan dengan penelitian antara lain komunikasi sebagai dasar dari penelitian, komunikasi massa, *new media*, *live streaming*, *e-Sport*, konsep kepercayaan dan teori pertukaran sosial

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

Bab IV akan berisikan bagaimana objek dikaji dan dianalisa, serta metode apa yang digunakan. Dalam penelitian kali ini peneliti akan menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab lima akan menjabarkan hasil penelitian yang diperoleh selama proses penelitian dilaksanakan serta akan menjabarkan hasil pembahasan dari hasil penelitian yang masih mentah tadi. Pembahasan ini akan menjawab rumusan masalah yang sudah dijabarkan sebelumnya dengan menggunakan konsep di Tinjauan Pustaka.

BAB VI SIMPULAN DAN SARAN

Bab VI akan terdiri atas dua bagian yaitu simpulan dan saran. Simpulan adalah jawaban – jawaban dari rumusan masalah yang ditulis berdasarkan analisa dan pembahasan. Saran berisikan pendapat atau masukan untuk penelitian selanjutnya, pemerintah Indonesia, serta *live streamer* terkait.

