

STUDI KASUS KONTEKS KOMUNIKASI *LIVE GAMERS* PADA *FACEBOOK GAMING*

Freddy Yakob

Program Studi Penyiaran, Jurusan Penerbitan, Politeknik Negeri Media Kreatif
Korespondensi: Jalan Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan
Surel: freddy@polimedia.ac.id

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 21/11/19

Direvisi: 20/01/20

Dipublikasikan: 31/01/20

e-ISSN: 2721-0995

Kata Kunci:

Live Streaming
Internet
Media Sosial
Komunikasi Interaktif

Keywords:

Live Streaming
Internet
Social Media
Interactive Communication

ABSTRAK

Studi Kasus Konteks Komunikasi *Live Gamers* pada *Facebook Gaming*.

Artikel ini membahas perkembangan teknologi informasi yang kini telah memasuki banyak hal dalam kehidupan, yakni adanya akses internet. Kehadiran internet kini tidak hanya menjadikan saluran untuk berkomunikasi antardua orang, tetapi juga dapat melakukan dengan banyak orang. Salah satu pemanfaatannya, yakni dengan melakukan siaran langsung yang dapat ditonton oleh siapa pun di dunia maya. Facebook menjadi salah satu media sosial yang mengakomodasi hal demikian. Melalui fitur *Facebook Gaming*, setiap orang kini dapat melakukan siaran langsung saat memainkan sebuah *games*. Data menunjukkan pada Juli 2019, Indonesia merupakan negara terbesar kedua yang menonton permainan langsung secara daring. Dengan menggunakan metode kualitatif dan deskriptif, tulisan ini memaparkan suatu kasus komunikasi yang dilakukan oleh pelaku *Live Gamers* dengan penontonnya. Hasilnya, diketahui bahwa pelaku *Live Gamers* ini tidak hanya berkomunikasi dengan massa, tetapi juga dilakukan dengan konteks antarpribadi. Adanya fitur interaktif tersebut memberikan ruang antara penerima dan pemberi pesan untuk semakin sering berkomunikasi tidak hanya membahas permainan.

ABSTRACT

Context case Study of Live communication Gamers on Facebook Gaming.

This article discussed the development of technology information which has incorporated the most things in life, Internet technology is one of them. The Internet is recognized not only as channel for one-to-one communication, but also as one-to-many communication. Other than that, because of Internet technology, one can broadcast anything for everyone to watch. Facebook is one of the platform which become most popular social media who can broadcast videos by using feature "Facebook Gaming" that will allow anyone to broadcast themselves while playing games. According to data showed in July 2019, Indonesia was the second largest country in watching live broadcast gamers online. Using qualitative approach and descriptive method, this article described about communication context carried out by these live gamers to their audience. Result showed live gamers not only doing mass communication, but also doing interpersonal communication context in which gave space between communicator and communicant that they are discussed things more than just about the games.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi tidak hanya melakukan penetrasi dalam kegiatan komunikasi sehari-hari. Kini dengan menggunakan teknologi informasi yang berbasis digital, semua lini kehidupan mulai mendapatkan dampak dari teknologi ini. Hal ini terlihat bahwa tidak hanya telepon genggam yang mendapat julukan pintar atau "smartphone", tetapi juga terjadi pada mobil menjadi Smart Car, televisi menjadi Smart TV, kulkas menjadi Smart Fridge, dan bahkan lampu menjadi Smart Lamp.

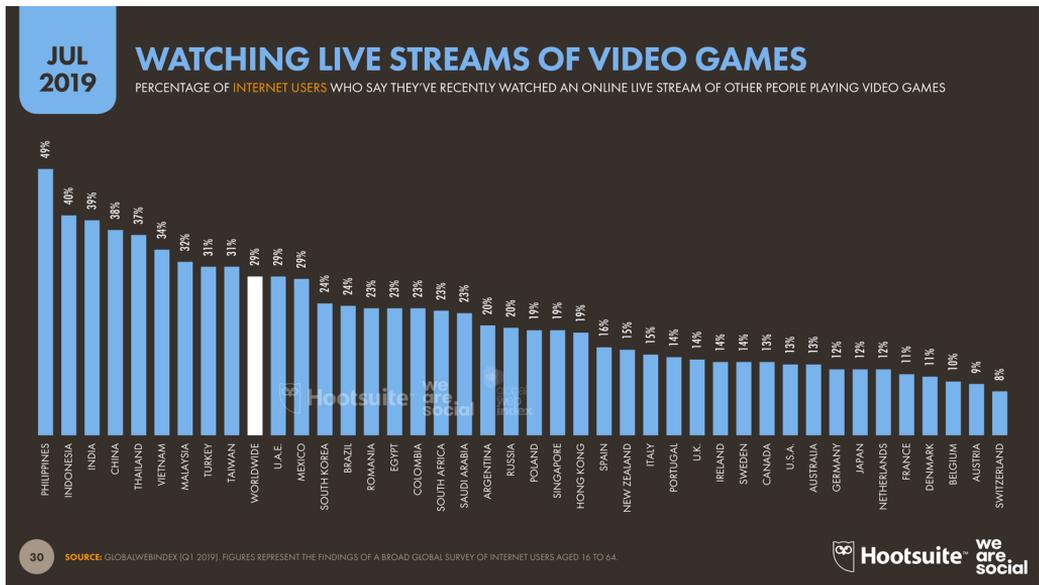
Penetrasi yang saat ini sangat terasa yakni adanya perilaku untuk siaran langsung di dunia maya. Sebelum internet hadir, hanya beberapa pihak saja yang dapat melakukan siaran. Selain akses jaringan yang harus mendapatkan izin dari pemerintah, alat-alat yang digunakan mahal, dan juga memerlukan sumber daya manusia tidak sedikit, mendeskripsikan bahwa membuat siaran itu tidaklah mudah. Saat ini hanya dengan menggunakan *smartphone* dan terdaftar di media sosial, siapa pun dapat melakukan siaran langsung.



Sumber: Hootsuite dan We Are Social Q3 (2019: 7)

Gambar 1. Penetrasi Pengguna Internet di Dunia per Juli 2019

Media sosial telah membuka kanal baru bagi setiap orang dalam menyampaikan pendapat dan berbagi banyak hal kepada publiknya di dunia maya. Facebook menjadi salah satu media sosial yang bertahan lebih dari satu dasawarsa. Dibuat oleh Mark Zuckerberg tahun 2003, dan dipublikasikan tahun 2004 ini telah melakukan banyak transformasi dalam layanan media sosialnya. Tahun 2010 didapati bahwa Indonesia turut menyumbangkan angka pendaftar terbanyak kedua di dunia setelah Amerika Serikat dengan jumlah 24 juta pengguna. Kini Facebook tidak hanya menjadi media sosial untuk melakukan hubungan pertemanan, tapi juga untuk membentuk komunitas, salah satunya dengan menciptakan *Facebook Gaming* pada tahun 2018.



Sumber: Hootsuite dan We Are Social Q3 (2019: 30)

Gambar 2. Jumlah Penonton Live Streams dari *Video games* per Juli 2019

Berdasarkan data yang disadur dari Hootsuite dan We Are Social (Hootsuite, 2019: 7) penetrasi pengguna media sosial mencapai 46% dari populasi di dunia atau sebesar 81,56% pengguna internet tersebut aktif menggunakan media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa penetrasi penggunaan media sosial aktif sangat diminati oleh masyarakat dunia. Masih dari Hootsuite dan We Are Social (Hootsuite, 2019: 30) terlihat dari penonton yang menyaksikan *video games* melalui *live streams*, Indonesia menempati sebagai negara kedua terbesar di dunia atau sebesar 40% penggunaan internet untuk menonton *video games*. Angka ini menunjukkan bahwa ketertarikan menonton *video games* yang sedang dimainkan oleh orang lain dengan ditayangkan langsung menjadi salah satu minat dari perilaku masyarakat.

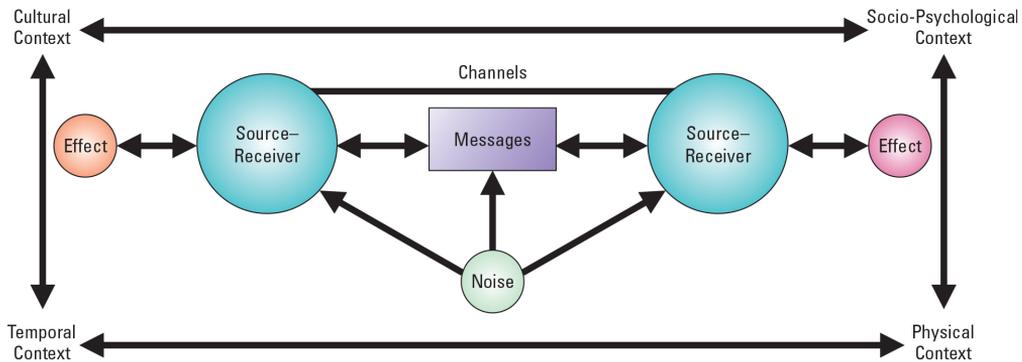
Berdasarkan fenomena tersebut, maka tulisan ini akan membahas terkait konteks komunikasi pada siaran langsung *video games* yang dilakukan oleh penyiar kepada penontonnya. Konteks komunikasi ini dibahas lebih lanjut dibahas dengan model komunikasi DeVito dengan empat konteks, yakni fisik, sosial-psikologis, temporal, dan budaya.

TINJAUAN PUSTAKA

Konteks Komunikasi

Komunikasi merupakan satu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia. Bahkan dalam kondisi sendiri pun komunikasi tetap terjalin di dalam tubuh manusia itu sendiri. Komunikasi merupakan pernyataan diri yang efektif, pertukaran pesan-pesan yang tertulis, pesan-pesan dalam percakapan bahkan pesan-pesan yang dikirim melalui imajinasi, pertukaran informasi atau hiburan dengan kata-kata melalui percakapan atau dengan metode lain, mengalihkan informasi dari seseorang kepada orang lain, pertukaran

makna antarpribadi dengan sistem simbol, dan proses pengalihan pesan melalui saluran tertentu kepada orang lain dengan efek tertentu (Liliweri, 2014:359).



Sumber: DeVito (2015: 7)

Gambar 3. Elemen Komunikasi Manusia

DeVito (2015: 7) menjelaskan komunikasi itu dipengaruhi paling tidak memenuhi empat dimensi: fisik, sosial-psikologis, temporal, dan budaya. Konteks fisik merupakan dimensi konteks yang memengaruhi komunikasi secara nyata atau konkret. Seperti halnya lokasi atau kesehatan tubuh yang memengaruhi bagaimana pesan itu disampaikan. Konteks sosial-psikologis merupakan dimensi konteks yang memengaruhi pesan melalui fenomena sosial dan psikologis seperti peran seseorang dalam kehidupan sosial yang termasuk di dalamnya mengenai hal yang formal atau informal, serius atau bercanda, dan hal lainnya.

Konteks temporal merupakan dimensi konteks yang dipengaruhi dengan adanya waktu atau situasi kondisi saat komunikasi terjadi, misal komunikasi saat pagi hari sebagian berpendapat lebih efektif dibandingkan malam hari. Ada pula bertepatan dengan tempat, misalnya pesan yang disampaikan di wilayah tersebut tidak mengandung rasisme, di wilayah lain mengandung rasisme. Konteks budaya merupakan dimensi konteks yang memengaruhi komunikasi melalui latar belakang budayanya. Budaya menjadi sebuah acuan nilai dan cara bersikap dalam melakukan komunikasi. Budaya ini pun tidak terjadi karena latar suku saja, tetapi dalam tiap generasi pun memiliki budaya yang berbeda.

Media Sosial Facebook Gaming

Media sosial merupakan salah satu produk yang dihasilkan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Bahkan dengan adanya media sosial ini, informasi tidak lagi menjadi sebuah aktivitas sosial saja, tetapi juga sebagai ajang untuk mendapatkan dukungan materiel dan nonmateriel. Media sosial menjadi tempat untuk meningkatkan tingkat sosial terutama dalam membentuk sebuah identitas (Duck, 2018: 534). Konstruksi identitas ini dapat melebihi arti dari sebuah teman, yakni menjadi seorang yang dapat memengaruhi atau *influencer*.

Untuk itu media sosial kini menjadi ajang dalam melakukan pemasaran dan menjalin hubungan kepada konsumennya. Media sosial menjadi *social-selling* dalam mengembangkan

hubungan seperti layaknya proses penjualan (Quesenberry, 2019: 250). Oleh karena itu, dalam aktivitasnya media sosial ini membangun sebuah identitas baru yang bersifat pribadi dan menciptakan kredibilitas atas hal tersebut.

Facebook Gaming ini sendiri turut melakukan hal tersebut, karena banyak penyiar yang melakukan siaran langsung bermain *video games* dengan ciri khasnya masing-masing. Bertujuan agar permainan apapun yang disiarkan tetap dilihat atas dasar identitas yang telah dibangun oleh penziarnya. Oleh karena itu komunikasi menjadi hal penting dalam membangun keterikatan hubungan baik tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus. Peneliti kualitatif sebagai *human instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya (Sugiono, 2010: 60). Oleh karena itu, kualitatif ini juga disebut metode penelitian *naturalistic* karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Sementara itu studi kasus digunakan untuk membahas sebuah fenomena yang berfokus pada satu kasus khusus berdasarkan permasalahan untuk kemudian diumumkan sehingga hasil analisisnya dapat digunakan untuk kasus yang serupa dengan objek yang berbeda.

Pada tulisan ini, studi kasus merujuk pada kegiatan *live streaming* yang dilakukan oleh penyiar dari *fan page Facebook Gaming* bernama *Mr. Machie Gaming* yang telah rutin melakukan siaran langsung bermain *video games*. Permainan yang dilakukan selayaknya pemain *video games* pada umumnya, tetapi memiliki ciri khas dalam berkomunikasi dengan penontonnya. Di sini penontonnya dapat mengomentari berbagai hal mulai dari cara bermainnya, topik yang dibahas oleh penyiar, hingga menanyakan hal yang bersifat pribadi seperti tempat tinggal. Menariknya konteks komunikasi yang dilakukan bisa dalam ranah massa atau artinya pesan yang disampaikan bersifat umum untuk khalayak yang beragam, dan ada pula yang dilakukan secara personal dengan membalas komentar yang ditulis oleh penontonnya.

Hal itu menjadi pembahasan menarik karena adanya fenomena siaran langsung *video games* ini dapat menarik tidak hanya dengan cara bermain atau kemampuan dalam bermain *video games*, tetapi komunikasi yang dibangun juga turut menentukan apakah penonton ini akan terus melihat tayangan tersebut atau berganti tayangan. Terlebih lagi siaran ini dilakukan atas nama pribadi yang tidak melibatkan sebuah perusahaan atau media publik. Untuk itulah komunikasi yang bersifat personal ini akan dibedah berdasarkan konteksnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

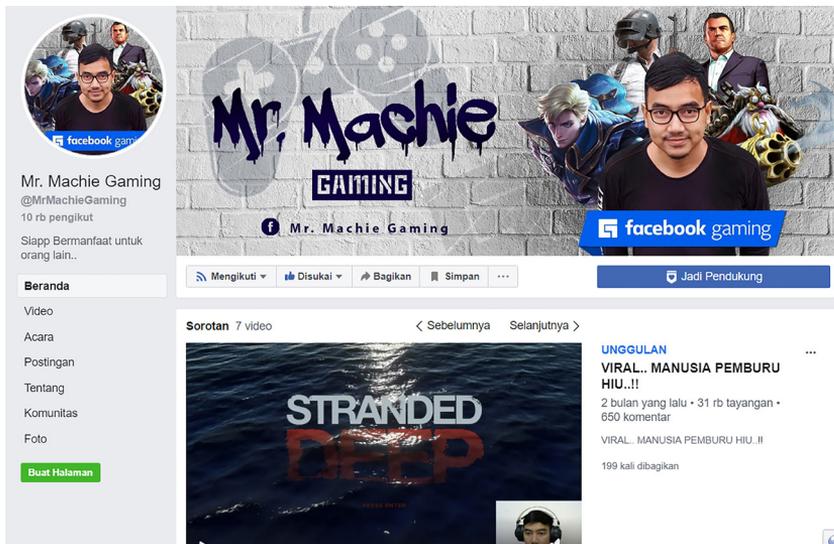
Dalam konteks komunikasi, pesan yang disampaikan baik dalam bentuk verbal maupun nonverbal dapat dilihat karena siaran langsung dalam bermain *video games* ini menampilkan pesan audio visual. Sebelumnya untuk melihat sebuah *video games* harus

langsung di tempat permainan. Kini cukup berbekal perangkat pintar dan internet, menyaksikan *video games* pun dapat dilakukan di mana saja. Hal ini yang menjadikan siaran langsung bermain *video games* menjadi hal yang diminati, terutama bagi generasi yang saat ini sudah tercandu dengan *video games*.

Pembahasan berkaitan dengan keempat dimensi konteks komunikasi ini dilihat dari seorang komunikator yakni si penyiar atau pemain *video games* dengan menganalisis pesan yang disampaikan, termasuk permainan yang dilakukan dan analisis atas respon dari komunikator atau penonton siaran langsung tersebut.

Konteks Fisik

Untuk dapat melihat tayangan *Mr. Machie Gaming* secara rutin dan mendapatkan pemberitahuan, pengguna media sosial terlebih dahulu harus memiliki akun Facebook. Lalu menyukai halaman khusus yang berbentuk *Fan Page* bernama *Mr. Machie Gaming*. Tampilan awal dari halaman khusus *Mr. Machie Gaming* ini dapat menjadikan sebuah konteks fisik dalam komunikasi, mulai dari gambar profil yang memperlihatkan wajah dari pemain, lalu beragam karakter dari *video games* yang turut menambah nilai jual dari pemilik halaman tersebut.



Gambar 4. Fan Page Mr. Machie Gaming

Pada konteks fisik ini penonton memang tidak dapat merasakan pada satu tempat yang sama. Akan tetapi dari tayangan yang ada penonton dapat melihat bagaimana *Mr. Machie Gaming* ini melakukan komunikasi verbal dan nonverbalnya karena memang tidak hanya *video games*-nya saja yang tayang secara langsung, tetapi juga *Mr. Machie Gaming* ini juga terekam pada kotak kecil yang ada di pojok dari *video games*.



Gambar 5. Tayangan *Mr. Machie Gaming* saat melakukan siaran langsung bermain *video games*

Kotak kecil yang memperlihatkan *Mr. Machie Gaming* ini turut membantu dalam melakukan komunikasi. Artinya seperti pakaian, penggunaan alat pendukung seperti *headset*, mikrofon, dan lainnya dapat memengaruhi komunikasi yang terjadi. Hal inilah yang disebutkan bahwa tiap-tiap pemain *video games* ini sedang membentuk identitas dirinya di media sosial.

Konteks Sosial-Psikologis

Konteks selanjutnya yakni pada dimensi sosial-psikologis, *Mr. Machie Gaming* melakukan komunikasinya dipengaruhi oleh kondisi sosial dan psikologisnya saat siaran. Keseharian dari *Mr. Machie Gaming* saat tidak melakukan siaran langsung *video games* adalah bekerja sehari-hari sebagai pegawai pada umumnya. Statusnya sebagai pekerja dan juga penyiar *video games* memberikan nilai tersendiri bagi *Mr. Machie Gaming* dalam melakukan komunikasi kepada penontonnya. Apalagi pekerjaan yang dilakoni oleh *Mr. Machie Gaming* sering mendapatkan tugas ke luar kota yang dapat memperlihatkan identitasnya sebagai seorang yang sudah banyak ke daerah-daerah di Indonesia.

Hal ini penting bagi kelas sosialnya, karena memang penonton dari *Mr. Machie Gaming* ini berasal tidak hanya dari daerah ibukota, tetapi juga seluruh wilayah di Indonesia yang telah mengikuti halaman khusus *Mr. Machie Gaming*. Perilaku dari penontonnya pun terlihat pada komentar yakni menyebutkan nama daerah dari penonton tersebut, sehingga saat *Mr. Machie Gaming* ini mengetahui daerah yang disebutkan, secara psikologis merasa dekat karena *Mr. Machie Gaming* pernah mengunjungi daerah tersebut. Bahkan beberapa kali disebutkan kalau akan ke daerah tersebut akan bertemu dengan penontonnya.

Dalam hal ini *Mr. Machie Gaming* memiliki *fans*-nya sendiri yang berharap dijumpai setiap *Mr. Machie Gaming* berkunjung ke daerah. Minimal bisa bermain *video games* bersama dan melakukan siaran langsung bersama pula. Hal ini dapat meningkatkan intensitas komentar dari penontonnya pun dapat terjalin lebih banyak antara komunikator dengan komunikan.

Konteks Temporal

Konteks temporal ini berkaitan dengan waktu siaran dari *Mr. Machie Gaming*, termasuk lama dari siaran yang dilakukan. Komunikasi pada saat siaran pagi hari dan siaran malam hari pun dilakukan berbeda. Termasuk saat kondisinya untuk mempromosikan siarannya agar dapat di-*share* oleh penonton dan saat membalas satu per satu komentar pun memiliki pesan yang berbeda.

Saat mempromosikan siaran *video games*nya, pesan yang digunakan akan bersifat umum, bertujuan agar semua yang sedang menyaksikan menerima pesannya dengan baik. Apalagi dengan strategi pemasarannya yang akan memberikan hadiah pulsa bagi yang sudah membantu untuk *share* siaran langsungnya. Di sini terlihat bahwa komunikasi yang dilakukan berbentuk massa tanpa melihat secara rinci siapa yang sedang mendengarkannya.

Berbeda saat membacakan komentar dari penonton, *Mr. Machie Gaming* ini membalasnya dengan pendekatan komunikasi antarpribadi. Seperti yang dijelaskan pada konteks sosial-psikologi, bahwa komunikasi yang dilakukan seakan-akan bersifat pribadi dan hanya dilakukan antardua orang. Padahal siaran itu dilakukan secara langsung dan memiliki penonton yang tidak hanya satu.



Gambar 6. Unggahan *Mr. Machie Gaming* selain siaran *video games*

Pada halaman *fans page* *Mr. Machie Gaming* itu pun tidak hanya melakukan siaran langsung bermain *video games*, tetapi juga berbagi informasi lain, seperti berbagi foto dengan menggunakan jaket yang sesuai dengan karakter pada *video games*-nya. Hal ini pun mendapatkan respon dari akun yang sudah bergabung pada halaman tersebut. Komunikasinya pun dilakukan satu per satu layaknya saat siaran, yakni dengan pendekatan antarpribadi tersebut.

Konteks Budaya

Pada dimensi konteks budaya, komunikasi yang dilakukan *Mr. Machie Gaming* umumnya bersifat normatif. Artinya penggunaan bahasa, aksen, dan pembawaan budayanya pun mengikuti budaya sebagai seorang pekerja di ibukota. Meskipun beberapa kali aksen yang digunakan mengikuti komentar dari penontonnya. Misalnya, jika penonton berkomentar dengan bahasa sunda, *Mr. Machie Gaming* membalasnya dengan aksen Sunda ala kadarnya.

Hal ini turut menjadi strategi dalam membangun hubungan baik kepada penontonnya, karena penyamaan budaya dapat mempermudah komunikasi dilakukan. Apalagi *Mr. Machie Gaming* ini memiliki nilai lebih yakni pernah mengunjungi beragam daerah yang memberikan banyak wawasan terkait dengan budaya tiap-tiap daerah tersebut. Terutama dalam penggunaan bahasa daerah yang cukup awam untuk disampaikan. Misalnya, saat ada penonton yang berkomentar berasal dari Makassar, *Mr. Machie Gaming* akan menyapanya dengan bahasa Makassar "Aga Kareba?" (artinya apa kabar?). Ini menunjukkan bahwa konteks budaya pun dapat memengaruhi komunikasi dari *Mr. Machie Gaming*.

Pembahasan hasil observasi dalam komunikasi yang dilakukan oleh *Mr. Machie Gaming* dalam melakukan siaran langsung bermain *video games* ini, memberikan gambaran bahwa komunikasi seseorang dapat dilakukan berdasarkan konteksnya. Dengan menggunakan model komunikasi DeVito, terlihat jelas bahwa seseorang dapat dipengaruhi komunikasinya baik pada unsur komunikator, pesan, atau komunikannya melalui empat konteks utama, yakni fisik, sosial-psikologi, temporal, dan budaya.

Konteks ini menjadi perhatian agar pesan yang disampaikan oleh komunikator sampai kepada komunikan. Komunikasi yang dilakukan tidak hanya sekedar untuk bertukar pesan tetapi juga memperhatikan konstruksi identitas dan pembangunan hubungan baik agar dapat menjadi penonton setianya. Dengan memiliki jumlah penonton setia yang banyak dapat memberikan kelas sosial tersendiri bagi setiap peniar *video games* tersebut. Oleh karena itu memperhatikan empat konteks komunikasi ini memberikan gambaran bahwa media sosial, khususnya dalam melakukan siaran langsung *video games* tidak hanya sekedar untuk memberikan informasi. Tayangan langsung *video games* ini juga dapat menjadi sebuah kelas baru dalam sebuah generasi, khususnya bagi generasi yang aktif menggunakan media sosial.

SIMPULAN

Indonesia menjadi negara terbesar kedua di dunia menurut Hootsuite dan We Are Social sebagai negara yang memiliki jumlah penonton siaran langsung bermain *video games*. Hal ini memberikan gambaran bahwa minat terhadap *video games* sangat tinggi. Media sosial menjadi salah satu produk dari media baru yang memberikan kesempatan setiap orang untuk membangun identitas dirinya yang berbeda dan membangun hubungan baik kepada penontonnya agar mendapatkan kelas sosial tersendiri di dalam komunitasnya. Melihat hal demikianlah *Facebook Gaming* ini memberikan peluang bagi setiap orang untuk

melakukan hal tersebut.

Dalam melakukan siaran langsung pun, pemain *video games* bukan satu-satunya yang menjadi komoditas dalam pertukaran informasi, melainkan juga dari keaktifan penyiar yang dapat ditampilkan secara audiovisual pun memberikan dampak pada tayangan *video games*-nya. Tayangan tersebut sangat didominasi oleh penyiar sebagai komunikator dan penonton sebagai komunikannya. Oleh karena itu, dilakukan penilaian komunikasi yang dilakukan berdasarkan empat konteks komunikasi pada model DeVito, yakni fisik, sosial-psikologi, temporal, dan budaya.

Hasilnya berdasarkan konteks komunikasi, *Mr. Machie Gaming* dalam berkomunikasi dapat dipengaruhi beragam hal yang terbagi dalam empat dimensi konteks tersebut. Konteks fisik melihat bagaimana komunikasi dilakukan berdasarkan lokasi siaran, penampilan, dan alat yang digunakan. Konteks sosial-psikologi melihat komunikasi seorang pemain *video games* yang kesehariannya sebagai pekerja kantor. Konteks temporal melihat komunikasi pada kondisi tertentu saat momennya promosi dan momennya membalas komentar penontonnya. Konteks budaya melihat komunikasi yang dilakukan mengikuti latar budaya dari penontonnya.

Hingga akhirnya dengan memperhatikan konteks tersebut memperlihatkan bahwa media sosial tidak lagi menjadi ruang pertemanan untuk bertukar informasi, tetapi menjadi ruang seseorang untuk membangun identitas dirinya dan juga membangun hubungan kepada penontonnya.

DAFTAR RUJUKAN

- DeVito, Joseph A. 2015. *Humas Communication The Basic Course 13th Edition*. London: Pearson.
- Duck, Steve dan David T. McMahan. 2018. *Communication in Everyday Life 2nd Edition: The Basic Course Edition with Public Speaking*. New York: Sage.
- Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss, John G. Oetzel. 2016. *Theories of Humas Communication 11th Edition*. Illinois: Waveland Press Inc.
- Quesenberry, Keith A. 2019. *Social Media Strategy: Marketing, Advertising, and Public Relations in the Consumer Revolution*. Maryland: Rowman & Littlefield.
- Sugiono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta