

Analisis Empiris Perilaku, Hubungan dan Persebaran *Game Streamer* pada Facebook

Bianda Reyhan Kesuma¹, Gita Krismurti Romadhani², Mohammad Refi Nur Khozi³,
Shabrina Luthfiani Khanza⁴, Muhammad Khutama Wijaya⁵, Nur Aini Rakhmawati⁶

^{1, 2, 3, 4, 5, 6}Departemen Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Elektro dan Informatika Cerdas,
Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, Indonesia

⁶nur.aini@is.its.ac.id

Diterima 29 Oktober 2019

Disetujui 15 Juni 2020

Abstract—The phenomenon of game streaming is not a brand new subject to video game fans. Game streaming is one of the cutting-edge recreational activities to give a unique experience on playing a video game, both for game streamers and game stream viewers. In this paper, we conduct an empirical analysis to find out how the behaviour, relationships, and distribution of the game streamer on the Facebook Gaming platform in presenting the game streaming. The result of the analysis is that the men game streamers are quite active in doing live streaming and interacting with each other game streamers. Also, the distribution of game streamers tends to be dominated by men aged 20-30 years.

Index Terms—Analisis Media Sosial, Facebook Gaming, Game Streaming, Video Game

I. PENDAHULUAN

Di zaman yang serba digital ini, bermain *video game* sudah menjadi kegiatan hiburan yang digemari khalayak ramai. Beberapa peneliti yang merancang *game* untuk kalangan remaja baik dalam tujuan pembelajaran maupun simulasi, melihat bahwa preferensi, motif, dan cara berdasarkan kelompok umur dan *gender* ini menarik untuk diamati. *Gamer* pria lebih banyak dari segi jumlah daripada *Gamer* wanita berdasarkan gaya permainan yang ada pada berbagai jenis *game* yang berbeda. Ekplorasi usia *Gamer* penting bagi pihak yang terlibat dalam industri ini[1]. Sejak kemunculannya, video game telah mendapat banyak perhatian baik dari politisi, akademisi, dan publik dalam skala yang besar. Reaksi ekstrim yang timbul akibat inovasi teknologi dan inovasi bukanlah hal yang baru; kritikus pada pertengahan abad ke dua puluh mengkhawatirkan akan kecanduan televisi, tidak pernah meninggalkan akibat televisi[2]. *Video game* juga memiliki dampak yang sama. Dari kalangan muda hingga hampir lanjut usia, pria maupun wanita, pelajar hingga pekerja, tidak jarang dijumpai sedang asyik bermain permainan digital yang satu ini. Ditambah dengan kemajuan teknologi yang berkembang sangat pesat, pengalaman dalam bermain *video game* juga tidak ketinggalan

perkembangannya. Salah satunya adalah adanya fenomena *game streaming*.

Game streaming diikuti dengan komunitas internet dan pangsa pasar yang luas dan loyal. Interaksi sosial ini sangat jauh berbeda karena menyajikan fungsi obrolan dengan penonton dan basis pengguna yang antusias [3]. Kunci dari keahlian dalam melakukan siaran online adalah kepribadian yang menarik. Identitas individual menjadi hal yang penting dengan mempertimbangkan fitur yang dimiliki platform ini untuk meningkatkan partisipasi dalam industri ini [4]. *Game streamer* dapat bersosialisasi ketika melakukan interaksi dengan audiensnya. kemampuannya dalam berkolaborasi tersebut menambah keseruan kegiatan ini. Dalam paper yang ditulis oleh Tammy Lin et al, mengatakan bahwa orang yang menonton *streaming game online* mendapat kesenangan yang sama dengan ketika bermain *game* secara langsung[5]. Berdasarkan data dari SullyGnome.com, dalam 7 hari di seluruh dunia terdapat sebanyak 205.131.433 jam konten *game streaming* yang ditonton dengan 1.221.020 jumlah rata-rata penonton, dan terdapat 11.911 *game* yang dimainkan. Industri ini menjadi pasar yang cukup menjanjikan dengan loyalitas yang tinggi dan cenderung meningkat serta cakupan usia yang beragam.

Suatu bentuk representatif yang dimiliki oleh seorang pembuat konten atau *game streamer* memang memiliki sisi positif dan negatif, yaitu ketika konten yang dibuat mampu diapresiasi dan dinikmati oleh para penontonnya maka akan timbul suatu dampak positif yang menguntungkan seperti mendapatkan penghargaan dari pihak media sosial ketika video dan kontennya mampu ditonton dan diikuti hingga ratusan ribu atau lebih orang dan otomatis akan mendapatkan hasil materi dari hal tersebut pula. Namun di sisi lain para pembuat konten harus juga memikirkan dampak negatif dari konten yang dibuat. Oleh karena itu, penting bagi *game streamer* untuk membuat konten *game* yang cocok untuk penonton dengan berbagai usia. *Game streamer* harus membuat konten *game* yang tidak melanggar aturan dan norma yang berlaku.

Sehingga dalam penelitian ini penulis mengamati perilaku game streamer dan juga penonton game streaming serta bagaimana dampak dari konten yang dibuat terhadap penonton.

Media sosial yang menjadi basis utama interaksi dalam industri *game*, tidak lain halnya dengan *game streaming*. Penggunaan media sosial dapat mempermudah penggalan data menjadi lebih akurat dan murah terhadap kondisi *marketplace* ini. Informasi mengenai perilaku serta persebaran penonton *game streaming* menjadi penting sebagai sarana pendukung seperti konten yang tepat usia, jam tayang yang direkomendasikan, serta informasi lainnya.

Stereotype dalam bermain *game online* masih terfokus pada laki-laki saja, meskipun wanita bermain dan menonton video *game* namun mereka tidak bisa dikatakan sebagai seorang *gamer*. *Stereotype* tersebut terbangun karna anggapan wanita bermain *game* cenderung lebih santai dan kurang terampil dibandingkan dengan lawan pria mereka. Di sisi lain, pemain ataupun *youtuber gamer* wanita yang mencapai tingkat kompetensi sering kali disingkirkan ataupun tidak dianggap [6]. Menurut Makashvilli [7], perbedaan *gender* juga berpengaruh pada kekerasan dan agresi yang dilakukan oleh para *gamer* khususnya kepada *gamer* wanita, hal tersebut dapat mengacu pada interaksi antar peserta dalam kolom komentar.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk memberikan informasi berupa analisis bagaimana perilaku penonton *game streaming* di Facebook seperti keaktifan mereka dalam memberi komentar, hubungan yang terjalin antar penonton melalui interaksi yang mereka lakukan selama *streaming game online*. Penulisan penelitian ini juga bertujuan untuk melihat bagaimana persebaran jenis kelamin dan berapa umur penonton *game streaming* yang dominan.

II. LANDASAN TEORI

A. Video Game Live Streaming

Streaming adalah suatu aktivitas dimana seseorang akan merekam aktivitas yang mereka lakukan dan menyiarkannya ke *platform live streaming* melalui internet. Mereka bisa mencapai sejumlah besar penonton langsung dari kamar tidur mereka. Dengan adanya perkembangan teknologi yang sangat pesat, saat ini terdapat berbagai macam jenis aktivitas yang dilakukan saat live streaming, salah satunya yaitu *game streaming* yang dilakukan oleh *game streamer* [8]. *Game streamer* biasanya sering menyimpan rekaman atau klip tertentu dari aksi mereka, dan akan mengunggahnya untuk dilihat kapan saja di YouTube atau *platform* video lainnya. Dengan berkembangnya *e-sports* secara pesat, permintaan untuk menonton orang lain bermain *video game* secara langsung juga ikut meningkat [8].

Selain *game streamer*, subjek dari aktivitas *game streaming* adalah penonton *game streaming* itu sendiri. Aktivitas penonton *game streaming* secara umum adalah menonton *streaming game* dan meninggalkan *live message* pada saat *streaming game* berlangsung pada fitur *chat*. Fitur *chat* ini merupakan komponen utama dalam berinteraksi antar *streamer* dan penonton *game streaming* pada *game streaming* [9].

B. Facebook Gaming

Facebook gaming merupakan fitur baru yang dimiliki oleh media sosial Facebook. Fitur ini berbentuk laman yang berisi berbagai macam streamer, video yang disiarkan secara langsung atau live, dan juga video yang sudah direkam dulu sebelumnya. Fitur baru ini disediakan Facebook untuk mendukung *Gaming Creator* dalam menaikkan aktivitas *live streamingnya*. Selain itu Facebook membuat laman ini untuk mempermudah *gamer* menemukan, bermain, menonton, dan berbagi konten *game* yang dipersonalisasi untuk mereka. Setiap bulannya lebih dari 700 juta orang bermain *game*, menonton *video game*, atau berinteraksi dalam grup *game* di Facebook [10].

III. METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan pada saat pembuatan penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kualitatif yaitu studi literatur serta pengamatan terhadap *game streamer* di Facebook untuk mencari fakta yang terjadi di lapangan. Studi literatur dilakukan pada beberapa jurnal yang berkaitan dengan topik penelitian, seperti jurnal *entertainment computing*, jurnal *computer science*, dan jurnal mengenai komunikasi. Sedangkan pengamatan dilakukan untuk menganalisis pola penonton serta aktivitas Facebook Gamers.

A. Pengumpulan Data dan Informasi

Aktivitas pertama yaitu melakukan pengumpulan data dan informasi mengenai topik yang sudah dipilih. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan pencarian dan pengamatan mengenai pola 25 orang penonton Facebook Gamers yang aktif di Facebook secara acak (Tabel 1). Aspek yang diamati disesuaikan dengan tujuan penulisan penelitian ini.

Tabel 1. Daftar akun

No	Nama Akun	Jenis Kelamin	Usia
1	Pitunk	Laki – laki	33
2	Penz	Laki - laki	24
3	Zego	Laki – laki	19
4	Papakilo Gaming	Laki - laki	27
5	Dea Yoosijin	Perempuan	25
6	Cantika Gaming	Perempuan	23
7	Mirza Kaizar	Laki – laki	27

8	Bang Bell	Laki – laki	22
9	Isan Karis	Laki – laki	26
10	Joe Zks	Laki – laki	30
11	Arkaw	Perempuan	23
12	Lendy TV	Laki - laki	24
13	Kipe Gaming	Laki-laki	24
14	TARA SARE	Laki – laki	23
15	Gandul Super	Laki – laki	22
16	Voker	Laki-laki	19
17	Lunaby Gaming	Perempuan	20
18	Yakis	Laki-laki	21
19	JUL	Laki-laki	18
20	RavonTeam	Laki-laki	28
21	Citra ROSES	Perempuan	20
22	BangAceh Gaming	Laki-laki	27
23	Ceritanya Parameks	Laki-laki	26
24	Zefv	Laki-laki	22
25	Mimy Shasy	Perempuan	21

B. Pengolahan Data dan Informasi

Data dan informasi yang didapatkan kemudian diolah untuk menghubungkan satu dan lainnya. Pengolahan data dilakukan dengan dilakukan pencatatan dalam pengolah *spreadsheet*. Adapun apabila sumber data dan informasi yang diperoleh ternyata tidak sesuai dengan topik penelitian maupun tidak dapat terhubung satu sama lain, maka bisa dilakukan eliminasi sumber data dan informasi agar tidak membingungkan.

C. Analisis

Tahap selanjutnya setelah melakukan pengolahan data adalah melakukan analisis. Analisis dilakukan untuk menemukan gagasan baru dari permasalahan yang diangkat. Data dan informasi yang telah diperoleh dianalisis untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan.

D. Penarikan Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis dan sintesis, selanjutnya dapat ditarik kesimpulan mengenai topik yang diangkat dalam penelitian ini. Kesimpulan memuat hal-hal penting yang ada pada latar belakang, tinjauan pustaka, metodologi, dan pembahasan. Dalam kesimpulan, biasanya juga memuat batasan-batasan yang dihadapi serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian didapatkan dari melakukan analisis terhadap 25 akun penonton *game streamer* di

media sosial Facebook dengan melihat beberapa kategori perilaku dari *gamer* antara lain:

1. Melakukan *Live Streaming*.
2. Kolaborasi dengan *gamer* lain.
3. Aktif berkomentar (*live chat* atau unggahan).
4. Membagikan konten *game streaming* lain.
5. Berteman dengan *gamer* lain.

Hasil pengamatan dapat dilihat pada Tabel 2, 3 dan 4.

Tabel 2. Perilaku *game streamer*

No	Nama Akun	Kategori Perilaku		
		Melaku-kan <i>Live Streaming</i>	Kolaborasi dengan <i>gamer</i> lain	Aktif berko-mentar (<i>live chat</i> atau unggahan)
1	Pitunk	✓	✓	
2	Penz	✓	✓	
3	Zego	✓	✓	
4	Papakilo Gaming	✓	✓	✓
5	Dea Yoosijin	✓		✓
6	Cantika Gaming	✓		
7	Mirza Kaizar	✓		✓
8	Bang Bell	✓	✓	
9	Isan Karis	✓	✓	
10	Joe Zks	✓		✓
11	Arkaw			✓
12	Lendy TV			✓
13	Kipe Gaming			✓
14	TARA SARE			✓
15	Gandul Super			✓
16	Voker			✓
17	Lunaby Gaming	✓		
18	Yakis	✓		✓
19	JUL	✓		
20	RavonTeam	✓		
21	Citra ROSES	✓		
22	BangAceh Gaming	✓		✓

23	Ceritanya Parameks	✓		✓
24	Zefv	✓		✓
25	Mimy Shasy	✓		✓

Tabel 3. Perilaku *game streamer*

No	Nama Akun	Kategori Perilaku	
		Membagikan konten <i>game streaming</i> lain	Berteman dengan <i>Gamer</i> lain
1	Pitunk		✓
2	Penz		✓
3	Zego	✓	✓
4	Papakilo Gaming	✓	✓
5	Dea Yoosijin	✓	
6	Cantika Gaming	✓	
7	Mirza Kaizar	✓	
8	Bang Bell		✓
9	Isan Karis	✓	✓
10	Joe Zks		
11	Arkaw	✓	
12	Lendy TV	✓	
13	Kipe Gaming	✓	
14	TARA SARE	✓	
15	Gandul Super	✓	
16	Voker	✓	
17	Lunaby Gaming		
18	Yakis		
19	JUL	✓	
20	RavonTeam		
21	Citra ROSES	✓	✓
22	BangAceh Gaming	✓	✓
23	Ceritanya Parameks	✓	✓
24	Zefv	✓	✓

25	Mimy Shasy	✓	✓
----	------------	---	---

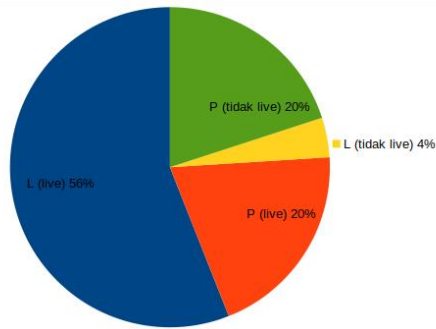
Tabel 4. Jumlah kiriman yang dikirim oleh tiap akun

No	Nama Akun	Jumlah Total Kiriman Selama 1 minggu
1	Pitunk	8
2	Penz	8
3	Zego	6
4	Papakilo Gaming	9
5	Dea Yoosijin	8
6	Cantika Gaming	42
7	Mirza kaizar	3
8	Bang Bell	67
9	Isan Karis	12
10	Joe Zks	7
11	Arkaw	9
12	Lendy TV	13
13	Kipe Gaming	9
14	TARA SARE	6
15	Gandul Super	10
16	Voker	2
17	Lunaby Gaming	12
18	Yakis	16
19	JUL	16
20	RavonTeam	10
21	Citra ROSES	24
22	BangAceh Gaming	97
23	Ceritanya Parameks	55
24	Zefv	71
25	Mimy Shasy	53

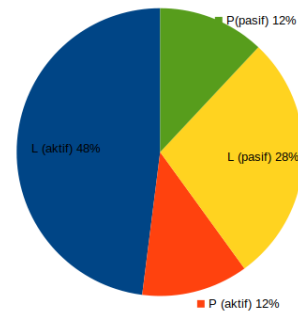
A. Keaktifan Akun

Pada setiap akun yang diamati dalam 1 minggu dari tanggal 19 – 25 September 2019, rata-rata setiap akun memiliki frekuensi mengirim kiriman berjumlah 23 kiriman dalam satu minggunya, dengan jenis kiriman yang dikirim berupa video *live streaming*nya sendiri atau membagikan kiriman dari orang lain yang berupa video *live streaming* juga. Selain itu, beberapa akun juga ditemukan mengirim kiriman berupa pesan status maupun foto.

Pada Gambar 1, *gamer* laki-laki lebih sering melakukan *live streaming* daripada *gamer* wanita. Jumlah *gamer* wanita yang melakukan *live streaming* dan tidak melakukan adalah sama.



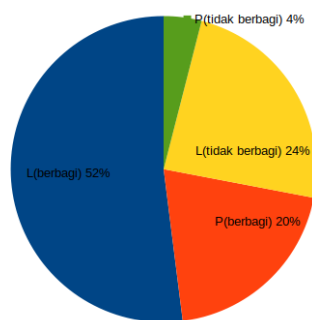
Gambar 1. Statistik *gamer* yang melakukan *live streaming*



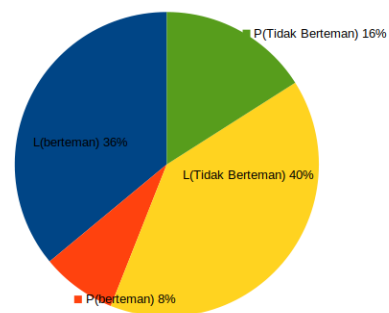
Gambar 3. Statistik *gamer* yang aktif berkomentar

B. Interaksi Antar Akun

Interaksi antar akun dapat dilihat melalui komentar, bahasa yang digunakan serta tanggapan yang disampaikan kepada akun lain. Beberapa akun saling berteman dan sering kali berkolaborasi dalam *streaming game online*, bertanya di kolom komentar dan aktif menjawab pertanyaan dari akun lain. Namun kebanyakan interaksi dilakukan oleh penonton laki-laki saja (Gambar 3). Para penonton perempuan seringkali membagikan unggahan dari akun *gamer* lain daripada mengomentari, sehingga interaksi antara penonton laki-laki dan perempuan tidak begitu terlihat (Gambar 2) Sebagian besar baik *gamer* laki-laki maupun perempuan tidak berteman dengan *gamer* lainnya (Gambar 4).



Gambar 2. Statistik *gamer* yang berbagi konten



Gambar 4. Statistik *gamer* yang berteman dengan *gamer* lain

C. Persebaran Akun

Dari 25 sampel akun yang dipilih terdapat 6 perempuan dan 19 laki laki, rata-rata akun yang aktif berusia muda kurang dari 30 tahun. Beberapa diantaranya adalah mahasiswa yang sekaligus berprofesi sebagai seorang *gamer*.

V. SIMPULAN

Dari tujuan ditulisnya karya ilmiah ini yaitu menganalisis bagaimana perilaku penonton *game streaming* di Facebook seperti keaktifan mereka dalam memberi komentar, hubungan yang terjalin antar penonton melalui interaksi yang mereka lakukan selama *streaming game online* didapatkan beberapa kesimpulan. Dari 25 akun didapatkan 19 orang melakukan *live streaming* pada masing-masing akun Facebook pribadinya. Selain itu, 6 orang diantaranya berkolaborasi dengan *gamer* lain, serta 15 akun saling mengomentari video *gamer* yang dilihat. Terdapat 18 orang membagikan konten *game* dari akun lain dan 11 orang berteman dengan *gamer* lain. Kesimpulan lainnya yang didapatkan diantaranya rata-rata akun gaming tersebut memiliki frekuensi mengirim kiriman berjumlah 23 kiriman dalam satu minggunya. Interaksi antar akun dapat dilihat melalui komentar, bahasa yang digunakan serta tanggapan yang disampaikan

kepada akun lain. Beberapa akun saling berteman dan sering kali berkolaborasi dalam *streaming game online*. Sedangkan untuk persebaran akun, mayoritas merupakan orang dewasa yang berusia 20-30 tahun dan berjenis kelamin laki-laki.

Untuk kesempurnaan dan tercapainya luaran dari karya ini, penulis merekomendasikan beberapa saran diantaranya:

1. Mengadakan penelitian lebih dalam dan pada lebih banyak akun agar hasil dapat lebih akurat.
2. Memperpanjang waktu penelitian agar hasil dari gambaran perilaku akun penonton maupun *gamer* sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Greenberg, B.S., Sherry, J., Lachlan, K., Lucas, K. and Holmstrom, A., 2010. Orientations to video games among gender and age groups. *Simulation & Gaming*, 41(2), pp.238-259.
- [2] Squire, K. (2002). Cultural framing of computer/video games. *Game studies*, 2(1), pp.1-13
- [3] Edge, N. (2013). Evolution of the Gaming Experience: Live Video Streaming and the Emergence of a New Web Community. Elon University, The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications. Elon.
- [4] Pellicone, A. and Ahn, J. (2017). The Game of Performing Play: Understanding Streaming as Cultural Production. Denver: ACM. pp. 4863-4874.
- [5] Tammy Lin, J., Bowman, N., Lin, S. and Chen, Y. (2019). Setting the digital stage: Defining game streaming as an entertainment experience. *Entertainment Computing*, 31, p.100309.
- [6] Paaßen B., Morgenroth T., Stratemeyer M., 2016. What is a True Gamer? The Male Gamer Stereotype and the Marginalization of Women in Video Game Culture. *Sex Roles A Journal of Research*. ISSN: 0360-0025 (Print) 1573-2762 (Online).
- [7] Makashvili M., Amirejibi T., Chitiashvili T., Duchidze N., Ge orgashvili M., Kaishauri N., Kharadze G., Korkelia M., Revaz ishvili T., Sirabidze G. & Sergia M., 2014. Violent Video Games Cause Aggression in Young Females. *Journal of Law and Criminal Justice*, 2014, Vol. 2, No. 2, pp. 151-160.
- [8] Smith, T., Obrist, M., & Wright, P. (2013). Live-streaming changes the (video) game. In *Proceedings of the 11th european conference on Interactive TV and video* (pp. 131-138). ACM.
- [9] Nascimento, G., Ribeiro, M., Cerf, L., Cesário, N., Kaytoue, M., Raïssi, C., ... & Meira, W. (2014, October). Modeling and analyzing the video game live-streaming community. In *2014 9th Latin American Web Congress* (pp. 1-9). IEEE.
- [10] Johnson, M.R., and Woodcock, J., 2018. The Impacts of Live Streaming and Twitch.tv on the Video Game Industry. *Media, Culture and Society*. ISSN: 0163-4437.



UMN