

SKRIPSI

**PENGARUH TERPAAN KONTEN CHANNEL
YOUTUBE THE LAZY MONDAY TERHADAP
KEMAMPUAN LITERASI GAME DIGITAL GAMERS
INDONESIA**

OLEH :
NICHOLAS SAPUTRA CHAN
E021201004



DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2024

**PENGARUH TERPAAN KONTEN CHANNEL
YOUTUBE THE LAZY MONDAY TERHADAP
KEMAMPUAN LITERASI GAME DIGITAL GAMERS
INDONESIA**

**OLEH :
NICHOLAS SAPUTRA CHAN**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2024**

**PENGARUH TERPAAN KONTEN CHANNEL
YOUTUBE THE LAZY MONDAY TERHADAP
KEMAMPUAN LITERASI GAME DIGITAL GAMERS
INDONESIA**

**OLEH :
NICHOLAS SAPUTRA CHAN
E021201004**

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Departemen Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2024**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Channel Youtube The Lazy
Monday Terhadap Kemampuan Literasi Game Digital
Gamers Indonesia

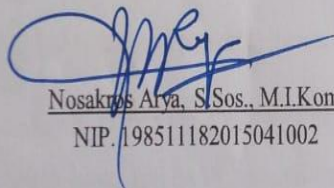
Nama Mahasiswa : Nicholas Saputra Chan

Nomor Pokok : E021201004

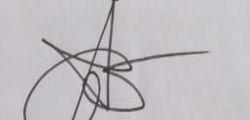
Makassar, 24 Juni 2024

Menyetujui,

Pembimbing I



Nosakris Arya, S.Sos., M.I.Kom.
NIP. 198511182015041002

Pembimbing II


Rahmatul Furqan, S.I.Kom., MGMC.
NIP. 199008122020121006

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Sudirman Karnay, MSI
NIP. 196410021990021001

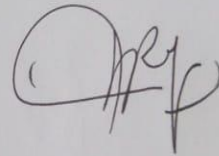
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting Pada Hari Kamis Tanggal Dua Puluh Lima Juli Tahun Dua Ribu Dua Puluh Empat.

Makassar, 1 Agustus 2024

Tim Evaluasi

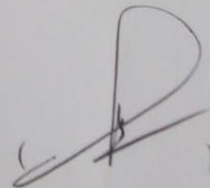
Ketua : Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom.,



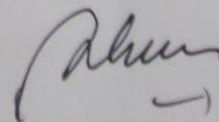
Sekretaris : Rahmatul Furqan, S.I.Kom., MGMC.,



Anggota : 1. Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M.Si.



2. Dr. Kahar, M.Hum.



PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Nicholas Saputra Chan

NIM : E021201004

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : SI

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya yang berjudul:

**“Pengaruh Terpaan Konten Channel Youtube The Lazy Monday Terhadap
Kemampuan Literasi Game Digital Gamers Indonesia”**

Adalah karya tulisan saya sendiri dan Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan duplikasi dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Makassar, 1 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,



(Nicholas Saputra Chan)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Terpaan Konten Channel Youtube The Lazy Monday Terhadap Kemampuan Literasi Game Digital Gamers Indonesia**”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin. Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini telah mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, salah satunya yaitu kedua orang tua yang teristimewa, Ayahanda **Asmanto** dan Ibunda **Elisa**. Saya ingin mengucapkan terima kasih atas perjuangan Bapak dan Ibu yang tulus dan pengorbanan untuk membantu saya mencapai titik ini. Saya sangat berterima kasih atas nasihat dan pelajaran yang telah kalian berikan untuk kepentinganku. Tanggung jawab atas semua pendidikan yang telah Bapak dan Ibu berikan kepada saya dan mendorong saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Kepada kakakku **Jennifer Valentina Chan**, terima kasih atas semua hiburan dan dukungan yang kalian berikan selama hidup saya. Saya ingin kita menjadi saudara yang baik dan ramah sampai tua nanti.

Dikarenakan keterbatasan, kemampuan, dan pengetahuan yang dimiliki penulis, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. **Tuhan Yesus Kristus**, Bapa Yang Maha Kuasa pencipta langit dan bumi yang senantiasa melimpahkan rahmat dan kemurahannya kepada peneliti

sehingga peneliti dapat melalui segala proses terutama proses studi hingga penyusunan skripsi vii saat ini. Sungguh besar kuasa dan kasih-Nya yang peneliti rasakan dalam setiap langkah hidup peneliti.

2. Bapak **Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom.**, selaku Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan-masukan yang membangun. Serta terimakasih atas waktu yang diberikan untuk saya sampai akhir penulisan skripsi ini.
3. Bapak **Rahmatul Furqan, S.I.Kom., M.GMC.**, selaku dosen Pembimbing Pembantu yang selalu memberikan waktunya untuk membimbing saya dari awal penyusunan skripsi dan tahap akhir penyelesaian skripsi ini. Terimakasih atas seluru ilmu yang berguna selama penulisan skripsi ini Terimakasih atas dukungan dan seluruh kesabaran bapak selama membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. **Dr. Muliadi Mau, S.Sos., M.Si. & Dr. Kahar, M.Hum.** selaku dosen penguji yang telah memberikan waktunya untuk membantu saya sampai berada di tahap penyelesaian akhir skripsi ini. Terimakasih telah memberikan arahan dan saran dalam setiap proses perbaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak **Dr. Sudirman Karnay, M.Si.**, selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
6. Terimakasih kepada seluruh **jajaran dosen dan staff Ilmu Komunikasi** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin atas seluruh

saran dan dukungan selama saya menjadi mahasiswa baru sampai mahasiswa akhir. Terimakasih atas seluruh waktu dan pertolongannya dalam setiap proses penulisan skripsi ini.

7. Teman – teman **Nalendra 2020** terimakasih atas seluruh dukungan dan bantuan kalian selama kuliah dan penulisan skripsi ini. Senang rasanya bisa kenal kalian selama dibangku perkuliahan. Semangat terus untuk mengejar cita – cita dan masa depan pasti kalian bisa menjadi orang sukses.
8. Sahabat The Power of Macea (**Aksha, Alfin, Darul, Ince**). Terima kasih telah menjadi teman dekat dan akrab selama masa perkuliahan saya, dan terima kasih atas semua bantuan yang telah kalian berikan sepanjang hidup saya. Terimakasih juga atas semua kenangan dan cerita yang telah kita alami bersama. Saya ingin membagikan setiap kebaikan yang telah kalian berikan kepada saya, karena sangat menyenangkan bisa berteman dan bertemu dengan kalian selama ini. Saya ingin mengucapkan terima kasih atas semua bantuan yang kalian berikan selama proses penulisan dan penyelesaian skripsi ini.
9. Sahabat Broadcasting (**Alifah, Angelina, Aca, Adit, Dinah, Faiz, Lutfi, Mola, Nanda, Safa, Syafiqah, Leni, Maya**). Terima kasih telah menjadi teman dekat dan akrab selama masa perkuliahan saya, dan terima kasih atas semua bantuan yang telah kalian berikan sepanjang hidup saya. Terimakasih juga atas semua kenangan dan cerita yang telah kita alami bersama. Saya ingin membagikan setiap kebaikan yang telah kalian berikan kepada saya, karena sangat menyenangkan bisa berteman dan bertemu

dengan kalian selama ini. Saya ingin mengucapkan terima kasih atas semua bantuan yang kalian berikan selama proses penulisan dan penyelesaian skripsi ini.

10. Keluarga KKNT 110 Universitas Hasanuddin BPJS Ketenagakerjaan Kecamatan Ujung Tanah (**Adel, Bryan, Dina, Lilis, Najwah, Tri Wijanarko**). Terima kasih atas seluruh doa, dukungan, saran, bantuan yang selalu kalian berikan kepada saya, senang rasanya bisa kenal kalian untuk jadi teman berjuang. Terimakasih atas seluruh kenangan dan cerita yang sudah kita lalui dari KKN sampai saat ini. Terimakasih untuk selalu ada dikala senang dan sedih selama kita berteman.
11. Kepada keluarga besar **Unit Kegiatan Mahasiswa Bulutangkis Universitas Hasanuddin (UKMB Unhas)**, terimakasih atas kesempatannya untuk menjadi salah satu anggota badan pengurus periode 2023, melalui kepengurusan tersebut segala suka duka yang dihadapi dalam pelaksanaan program kerja membuahkan banyak manfaat positif mengenai keorganisasian yang semoga dapat saya jadikan bekal untuk masa depan.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang turut membantu dan membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
13. Alamamater tercinta Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.
14. Terakhir untuk diri ini, terimakasih sudah bisa bertahan sampai detik ini, seluruh perjuanganmu tidak akan sia – sia. Terimakasih untuk selalu bangkit disaat kesulitan, seluruh air matamu sudah ada hasilnya.

Terimakasih untuk selalu memotivasi diri ini untuk selalu semangat menulis dan menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

NICHOLAS SAPUTRA CHAN. *Pengaruh Terpaan Konten Channel Youtube The Lazy Monday Terhadap Kemampuan Literasi Game Digital Gamers Indonesia. (Dibimbing oleh Nosakros Arya dan Rahmatul Furqan).*

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh terpaan konten channel Youtube The Lazy Monday terhadap kemampuan literasi game digital gamers Indonesia dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kemampuan literasi game digital gamers Indonesia ketika mendapatkan terpaan konten channel Youtube The Lazy Monday.

Penelitian ini kurang lebih dilakukan selama kurang lebih empat bulan yaitu dari bulan Maret 2024 hingga Juni 2024. Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif melalui pengolahan data pada kuesioner yang dibuat. Data yang terkumpul kemudian dilakukan pengujian yaitu, uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi pearson, uji regresi linear, uji pengaruh, dan uji t. Data pendukung (data sekunder) dalam penelitian ini diperoleh melalui media studi pustaka untuk mendapatkan teori-teori yang relevan dan datadata yang didapat digunakan untuk menyelesaikan penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil perhitungan mengindikasikan bahwa terdapat korelasi atau hubungan yang sangat kuat antara terpaan konten channel Youtube The Lazy Monday terhadap kemampuan literasi game digital gamers Indonesia. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian korelasi pearson product moment yang menunjukkan angka sebesar 0.936, yang dimana menurut Sugiyono bahwa hubungan antara variabel dengan interval 0,80 – 1000 dikatakan sangat kuat.

Kata Kunci: Terpaan Konten, The Lazy Monday, Gamers Indonesia, Kemampuan Literasi Game Digital, Youtube

ABSTRACT

NICHOLAS SAPUTRA CHAN. *The influence of exposure to The Lazy Monday YouTube channel content on the digital game literacy abilities of Indonesian gamers. (Supervised by Nosakros Arya and Rahmatul Furqan).*

The purpose of this study was to find out how the exposure to The Lazy Monday YouTube channel content influenced the digital game literacy abilities of Indonesian gamers and to find out what factors influence the digital game literacy abilities of Indonesian gamers when receiving an exposure from The Lazy Monday Youtube Channel.

This research was more or less conducted for approximately four months, from March 2024 to June 2024. The method used in this study is a quantitative method with a descriptive approach through data processing on the questionnaire made. The collected data is then tested, namely, validity test, reliability test, pearson correlation test, linear regression test, influence test, and t test. Supporting data (secondary data) in this study was obtained through literature study media to obtain relevant theories and the data obtained were used to complete the research.

The results of this study show that the calculation results indicate that there is a very strong correlation or relationship between The Lazy Monday YouTube channel content exposure influence on the digital game literacy abilities of Indonesian gamers. This is evidenced by the results of the pearson product moment correlation test which shows a number of 0.936, which according to Sugiyono that the relationship between variables with an interval of 0.80 – 1000 is said to be very strong.

Keywords: Content Exposure, The Lazy Monday, Indonesian Gamers, Digital Gaming Literacy, Youtube

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	II
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	III
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI	IV
PERNYATAAN KEASLIAN	V
KATA PENGANTAR	VI
ABSTRAK.....	XI
ABSTRACT	XII
DAFTAR ISI.....	XIII
DAFTAR TABEL	XVI
DAFTAR GAMBAR	XVIII
DAFTAR LAMPIRAN	XX
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Kerangka Operasional	10
E. Hipotesis	16
F. Definisi Operasional	16
G. Metode Penelitian.....	17

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Video Game.....	22
2.1.1 Definisi Video Game.....	22
2.1.2 Sejarah Perkembangan Video Game.....	23
2.1.3 Jenis-Jenis Video Game.....	32
2.2 Fanbase.....	36
2.2.1 Definisi Fanbase.....	36
2.2.2 Peran Fanbase dalam Video Game.....	37
2.3 Literasi Digital.....	39
2.3.1 Definisi & Elemen & Dimensi Literasi Digital.....	39
2.3.2 Literasi Digital dalam <i>Video Game</i>	43
2.4 Teori S-O-R.....	44
2.5 Media Youtube.....	46
2.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	48
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	51
3.1 Gambaran Umum Fanbase The Lazy Monday.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Uji Validitas.....	55
4.2 Uji Reliabilitas.....	57
4.3 Identitas Responden.....	59
4.4 Hasil Penelitian.....	60
4.4.1 Analisis Deskriptif Variabel X (Terpaan Media Konten Channel Youtube The Lazy Monday).....	60
4.4.2 Analisis Deskriptif Variabel Y (Kemampuan Literasi Game Digital Gamers Indonesia).....	79

4.5	Analisis Data	93
4.5.1	Uji Korelasi	93
4.5.2	Uji Regresi Linear Sederhana.....	94
4.5.3	Uji Pengaruh.....	95
4.6	Uji Hipotesis (Uji-t)	95
4.7	Pembahasan Penelitian.....	96
BAB V PENUTUP		102
5.1	Kesimpulan.....	102
5.2	Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....		106
LAMPIRAN		112

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
Tabel 1 Definisi Operasional	16
Tabel 2 Pemberian Skor Kuisisioner	18
Tabel 3 Prediksi Jumlah Pendapatan Video Game 2018-2028	24
Tabel 4 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	48
Tabel 5 Hasil Penghitungan Uji Validitas Variabel X	56
Tabel 6 Hasil Penghitungan Uji Validitas Variabel Y	57
Tabel 8 Uji Reliabilitas Variabel	58
Tabel 9 Rekapitulasi Indikator Terpaan Media	61
Tabel 10 Pernyataan Kuesioner Nomor 1	61
Tabel 11 Pernyataan Kuesioner Nomor 2	62
Tabel 12 Pernyataan Kuesioner Nomor 3	63
Tabel 14 Pernyataan Kuesioner Nomor 4	64
Tabel 15 Pernyataan Kuesioner Nomor 5	65
Tabel 16 Pernyataan Kuesioner Nomor 6	66
Tabel 18 Pernyataan Kuesioner Nomor 7	68
Tabel 19 Pernyataan Kuesioner Nomor 8	69
Tabel 20 Pernyataan Kuesioner Nomor 9	70
Tabel 22 Pernyataan Kuesioner Nomor 10	71

Tabel 23 Pernyataan Kuesioner Nomor 11	72
Tabel 24 Pernyataan Kuesioner Nomor 12	73
Tabel 26 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Indikator (X) Terpaan Konten Channel Youtube The Lazy Monday	74
Tabel 27 Rekapitulasi Indikator Kemampuan Literasi Game Digital	79
Tabel 28 Kuesioner Penelitian Nomor 13	79
Tabel 29 Kuesioner Penelitian Nomor 14	80
Tabel 30 Kuesioner Penelitian Nomor 15	81
Tabel 31 Kuesioner Penelitian Nomor 16	83
Tabel 32 Kuesioner Penelitian Nomor 17	83
Tabel 33 Kuesioner Penelitian Nomor 18	84
Tabel 34 Kuesioner Penelitian Nomor 19	86
Tabel 35 Kuesioner Penelitian Nomor 20	87
Tabel 36 Kuesioner Penelitian Nomor 21	88
Tabel 37 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel (Y) Kemampuan Literasi Game Digital	88
Tabel 38 Koefisien Korelasi Dan Taksirannya	93
Tabel 39 Analisis Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	94
Tabel 40 Tabel Anova Uji Regresi Linear	94
Tabel 41 Uji Pengaruh	95
Tabel 42 Hasil Pengujian Hipotesis Uji-T	96

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
Gambar 1 Penyebaran Jumlah <i>Gamers</i> Di Dunia.....	2
Gambar 2 Negara Dengan Jumlah <i>Gamers</i> Terbanyak Di Dunia Tahun 2022	3
Gambar 3 <i>Colombine High School Massacre 1999</i>	4
Gambar 4 Berbagai Fanbase/Forum Gaming Di Dunia	5
Gambar 5 <i>Homepage Akun Youtube The Lazy Monday</i>	6
Gambar 6 Kerangka Penelitian.....	15
Gambar 7 Jumlah <i>Subscribers</i> Channel Youtube The Lazy Monday	19
Gambar 8 Rumus Slovin	20
Gambar 9 <i>Video Game Tennis For Two</i>	25
Gambar 10 <i>Video Game Pong</i>	26
Gambar 11 <i>Space Invader</i>	26
Gambar 12 <i>Video Game Crash Of 1983</i>	27
Gambar 13 <i>Lan Party</i>	29
Gambar 14 Permainan <i>Virtual Reality</i>	31
Gambar 15 Berbagai Konsol <i>Arcade</i>	33
Gambar 16 Elemen Literasi Digital Steve Wheeler	41
Gambar 16 Elemen Literasi Digital Steve Wheeler	42
Gambar 17 3 Dimensi Literasi Digital	42

Gambar 18 Model Dasar Teori S-O-R.....	46
Gambar 19 Logo The Lazy Monday.....	51
Gambar 20 Segmen Youtube The Lazy Monday.....	54
Gambar 21 Rumus Korelasi <i>Product Moment</i>	55
Gambar 22 Rumus <i>Cronbach Alpha</i>	58
Gambar 23 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Gambar 24 Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
Lampiran 1	1
Lampiran 2	2
Lampiran 3	9
Lampiran 4	44
Lampiran 5	45
Lampiran 6	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi yang berkembang pesat di era saat ini memberikan dampak yang cukup besar terhadap perkembangan industri *entertainment*. Salah satu industri *entertainment* yang merasakan dampak dari kemajuan teknologi yaitu *video game*. *Video game* sendiri merupakan sebuah permainan elektronik yang melibatkan interaksi pengguna dengan *hardware input* untuk menghasilkan *visual & sound feedback* yang ditampilkan disebuah perangkat keras seperti televisi, monitor, headset dan lainnya (The Wrap, 2016).

Video game telah menjadi salah satu wujud dari media digital yang sudah populer sejak tahun 1970-an dengan munculnya *video game arcade* dan *video game console* (History, 2022). Kemudian *video game console* menjadi populer pada tahun 1970-an, menandai dimulainya generasi *video game modern* (Insan, 2010) Sampai saat ini, *video game* telah memberikan nilai *entertainment* yang cukup efektif kepada anak-anak dan orang dewasa selama bertahun-tahun dan terus berkembang seiring kemajuan teknologi (Beattie, 2021).

Kedigdayaan dari industri *video game* sebagai media yang bergerak dalam bidang *entertainment* perlahan-lahan mulai mengalahkan industri-industri hiburan lainnya seperti film dan musik (Zackariasson & Wilson, 2012). Dilansir dari *website Games Industry* (2023), pendapatan pasar *video game* secara global mencapai US\$183 miliar pada tahun 2022. Angka tersebut jauh melampaui apa yang dihasilkan industri musik dan film dengan industri musik hanya meraup

penghasilan sebesar US\$31,2 miliar di tahun 2022 (Statista, 2023), sementara industri perfilman mengantongi pemasukan sebesar US\$26 miliar (IMDB, 2023).

Pendapatan yang didapatkan oleh industri *video game* disebabkan oleh dari banyaknya jumlah *gamers* yang tersebar diberbagai negara. Berdasarkan data dari Newzoo, disebutkan bahwa kurang lebih terdapat sekitar 3,3 miliar orang yang bermain *game* di seluruh dunia dan sebanyak 53% dari total *gamers* di dunia berasal dari kawasan Asia-Pasifik.



Gambar 1 Penyebaran Jumlah *Gamers* di Dunia
Sumber : Newzoo Global Games Market Report 2023

Di kawasan Asia-Pasifik, Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki sejarah panjang terhadap industri video game. Ketua Umum Asosiasi Game Indonesia (AGI) Andi Suryanto menjelaskan bahwa sejarah industri game di Tanah Air bisa ditarik 15 tahun ke belakang, ditandai dengan mulainya era 1990-an ketika game konsol seperti *Nintendo* dan *Playstation* mulai memasuki pasar Indonesia yang penjualannya cukup sukses sampai munculnya era *game online* pada awal tahun 2000-an (Voi, 2022).

Perkembangan industri *video game* yang dialami oleh Indonesia menyebabkan pertumbuhan yang pesat terhadap jumlah pemainnya. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *We Are Social*, pada tahun 2022 Indonesia menjadi negara dengan jumlah pemain *video game* terbanyak kedua di dunia (Databoks, 2022). Pada pertengahan 2023, data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Indonesia mencapai 278,69 juta jiwa dan diperkirakan jumlah *gamers* di Indonesia pada 2022 mencapai 180 juta orang. Data tersebut membuktikan bahwa sekitar 64,5% penduduk Indonesia merupakan penikmat *video game* (Hybrid, 2023).



Gambar 2 Negara dengan Jumlah *Gamers* Terbanyak di Dunia Tahun 2022
 Sumber : Goodstats.com

Kesuksesan dari industri *video game* mendapatkan rintangan yang cukup berat pada masa awal kemunculannya. Pada masa itu, *video game* sering dikaitkan dengan stereotip dan prasangka bahwa bermain *video game* menjadi inspirasi dari kasus-kasus kekerasan, seperti peristiwa pembantaian *Colombine High School Massacre 1999* yang pada saat itu dianggap sebagai peristiwa pembunuhan massal di sekolah terburuk sepanjang sejarah Amerika Serikat (History,2009).



Gambar 3 *Colombine High School Massacre 1999*

Sumber : The Guardian

Stigma-stigma negatif ini menghantui para gamers sampai dengan munculnya *fanbase-fanbase gaming* yang menjadi tempat "*safe heaven*" bagi para gamers dan melalui sebuah platform yang dibuat oleh sebuah *fanbase gaming*, mereka memberikan edukasi yang bertujuan untuk menciptakan ruang yang aman bagi para fans, dan mempromosikan perilaku yang positif di dalam komunitas *gaming* (Hybrid, 2022).

Kemunculan dari *fanbase gaming* ini disebabkan oleh kepopuleran dari industri *video game* itu sendiri yang secara tidak langsung membuat para penggemar *game-game* tertentu menciptakan sebuah fanbase/komunitas. Hal ini senada dengan pernyataan dari Nutt dan Railton (2003) yang berpendapat bahwa penggemar *game* tertentu membuat situs web, membentuk grup diskusi, dan bertukar informasi satu sama lain. Handayani (2018) menambahkan bahwa *fanbase* dan para anggotanya saat ini cenderung aktif terlibat dalam diskusi,

\berbagi informasi, dan membuat situs web yang didedikasikan untuk *game* tertentu.

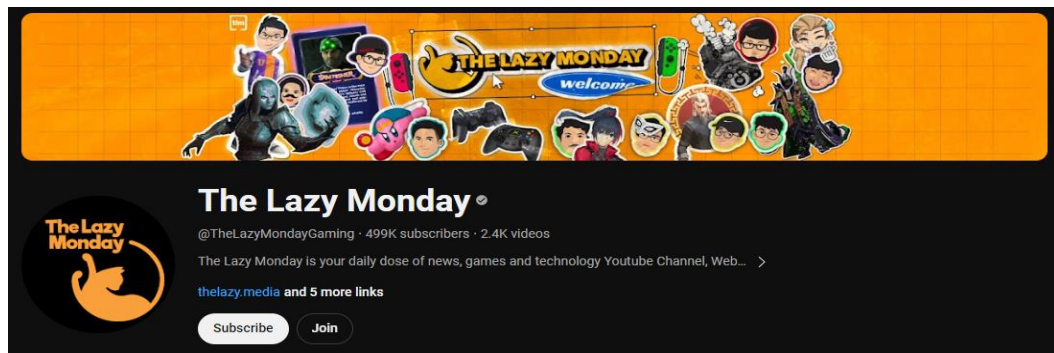
Hadirnya platform media sosial dan forum-forum online, seperti Facebook, Instagram, Twitter, Discord, Reddit, YouTube, dan lainnya, semakin memperkuat kehadiran dari *fanbase gaming* yang tersebar diberbagai wilayah. Herman (2020) mengatakan bahwa *fanbase gaming* memanfaatkan platform media sosial sebagai cara berkomunikasi kepada khalayak dengan cara berbagi konten, informasi, dan berkomunikasi.



Gambar 4 Berbagai Fanbase/Forum Gaming di Dunia
Sumber : Gamedesigning.com

Salah satu contoh *fanbase gaming* di Indonesia yang cukup aktif yaitu The Lazy Monday. The Lazy Monday merupakan *fanbase gaming* yang aktif di beberapa media sosial dan bertujuan untuk “*memberikan konten yang Informatif serta Edukatif, tapi juga tidak lupa memberikan Glimpse of fun untuk memberikan pengetahuan baru untuk para Gamers di Seluruh Indonesia dan membuat para*

Gamers lebih cerdas dan lebih luas dalam memandang sebuah Game, serta Teknologi dan Film.”



Gambar 5 Homepage Akun Youtube The Lazy Monday
Sumber : Youtube.com

Kehadiran fanbase gaming seperti The Lazy Monday ini mendapatkan respon yang cukup baik oleh para *gamers* dan khalayak karena *fanbase gaming* diasumsikan sebagai tempat berkreasinya para *influencer* atau *gamers* dengan membuat konten-konten yang didukung dan disebar dengan bantuan media sosial yang secara tidak langsung membuat para khalayak yang menonton konten tersebut mendapatkan manfaat yaitu meningkatkan kemampuan literasi game digital yang mereka miliki.

Secara umum, literasi digital dapat diartikan sebagai kemampuan individu dalam menggunakan teknologi dan komunikasi digital untuk mengakses, mengelola, mengimplementasikan, menganalisis, dan mengevaluasi sebuah informasi yang diterima dari dunia digital (Binus, 2022). Dalam konteks *video game*, hal ini menyangkut tentang bagaimana kemampuan seseorang untuk memahami, menganalisis sebuah *game* atau media interaktif yang mencakup pemahaman terhadap elemen-elemen permainan, struktur naratif, serta budaya

permainan, industri game, dan dampaknya terhadap masyarakat.

Literasi game digital juga memungkinkan gamers untuk berkomunikasi secara efektif dalam lingkup masyarakat dikarenakan tidak adanya keterbatasan dalam menjangkau individu- individu (*gamers*) lainnya (Hanip, 2022). Handayani (2018) menambahkan bahwa literasi game digital memungkinkan *fanbase gaming* untuk terlibat dalam aktivitas yang lebih terstruktur dan terorganisir yang memungkinkan para penggemar untuk lebih aktif dalam berkontribusi terhadap komunitas gaming dan memperkuat identitas mereka sebagai bagian dari fanbase.

Berangkat dari penjelasan diatas, terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan peran media sosial yang berpengaruh terhadap peningkatan kemampuan literasi digital dan akan dijadikan oleh peneliti sebagai referensi penelitian ini.

Yang pertama yaitu, penelitian tentang pemanfaatan akun YouTube berkonten pembelajaran bahasa Mandarin dalam literasi digital yang diteliti oleh Primardiana H, dkk (2021) dengan judul *Pemanfaatan Akun Youtube Berkonten Pembelajaran Bahasa Mandarin Dalam Literasi Digital Pada Era Pandemi*.

Penelitian kedua membahas tentang penguatan literasi digital siswa kelas X melalui pemanfaatan akun YouTube “Little Fox Chinese” yang diteliti oleh Haqqie N.W, dkk (2022) dengan judul *Pengaruh Akun Youtube “Little Fox Chinese” Dalam Memperkuat Literasi Digital Siswa*.

Penelitian ketiga yaitu, penelitian tentang pengaruh literasi digital pada media online terhadap perilaku generasi Z dalam mencari informasi yang diteliti oleh Gunawan (2022) yang berjudul *Pengaruh Literasi Digital Pada Media Online*

Youtube Terhadap Perilaku Generasi Z Dalam Mencari Informasi Kesetaraan Gender Pada Lingkup Mahasiswa.

Penelitian yang terakhir yaitu *Analisa Aktivitas Fandom Mobile Legend Indonesia Dalam Membangun Struktur Komoditas Baru (Studi Tentang Media Baru)* yang diteliti oleh Handayani (2018).

Berdasarkan penjelasan diatas, diketahui bahwa masih terdapat beberapa penelitian yang masih kurang meneliti tentang pengaruh fanbase gaming terhadap kemampuan literasi game digital. Maka dari itu, penelitian ini berfokus kepada bagaimana terpaan dari konten channel Youtube The Lazy Monday berpengaruh terhadap kemampuan literasi game digital gamers Indonesia dan apa saja faktor-faktor kemampuan literasi game digital yang dipengaruhi dari menonton konten channel The Lazy Monday.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana terpaan konten channel Youtube The Lazy Monday berpengaruh terhadap kemampuan literasi digital gamers?
2. Bagaimana kemampuan literasi game digital gamers Indonesia dipengaruhi dari terpaan konten channel Youtube The Lazy Monday?
3. Apakah konten channel Youtube The Lazy Monday berpengaruh terhadap kemampuan literasi game digital gamers Indonesia?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan penelitian ini, antara lain :

- a. Untuk mendeskripsikan bagaimana terpaan konten channel Youtube The Lazy Monday berpengaruh terhadap kemampuan literasi digital gamers.
- b. Untuk mendeskripsikan bagaimana kemampuan literasi game digital dipengaruhi oleh konten-konten dari channel Youtube The Lazy Monday.
- c. Untuk mengetahui apakah terpaan konten channel Youtube The Lazy Monday berpengaruh terhadap kemampuan literasi game digital gamers Indonesia.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat berguna secara teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan penelitian ini, yaitu:

- 1) Kegunaan secara teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan khalayak terkait pengaruh penggunaan media baru (khususnya Youtube) sebagai media yang berpengaruh terhadap kemampuan literasi game digital.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh channel Youtube gaming terhadap kemampuan literasi game digital para gamers.
- 2) Kegunaan secara praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan mengenai peningkatan kemampuan literasi game digital melalui pemanfaatan media baru.
- b. Penelitian ini digunakan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin.

D. Kerangka Operasional

1. Teori S-O-R (Stimulus, Organism, Response)

Penelitian ini menggunakan teori S-O-R (Stimulus, Organism, Response) yang berfokuskan kepada manusia dengan meliputi komponen-komponen seperti sikap, opini, perilaku, afeksi dan konasi. (Effendy, 2003).

Asumsi dasar teori S-O-R adalah bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme (Hovland, 1953).

Teori ini mempunyai tiga elemen utama, yaitu pesan (stimulus, S), penerimaan / khalayak / komunikan (organisme / O), dan efek (respons / R). Dalam penelitian ini, jika ketiga elemen tersebut dikaitkan dan dijabarkan maka stimulus (S) berarti bagaimana terpaan konten channel Youtube The Lazy Monday merangsang/mempengaruhi kemampuan literasi game digital. Kemudian untuk organisme (O) berarti khalayak yang menonton konten channel Youtube The Lazy Monday. Untuk respons (R) berupa efek yang diharapkan terjadi, yaitu apakah konten channel Youtube The Lazy Monday berpengaruh terhadap kemampuan literasi game digital gamers Indonesia.

2. Variabel Bebas (X): Terpaan Konten Channel Youtube The Lazy Monday

Kemajuan teknologi yang berkembang pesat saat ini, memberikan dampak yang cukup besar dengan munculnya media sosial yang berdampak terhadap bagaimana khalayak berkomunikasi dan cara mendapatkan informasi. Media sosial terbukti memiliki efek terhadap cara orang berkomunikasi seperti keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan dengan bantuan pengawasan (Putra & Patmaningrum, 2018). Keunggulan yang terdapat dalam media sosial menyebabkan banyak individu/kelompok membuat konten-konten yang berpotensi meningkatkan kemampuan literasi digital untuk para penggunanya.

Kemunculan media sosial secara tidak langsung mendorong terjadinya lahirnya suatu komunitas, salah satunya yaitu munculnya fandom/fanbase online. Rahmawati (2017) mendefinisikan fanbase sebagai komunitas fans yang bergabung dalam kegiatan yang sama yakni mengagumi suatu bentuk budaya. Handayani (2018) menambahkan bahwa fans berperan sebagai tenaga kerja tanpa bayaran (*free labour*) yang secara sukarela membagi informasi dan mempromosikan produk-produk industri budaya yang mereka konsumsi.

Rakhmat (2004) menjelaskan bahwa terpaan media merupakan suatu kondisi dimana audiens diterpa oleh isi pesan dalam suatu media atau bagaimana media menerpa audiens. Abitya (2023) mendefinisikan terpaan media sebagai perilaku seseorang (audiens) dalam menggunakan media dan efektivitas secara umum menunjukkan sampai seberapa jauh tercapainya suatu tujuan yang terlebih dahulu ditentukan.

Selanjutnya Effendy (2003) dalam bukunya yang berjudul “Dinamika

Komunikasi” menjelaskan bahwa terdapat 3 efek utama yang dapat ditimbulkan oleh proses komunikasi massa dalam terpaan media, yaitu: efek kognitif, afektif, dan behaviorial.

Rosengren dalam Rahmat (2009) mengungkapkan bahwa informasi yang disampaikan melalui media dapat menimbulkan terpaan dapat diukur melalui 4 (empat) aspek, yaitu:

1. Frekuensi, meliputi rutinitas atau berapa kali seseorang menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media tersebut.
2. Durasi, meliputi berapa lama seseorang menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari sebuah media.
3. Atensi, tingkat perhatian yang diberikan seseorang dalam menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari sebuah media.
4. Motivasi, meliputi dorongan (tujuan) dalam diri seseorang yang diharapkan dapat tercapai ketika menggunakan dan mengkonsumsi isi pesan dari sebuah media.

Merujuk kepada penjelasan diatas, penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana terpaan konten channel Youtube The Lazy Monday berpengaruh terhadap kemampuan literasi game digital khalayak (gamers) di Indonesia.

3. Variabel Terikat (Y): Kemampuan Literasi Game Digital Gamers Indonesia

Yuwono (2018) dalam bukunya yang berjudul Yuk, Jadi Gamers Cerdas: Berbagi Informasi Melalui Literasi mengidentifikasi sepuluh indikator yang

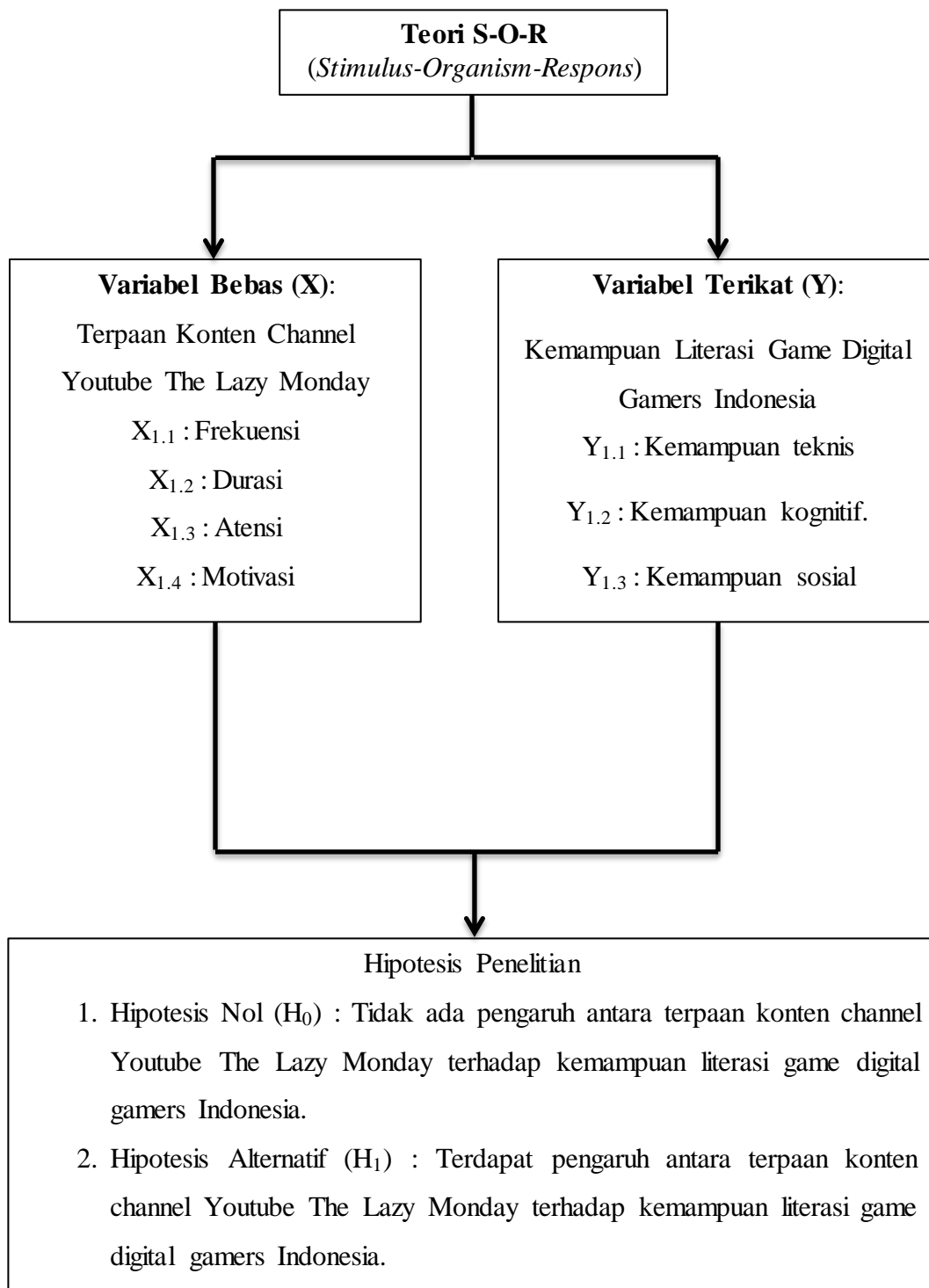
berhubungan dengan kemampuan literasi game digital, antara lain yaitu:

- 1) Mengakses, mengacu pada keterampilan teknis yang diperlukan ketika berinteraksi dengan media baru. Contohnya adalah bagaimana untuk mencari/menemukan informasi, bagaimana menggunakan teknologi informasi (misalnya internet), dan sebagainya.
- 2) Menyeleksi, kemampuan individu untuk memilih dan memilah informasi yang diduplikatnya dari media baru.
- 3) Memahami, kompetensi yang mengacu pada kemampuan individu untuk memahami makna dari konten yang didapatkan. Contohnya kemampuan untuk menangkap pesan orang lain, juga ide-ide individu yang dipublikasikan pada platform yang berbeda (misalnya buku, video, blog, Facebook, dll).
- 4) Menganalisis, mengacu pada kemampuan individu untuk menafsirkan konten-konten yang dipublikasikan oleh media baru dan menyadari cara produksi konten, format (misalnya pengembangan konten media yang menggunakan bahasa kreatif dengan aturan tertentu), dan audiens atau pengguna (misalnya interpretasi pesan media akan bervariasi pada seluruh individu) ketika mereka mendekonstruksi pesan media.
- 5) Memverifikasi, mengacu pada kemampuan individu untuk mengkombinasi konten di media baru dengan menggabungkan sudut pandang mereka sendiri dan untuk merekonstruksi pesan media. Misalnya, individu diharapkan untuk membandingkan berita dengan tema yang sama dari sumber yang berbeda.
- 6) Mengevaluasi, mengacu kepada kemampuan individu untuk

mempertanyakan, mengkritik, dan menguji kredibilitas konten di media baru.

- 7) Mendistribusikan, berkaitan dengan kemampuan individu untuk menyebarkan informasi yang mereka dapatkan.
- 8) Memproduksi, kemampuan untuk menduplikasi (sebagian atau seluruhnya) konten.
- 9) Berpartisipasi, mengacu pada kemampuan untuk terlibat secara interaktif dan kritis dalam lingkungan media baru. Misalnya, individu diharapkan untuk secara aktif ikut membangun dan memperbaiki salah satu ide-ide orang lain dalam media platform tertentu (misalnya blog, chat room, Skype, Facebook, dll).
- 10) Berkolaborasi, mengacu pada kemampuan untuk membuat konten di media baru, terutama berkaitan dengan pemahaman kritis dan mengacu pada nilai-nilai sosial budaya dan masalah ideologi.

Untuk mempermudah melihat kerangka operasional penelitian, maka peneliti menyajikan dalam bentuk bagan kerangka operasional sebagai berikut:



Gambar 6 Kerangka Penelitian

E. Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini, yaitu:

1. Hipotesis Nol (H_0) : Tidak ada pengaruh antara terpaan konten channel Youtube The Lazy Monday terhadap kemampuan literasi game digital gamers Indonesia.
2. Hipotesis Alternatif (H_1) : Terdapat pengaruh antara terpaan konten channel Youtube The Lazy Monday terhadap kemampuan literasi game digital gamers Indonesia.

F. Definisi Operasional

Tabel 1 Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1	Variabel Bebas (X): Terpaan Konten Channel Youtube The Lazy Monday	Meliputi seberapa banyak, seberapa lama, tingkat perhatian, dan tujuan seseorang dalam mengkonsumsi media .	Frekuensi Durasi Atensi Motivasi
2	Variabel Terikat (Y): Kemampuan Literasi Game Digital Gamers Indonesia.	Pemahaman dan keterampilan yang dimiliki seseorang terkait dengan permainan digital (<i>video game</i>).	Kemampuan teknis Kemampuan kognitif Kemampuan sosial.

G. Metode Penelitian

1. Waktu dan Objek Penelitian

Waktu penelitian dalam melakukan proses pengumpulan data, pengolahan data, dan penyuntingan data dilaksanakan mulai dari bulan Maret 2024 - Juni 2024.

Objek dari penelitian ini adalah gamers Indonesia yang menonton channel Youtube The Lazy Monday.

2. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif. Menurut Sujawerni (2014), penelitian kuantitatif digunakan untuk menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Peneliti menggunakan tipe kuantitatif untuk mengetahui apakah konten dari fanbase The Lazy Monday berpengaruh terhadap kemampuan literasi game digital gamers.

3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam proses penelitian, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang terbagi menjadi dua jenis data yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Kuesioner/angket, adalah alat pengumpulan data berupa serangkaian pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berisi pertanyaan terbuka, tertutup, atau kombinasi dari keduanya (Sugiyono, 2013). Adapun penyebaran kuesioner ini menggunakan format *Google*

Form yang akan disebarakan kepada responden.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari berbagai sumber yang ada sebelumnya dijadikan sebagai referensi seperti buku, jurnal maupun literatur lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

c. Skala Pengukuran

Azwar (2010) mengatakan bahwa skala adalah suatu alat pengumpulan data kuantitatif berupa sejumlah pernyataan. Skala lebih banyak dipakai untuk menamakan alat ukur atribut non-kognitif khususnya yang disajikan dalam format tulis. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert karena seperti yang diutarakan oleh Sugiyono (2013) bahwa skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap fenomena sosial.

Tabel 2 Pemberian Skor Kuisisioner

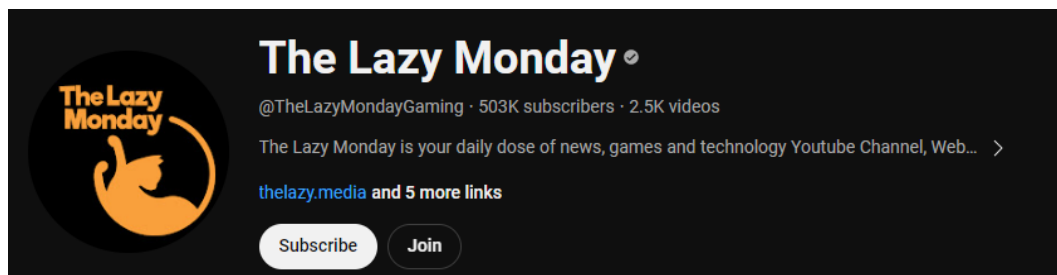
No.	Pernyataan	Nilai Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Cukup	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Skala likert berisikan pertanyaan yang harus dijawab oleh responden dengan memilih salah satu dari beberapa alternatif jawaban, yaitu: Sangat Tidak Setuju,

Tidak Setuju, Cukup, Setuju, Sangat Setuju. Masing-masing jawaban memiliki skor yang berbeda, dimulai dari 1 sampai 5.

4. Teknik Penentuan Populasi & Sampel

- a) Populasi, menurut Sugiyono (2020) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini ditetapkan sebagai langkah awal dalam menentukan sampel penelitian. Populasi pada penelitian ini merupakan jumlah *subscribers* dari channel Youtube The Lazy Monday yang berjumlah sebanyak **503.000**.



Gambar 7 Jumlah *subscribers* channel Youtube The Lazy Monday
Sumber : Youtube.com

- b) Sampel, Somantri (2006) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Terdapat beberapa cara dalam melakukan pengambilan sampel, terkhusus untuk penelitian ini peneliti memakai teknik *simple random sampling* yaitu cara pengambilan sampel dimana tiap anggota populasi diberikan kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel (Arieska, 2018). Adapun cara menentukan sampel yang akan dijadikan

responden dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan sampel. Berikut merupakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Gambar 8 Rumus Slovin

Sumber : detik.com

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir.

Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 503.000, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah **5%** dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

$$n = \frac{503.000}{1 + (503.000)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{503.000}{1 + (503.000)(0,0025)}$$

$$n = \frac{503.000}{1 + 1.257,5}$$

$$n = \frac{503.000}{1.258,5}$$

$n = 399,68$, dibulatkan oleh peneliti menjadi 400.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus slovin, dapat disimpulkan bahwa sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak **400 orang**.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis data kuantitatif deskriptif. Adapun pengertian dari teknik analisis data kuantitatif yaitu teknik yang digunakan untuk pengujian, pengukuran, dan hipotesis berdasarkan perhitungan matematika dan statistik (Dqlab, 2022).

Sebelum melakukan teknik analisis data, hasil penyebaran kuesioner perlu dilakukan pemeriksaan keabsahan data dengan melakukan **uji validitas** dan **uji reliabilitas**. Setelah itu, peneliti melakukan **uji korelasi**, **uji regresi linear sederhana**, dan **uji pengaruh**. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui hasil pengambilan keputusan pada hipotesis yang telah dibuat. Pada penelitian ini pengujian hipotesis yang digunakan adalah **uji T**.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Video Game

2.1.1 Definisi Video Game

Bergonse (2017) dalam artikelnya yang berjudul *Fifty Years On* menyebutkan bahwa *video game* merupakan sebuah mode interaksi antara pemain (*gamers*) dan sebuah mesin yang menampilkan pancaran visual elektronik atau pemain lainnya dengan mengandalkan kedekatan emosional pemainnya terhadap konteks visual yang dirasakan.

Roger Caillois (2001) dalam bukunya yang berjudul *Man, Play, and Games*: mendefinisikan *game* sebagai sebuah aktivitas yang memiliki karakteristik “bebas”, “terpisah”, “tidak pasti”, “tidak produktif”, terikat aturan, dan/atau “khayalan”. Roger Caillois membuat klasifikasi *video game* menjadi empat kategori utama, yaitu: *agôn* (kompetisi) , *alea* (peluang), *mimicry* (simulasi), dan *ilinx* (vertigo), yang selanjutnya disempurnakan dengan kecenderungan permainan kearah *paidia* (kekacauan) atau *ludus* (perintah).

Esposito (2005) memberikan pandangannya terhadap definisi dari *Video Game* yaitu merupakan sebuah permainan dimana kita (manusia) memainkannya berkat kemampuan *audiovisual* dan cerita yang terbungkus dalam *video game* tersebut.

Adapun Dictio (2021) mendefinisikan *video game* sebagai sebuah permainan yang dimainkan dengan peralatan audiovisual dan dapat didasarkan pada sebuah cerita fiksi. *Video Game* merupakan bentuk partisipatif, interaktif dan hiburan.

Ketika seseorang bermain *game*, mereka terhibur dengan berpartisipasi secara aktif. *Game* ditempatkan pada sebuah dunia buatan (*virtual world*) yang diatur melalui aturan-aturan (*rules*). Aturan tersebut menentukan tindakan atau langkah yang pemain dapat dan tidak dapat lakukan dalam sebuah *game*.

Berdasarkan opini dari para ahli mengenai definisi dari *video game*, dapat disimpulkan bahwa *video game* atau *game* tidak terpaku dengan definisi tertentu, karena banyaknya jenis *video game* dan masing-masing jenis tersebut mempunyai definisinya tersendiri.

2.1.2 Sejarah Perkembangan Video Game

Kecanggihan teknologi dan perubahan zaman membuat perkembangan dan kesuksesan industri *video game* meledak ketenarannya. Statista (2023) mengatakan bahwa faktor lainnya yang membuat akhir-akhir ini *video game* banyak diminati yaitu karena *video game* telah lama menjadi hobi umum bagi sebagian masyarakat, namun kini mencapai puncaknya dalam hal pembelanjaan (*revenue*) dan keterlibatan pengguna selama awal masa pandemi global COVID-19. Para pemain di seluruh dunia beralih ke *video game* sebagai hobi baru yang menyenangkan, untuk terhubung dengan teman dan keluarga, atau untuk menjalin pertemanan baru ketika berbagai peraturan pembatasan sosial (*social distancing*) diberlakukan di seluruh dunia.

Hal ini dibuktikan dari data yang diambil oleh *website* bankmycell.com yang memperkirakan bahwa pendapatan yang disumbangkan oleh industri *video game* pada periode tahun 2018-2028 akan terus meningkat secara tiap tahunnya.

Tabel 3 Prediksi Jumlah Pendapatan Video Game 2018-2028*Sumber : bankmycell.com*

Tahun	Jumlah Pendapatan
2028	625.64
2027	584.60
2026	542.21
2025	502.08
2024	455.27
2023	406.20
2022	361.76
2021	369.97
2020	321.61
2019	265.21
2018	242.52

Pendapatan global di segmen pasar *video game* diperkirakan akan terus meningkat antara tahun 2023 dan 2028 dengan total 219,4 miliar dolar AS (+54,01 persen). Setelah kenaikan enam tahun berturut-turut, indikator ini diperkirakan mencapai 625,64 miliar dolar AS pada tahun 2028 (Statista, 2023).

Medium (2023) mengklasifikan sejarah *video game* menjadi 4 periode, yaitu:

- 1) *The Emergence of Early Video Games* (the 1940s-1970s)

Awal lahirnya *video game* berkaitan erat dengan perkembangan komputer itu sendiri. Sejarah *video game* pertama kali bermula pada komputer digital

elektronik pertama bernama *Colossus* dan *ENIAC* yang dibuat selama Perang Dunia Kedua untuk membantu sekutu untuk melawan kekuatan *Axis*. Kemudian, setelah perang selesai, penyebaran arsitektur program yang disimpan pertama kali pada University of Manchester, Cambridge University, University of Pennsylvania, dan Princeton University yang memungkinkan komputer untuk diprogram dengan mudah untuk menjalankan pekerjaan yang bervariasi yang memfasilitasi komersialisasi komputer di awal tahun 1950an oleh beberapa perusahaan seperti Ferranti, IBM, dan juga Remington Rand. (Sobatgame, 2024).

Pada waktu itu, *game* komputer terdiri dari tiga kategori di antaranya program pelatihan dan instruksional, program penelitian di lapangan seperti kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), dan program demonstrasi yang dimaksudkan untuk menghibur masyarakat. *Tennis for Two*, yang muncul pada tahun 1958 merupakan *video game* pertama yang diprogram khusus untuk hiburan. Setelah itu, *Tennis for Two* dilupakan selama 20 tahun, namun kini dianggap oleh banyak orang sebagai *video game* pertama yang diciptakan (Medium, 2023).

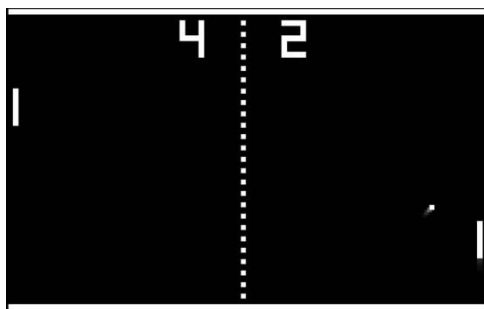


Gambar 9 *Video Game Tennis For Two*
Sumber : Kompas.com

2) *Rise of Arcade & Video Game Consoles* (1970s-1990s)

Akhir tahun 1970-an dan awal 1980-an menandai peristiwa penting dalam sejarah *video game* dengan diperkenalkannya konsol *video game*. Salah satu perusahaan *video game* yang turut memiliki andil yang besar terhadap kemunculan konsol game yaitu Atari.

Pada tahun 1972, perusahaan Atari didirikan dan perusahaan ini tidak hanya mendominasi industri *video game* selama dekade berikutnya, tetapi juga mengembangkan Pong, *game* pertama yang sukses secara global. Meskipun ide untuk permainan ini bukanlah hal yang baru, Atari mengintegrasikan komputer, bersama dengan layar tampilan, ke dalam kotak dengan slot koin sehingga menciptakan sebuah mesin *video game* (*arcade game*) lalu ditambah dengan kemunculan permainan *Space Invaders* (1978) menandai dimulainya masa keemasan arcade pada tahun 1980-an (Frozzaholic, 2015).



Gambar 10 *Video Game Pong*
Sumber : Imaginarycloud.com



Gambar 11 *Space Invader*
Sumber : Wired.com

Seiring dengan kesuksesan dari industri *video game*, teknologi komputer turut mengalami kemajuan yang signifikan, dengan berdirinya *Apple* pada tahun 1976 dan berkembangnya mikroprosesor yang menjadi komponen penting dalam konsol *video game*. Salah satu buktinya yaitu pada pertengahan tahun 1970an,

game *ball-and-paddle* sangat populer dan akhirnya melanjutkan pengembangan mikrochip yang bisa digabungkan pada konsol game. Atari memasuki pasar rumahan pada tahun 1975 dengan sistem chip tunggal bernama *Home Pong* yang dikembangkan oleh Harold Lee. Atari berhasil memanfaatkan momentum dengan merilis konsol rumah Atari 2600 yang diluncurkan pada tahun 1977 dan sudah dimainkan oleh lebih dari 30 juta orang (Mycarrier, 2022).

Kesuksesan dari konsol *video game* menyebabkan banyaknya game klasik yang dirilis pada tahun 1980an: Pac-Man (1980), Ultima (1980), Mario Bros (1983), Tetris (1984) dan SimCity (1989). Pada awal dekade ini, pasar *video game* tidak hanya dibanjiri dengan konsol baru yang tak terhitung jumlahnya, tetapi komputer rumahan yang semakin murah dan bertenaga mulai bermunculan.

Pada tahun 1983, pasar konsol mengalami keruntuhan. Banyak perusahaan, di antaranya industri papan atas dan pionir permainan Atari mengalami kebangkrutan. Puncaknya yaitu pada saat Atari merilis game E.T. (1982), yang sampai sekarang masih dianggap sebagai video game terburuk sepanjang masa berkat grafisnya yang buruk dan *gameplay* yang rumit. Peristiwa ini pada saat itu dikenal sebagai *Video game crash of 1983* (InterestingEngineering, 2023).



Gambar 12 *Video Game Crash of 1983*

Sumber : Videogameguy.com

Kebangkitan industri *video game* dimulai dari puing-puing kehancuran

industri video game tersebut yang memunculkan perusahaan Commodore, dengan konsol *Commodore 64* (1982), dan Nintendo, dengan konsol *Nintendo Entertainment System*, atau NES (1985). Dengan teknologi yang lebih canggih, permainan ini berkembang ke ranah baru; *gameplay* dan grafis menjadi lebih inovatif. Setiap *game* memiliki karakternya sendiri dan cerita yang lebih kompleks. Kebanyakan genre yang kita kenal sekarang berasal dari periode ini.

Video game memasuki dimensi baru karena pada paruh kedua dekade ini, grafik menjadi tiga dimensi. Pemain sekarang dapat bergerak dalam tiga arah, bukan dua arah. Dunia game terlihat lebih realistis dan menawarkan kemungkinan yang lebih kompleks. Produsen konsol dan game bersaing untuk mendapatkan keuntungan dari pasar yang terus berkembang (Wired, 2020).

Pada tahun 1994, Sony meluncurkan konsol pertama mereka yaitu PlayStation yang secara teknis dan grafis merupakan lompatan besar dibandingkan konsol yang sudah ada. Sebagai pemain baru, Sony dengan PlayStation-nya mendapatkan penjualan yang sangat baik, salah satu penyebab larisnya Sony PlayStation adalah jumlah game yang begitu banyak yang membuat para konsumennya tertarik, mulai dari *Crash Bandicoot*, *Metal Gear Solid*, *Resident Evil*, dan lainnya. Maka dari itu, PlayStation sampai saat ini bisa dibilang sebagai salah satu konsol dengan penjualan terbaik sepanjang masa (Gamingbolt, 2019).

3) *Evolution of Online Gaming* (The late 1990s-2000s)

Online gaming sudah ada sejak tahun 1940, ketika game *Nimtron* yang memungkinkan untuk merasakan permainan yang menggunakan matematika.

Sejak saat itu, konsep *online gaming* mulai berkembang, dan pada tahun 1952 game online kedua dirilis dengan nama OXO. Sejak itu, perkembangan game online mengalami titik baliknya. Banyak orang pada saat itu tidak hanya terhibur dengan ide bermain online, tetapi juga dengan konsep bisa mengakses berbagai game online (NerdStash, 2021).

Dengan munculnya internet, permainan *multiplayer* melalui jaringan *network* benar-benar berkembang pesat dengan dirilisnya *Pathway to Darkness* pada tahun 1993, dan lahirnya “*LAN Party*”. Permainan LAN menjadi lebih populer dengan dirilisnya *Marathon* di Macintosh pada tahun 1994 dan terutama setelah game dengan genre *first-person multiplayer shooter* yang bernama Quake yang diluncurkan pada tahun 1996. Revolusi sebenarnya terjadi ketika jaringan LAN, dan kemudian internet membuat populer game berbasis *multiplayer* yang membawa *fanbase gaming* ke level baru karena memungkinkan pemain untuk bersaing dan berinteraksi dari komputer yang berbeda, sehingga meningkatkan aspek sosial dari *game* itu sendiri. (Techcrunch, 2015).



Gambar 13 *LAN Party*
Sumber : Dazeddigital.com

Munculnya koneksi internet berkecepatan tinggi ikut merevolusi game online pada tahun 2000. *Gamers* kini dapat menikmati *gameplay* yang lebih lancar, pengurangan *lag*, serta pengunduhan dan pengunggahan yang lebih cepat. Hal

tersebut mengantarkan era baru di dunia *online gaming* dimana dunia virtual terasa lebih realistis dan menarik. Ditambah lagi para *gamers* kini dapat terhubung dengan satu sama lainnya dari seluruh dunia dan berbagi pengalaman bermain game secara mendalam (Robots.net, 2023).

4) *Modern Gaming: Cloud Gaming & Virtual Reality* (2010s-Present)

Dengan semakin berkembangnya teknologi, muncul sebuah konsep bernama *cloud gaming* yang termasuk kedalam jenis permainan *online*. Saat ini ada dua jenis utama *game cloud*: (1) *game* berbasis *cloud* pada *video streaming* dan *game cloud* berdasarkan *file streaming*. *Cloud gaming* bertujuan untuk memberikan kemampuan bermain langsung di berbagai perangkat tanpa memerlukan sebuah konsol game (Binus, 2020).

Cloud gaming pertama kali diperkenalkan pada tahun 2000 oleh G-cluster di Electronic Entertainment Expo (E3). Pada waktu itu, G-cluster menyediakan layanan *cloud gaming* dengan memanfaatkan teknologi *Wi-Fi*. Perkembangannya bisa dibilang tidak begitu cepat, sehingga lama untuk bisa dikenal publik. *Developer video game* Crytek kemudian melakukan pengembangan *sistem cloud gaming* yang dimulai pada tahun 2005 yang ditujukan untuk *Crysis*. Namun akibat ketersediaan infrastruktur jaringan internet yang kurang memadai membuat pengembangan dihentikan pada 2007.

Perkembangan besar terjadi mulai tahun 2010 dimana *OnLive* diperkenalkan ke publik secara resmi. *OnLive* dikembangkan oleh perusahaan Rearden. Untuk mengaksesnya, pengguna memerlukan perangkat komputer baik Mac atau Windows yang memakai prosesor Intel. Pengguna juga bisa menghubungkan

dengan televisi memakai OnLive MicroConsole. Terdapat beberapa perusahaan video gim yang mendukung platform ini seperti Epic, Atari, EA, Ubisoft dan lainnya.

Pada tahun 2015, Sony Computer Entertainment resmi menjadi pemilik hak paten OnLive. Beberapa perusahaan teknologi juga meramaikan terobosan baru ini dengan meluncurkan proyek mereka masing-masing. Perusahaan tersebut di antaranya adalah: SFR, Nvidia, Google hingga Microsoft. Saat ini, penyedia *cloud gaming* bisa dikatakan berkembang pesat, bahkan sudah banyak tersedia di Asia (Esportnesia, 2020).

Konsep *Virtual Reality* untuk video game sebenarnya sudah dikembangkan sejak tahun 90an, namun harganya yang tinggi dan perangkat yang tidak praktis pada saat itu menyebabkan konsep ini tidak dilirik oleh para *developer*. Salah satu percobaan awal pemanfaatan teknologi ini adalah dengan dirilisnya perangkat Virtual Boy oleh Nintendo pada tahun 1996, yang menggunakan layar stereoskopik monokrom hitam merah untuk menampilkan ilusi 3 dimensi. Perangkat ini dianggap tidak praktis dan gagal menarik *developer* sehingga menyebabkan kegagalan secara finansial untuk Nintendo.



Gambar 14 Permainan *Virtual Reality*
Sumber : Geekwire.com

Virtual Reality baru kembali populer setelah Palmer Luckey, membuat perangkat VR Oculus Rift di tahun 2010, dan terbukti populer hingga perusahaan dan teknologinya dibeli oleh Facebook seharga \$2 Miliar pada tahun 2014. Selain Oculus Rift, beberapa perangkat VR lain yang populer adalah HTC Vive dan Playstation VR. Grand View Research memperkirakan pasar VR akan terus berkembang hingga mencapai nilai \$62 Milyar di tahun 2027 (Arsanesia, 2022).

2.1.3 Jenis-Jenis Video Game

Seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya minat terhadap pasar industri *video game*, faktor-faktor tersebut menyebabkan munculnya banyak inovasi agar permintaan pasar tetap terpenuhi, salah satunya yaitu dengan munculnya beragam jenis *platform* dan *genre* yang menjadi salah satu faktor kesuksesan dari industri *video game* itu sendiri. Geoff King dan Tanya Kryzwinska (2002) dalam jurnal mereka yang berjudul *Computer Games / Cinema / Interfaces*, membedakan jenis video game berdasarkan 2 jenis, yaitu berdasarkan dari *platform* dan *genre*.

Menurut Sulistyono (2010) terdapat beberapa jenis game berdasarkan *platform* yang digunakan, antara lain:

1) *Arcade game*

Arcade game merupakan sebuah *platform game* yang menggunakan sebuah mesin elektronik yang dilengkapi tombol-tombol sebagai kontrolernya serta membutuhkan koin untuk memainkannya. *Arcade game* sempat menjadi primadona para *gamers* di era akhir 70-an, 80-an dan awal 90-an. Berbagai judul game arcade yang paling populer dimainkan pada saat itu antara lain: Pac-Man,

Space Invaders, Super Mario Bros, Street Fighter, Donkey Kong, dan berbagai judul lainnya. (Gamesetting, 2014).



Gambar 15 Berbagai konsol *arcade*
Sumber : Kotaku.com

2) *Console Game*

Console game merupakan sebuah *platform game* yang dimainkan pada konsol yang dirancang khusus dengan spesifikasi tertentu dan berbagai aksesoris yang memungkinkan untuk memainkan sebuah *video game*. *Console game* pertama kali dibuat oleh Atari, kemudian dilanjutkan dengan Nintendo yang sempat merajai pasaran pada tahun 1985-1989. *Console game* modern saat ini dikuasai oleh 3 perusahaan besar antara lain adalah PlayStation buatan Sony dan Xbox buatan Microsoft dan Nintendo dengan Switch. Konsol permainan dibagi menjadi dua bentuk yaitu *handheld game console* atau konsol game yang dapat dimainkan dimana saja (portabel) dan *home video game console* atau konsol game yang hanya dapat dimainkan di rumah (Vice, 2018).

3) *PC Game*

PC (*Personal Computer*) *game* merupakan sebuah permainan yang dimainkan pada komputer pribadi, seperti desktop atau laptop. *PC games* dapat

memiliki grafik dan kualitas permainan yang lebih tinggi dibandingkan dengan konsol permainan, namun memerlukan perangkat yang lebih mahal dan kompleks. *Video game* di PC pada umumnya juga dapat menjadi lebih mudah untuk dimodifikasi (mod) dan dikembangkan oleh pengguna, sehingga menjadi platform yang populer untuk pengembangan permainan indie dan modifikasi permainan yang sudah ada (Pricebook, 2023).

4) *Mobile Game*

Mobile games merupakan sebuah platform dimana *video game* dimainkan pada alat komunikasi seperti *smartphone* atau tablet. *Mobile game* lahir pada tahun 2000 dan terus tumbuh sampai saat ini karena berbagai fitur pada *mobile games* yang dikembangkannya dan kemudahan dalam memainkannya dimana saja dan kapan saja. Salah satu fitur yang lekat dalam beberapa *mobile games* adalah '*freemium*' atau 'model bisnis non-paket' yang merupakan layanan dasar bebas untuk digunakan dan pengguna diperkenankan untuk membayar biaya tambahan untuk menggunakan layanan premium. Sistem biaya yang diterapkan adalah bulanan atau terkadang pembayaran ditujukan untuk layanan yang lebih tinggi/baik. Selain itu, karakteristik utama model *freemium mobile game* adalah pembelian barang dalam game tersebut atau yang biasa disebut sistem *microtransactions* (Febui, 2018).

Sedangkan untuk jenis game berdasarkan *genre*, antara lain:

1) Action

Salah satu *genre video game* yang paling populer. Dalam kebanyakan *action game*, kendali ada di tangan pemain dan menjadi pusat aksi. Hal itu karena *action*

game biasanya menekankan pada tantangan refleks pemain, koordinasi tangan dan mata, serta waktu reaksi. *Action game* memiliki beberapa sub-genre yang biasanya berasal dari campuran genre-genre *video game* lainnya, seperti: *action-adventure*, *action-stealth*, *action-RPG*, *action-horror*, dan lainnya (Carisinyal, 2020)

2) Fighting

Fighting game adalah jenis permainan yang melibatkan perkelahian antara dua atau lebih karakter. Permainan ini mengandalkan sistem kombat yang menggunakan mekanisme seperti blok, serangan balik, dan serangan dalam bentuk "kombo". Permainan *fighting* menjadi genre *video game* yang paling populer pada zaman 90-an, khususnya pada zaman *arcade game*. Contoh-contoh permainan *fighting* populer antara lain *Street Fighter*, *Mortal Kombat*, *Super Smash Bros.*, dan *Tekken* (Esportnesia, 2019).

3) Third/First Person Shooter

Third-person shooter (TPS) dan *first-person shooter* (FPS) adalah dua genre *video game* yang cukup populer dan memiliki jumlah pemain yang cukup banyak. Dalam *game* yang mengusung *Third-person shooter* terkenal dengan gaya sinematik dan aksinya yang kacau, dan beberapa *game* mungkin menyertakan fitur *aim-assist* untuk mengimbangi sudut pandang orang ketiga. Contoh *franchise video game* terkenal yang menggunakan *Third-person shooter* yaitu: *Gears of War*, *The Division*, dan *Max Payne*. Di sisi lain, *first-person shooter* lebih dikenal karena pengalaman bermain *game* yang mendalam, yang disebabkan oleh permainan yang berlangsung mengambil sudut pandang pemain itu sendiri. Contoh *game first-person shooter* termasuk seri *Doom* dan seri *Battlefield*

(Pcmag, 2024).

2.2 Fanbase

2.2.1 Definisi Fanbase

Fanbase merupakan tempat dimana para penggemar dapat berkumpul, berinteraksi, dan mendukung secara kolektif terhadap tokoh atau fenomena yang mereka sukai. Definisi lainnya yaitu *fanbase* adalah sebuah grup yang terdiri dari orang-orang yang memiliki minat dan kesukaan yang sama terhadap tokoh publik, selebriti, atau suatu fenomena tertentu. Fanbase biasanya terbentuk di sekitar individu atau entitas tertentu yang memiliki pengaruh besar dalam industri hiburan, seperti artis musik, aktor, atau film populer. Michelle dalam bukunya yang berjudul *The Power of Fandom: Unveiling the Strength of Fanbase* mengatakan bahwa sebuah fanbase bukan hanya sekadar kelompok penggemar yang berkumpul, tetapi lebih dari itu. Ia adalah komunitas yang solid yang memiliki semangat dan dedikasi tak terbatas (Kumparan, 2023).

Fanbase secara harfiah berasal dari kata "*fan*" yang merupakan yang abreviasi dari "*fanatic*", yang berasal dari kata Latin "*fanaticus*" yang berarti "*mad*" or "*inspired by a deity*". Untuk definisi yang lengkapnya, yaitu berarti "*the person being described was insane with enthusiasm, like a religious zealot*" atau "orang yang digambarkan itu gila karena antusias, seperti seorang fanatik agama" (Vocabulary.com).

Dalam perkembangannya, "*fanatic*" diartikan sebagai suatu bentuk kepercayaan religius yang berlebihan dan menyembah kepada setiap "antusiasme yang salah dan berlebihan", yang pada akhirnya banyak menimbulkan kritik

karena melawan kepercayaan dan dianggap sebagai suatu kegilaan yang timbul dari suatu posesi atas dewa atau iblis (Nursanti, 2013).

Sama halnya dengan Techacute (2022) yang mendefinisikan “penggemar” sebagai kata untuk menggambarkan seseorang yang bersemangat atau peminat minat tertentu seperti olahraga, selebriti, musik, atau bermain game.

2.2.2 Peran Fanbase dalam Video Game

Argyrios Emmanouloudis dalam Uva (2022) mengatakan bahwa kehadiran sebuah fanbase dalam industri video game mengalami perkembangan yang pesat terutama pada masa pandemi COVID-19, membuat banyak orang beralih ke *video game* secara massal sebagai salah satu cara untuk menghibur diri mereka sendiri. Segala jenis komunitas penggemar online bermunculan seputar permainan ini.

Dilihat dari sisi bisnis, Emmanouloudis juga mengatakan bahwa para *developer* dan *publisher* dari *video game* juga mendapatkan dampak yang positif dari hadirnya fanbase-fanbase tersebut. Salah satu bentuk keuntungan yang didapatkan yaitu fanbase secara tidak sadar menjadi tim “marketing” dari video game itu sendiri.

“Fans publish that content on blogs, for example, and social media. In general, companies that make the games are very happy about this, because for them it’s free promotion of their product.”.

Emmanouloudis menambahkan bahwa fanbase juga dijadikan oleh para *developer/publisher* sebagai riset pasar dikarenakan perusahaan memperoleh informasi melalui konten buatan penggemar tentang apa yang ada dalam pikiran penggemar, seperti karakter mana yang paling disukai atau bagaimana alur cerita

baru diterima.

‘The industry can subsequently respond to that; it sometimes happens, for example, that fans protest against how the story of a game ends, and that the creators then add an alternative ending to the game.’

Kehadiran dari game online menjadi salah satu faktor pendorong dari lahirnya fanbase-fanbase gaming. Ahdiyati (2018) mengatakan bahwa interaksi dan aktivitas yang terjadi di permainan daring melahirkan komunitas-komunitas virtual yang semakin banyak dari waktu ke waktu. Kehadiran fanbase dalam game online juga menjadi hal yang positif untuk dimanfaatkan oleh para anggotanya, contohnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2018) terhadap fanbase game online Mobile Legends. Handayani mendapati bahwa

“fans dalam fandom permainan daring Mobile Legends Bang Bang (MLBB) memanfaatkan keanggotaannya di dalam fandom untuk memperoleh pengetahuan baru mengenai cara memainkan game dan selanjutnya menjadikan hal tersebut sebagai dasar untuk membangun identitas untuk meraih penghargaan dari sesama fans. Bahkan banyak dari para online mobile gamers yang merupakan anggota dari fandom tersebut yang memanfaatkan peringkatnya di game untuk meraih keuntungan finansial dengan cara menjadi joki (memainkan akun permainan daring MLBB orang lain untuk mencapai peringkat tertentu) atau menjual akun yang telah mencapai peringkat tinggi, berjualan barang-barang digital yang diperjualbelikan di dalam game (in game purchase), dan dengan cara melakukan live streaming di Youtube untuk berbagi tips skill bermain”.

Kehadiran dari media sosial juga membantu eksistensi fanbase game terus

terjaga, bahkan memperluas *influence* mereka. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya fanbase-fanbase yang muncul di platform media sosial seperti Instagram, Youtube, X (Twitter), Discord, Telegram, dan lainnya. Kehadiran media sosial seperti ini memudahkan para *gamers* untuk bergabung dalam sebuah komunitas yang tentunya dapat menambah relasi dan juga meningkatkan nilai interaksi sosial mereka.

Kehadiran fanbase di media sosial ini umumnya mereka gunakan untuk menciptakan sebuah forum dimana para *gamers* bisa berdiskusi, *mabar* (main bareng), melakukan transaksi yang berhubungan dengan game tersebut, dan membagikan *tips & trick*. Media sosial juga memungkinkan untuk fanbase tersebut menjadi *content creator*, seperti halnya fanbase The Lazy Monday yang menjadi fokus pada penelitian ini dimana The Lazy Monday menggunakan media sosial seperti Discord, Instagram, Facebook, Youtube, dan lainnya yang bertujuan untuk mengedukasi para *gamers* lewat konten-konten yang mereka buat.

2.3 Literasi Digital

2.3.1 Definisi & Elemen & Dimensi Literasi Digital

Paul Gilster (1997) dalam bukunya yang berjudul *Digital Literacy* mendefinisikan literasi digital sebagai kemampuan memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber yang diperoleh melalui sumber digital. Sedangkan menurut *Deakin University's Graduate Learning Outcome 3* (DU GLO3), literasi digital adalah pemanfaatan teknologi untuk menemukan, menggunakan dan menyebarkan informasi dalam dunia digital. Literasi digital juga didefinisikan sebagai kemampuan untuk memahami, menganalisis,

menilai, mengatur dan mengevaluasi informasi dengan menggunakan teknologi digital, artinya mengetahui tentang berbagai teknologi dan memahami bagaimana menggunakannya, serta memiliki kesadaran dampaknya terhadap individu dan masyarakat (Maulana, 2015).

Setelah melihat beberapa definisi diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa literasi digital bukan hanya sekedar kemampuan mencari, menggunakan dan menyebarkan informasi, tetapi diperlukan kemampuan dalam membuat informasi ,melakukan evaluasi kritis, ketepatan penggunaan aplikasi dan kemampuan untuk memahami informasi yang terkandung dalam konten digital tersebut.

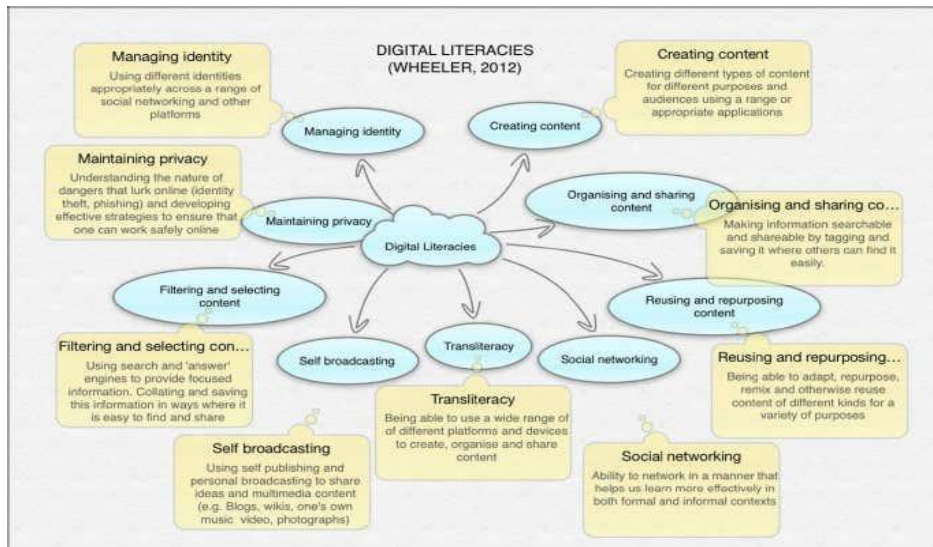
Elemen literasi digital menyangkut tentang kemampuan apa saja yang harus dikuasai dalam pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Steve Wheeler (2012) dalam tulisannya yang berjudul *Digital Literacies For Engagement In Emerging Online Cultures*, mengidentifikasi ada 9 (sembilan) elemen penting dalam literasi digital, seperti:

- 1) *Social Networking*, hadirnya situs jejaring sosial merupakan salah satu contoh *social networking* atau kehidupan sosial online. Melalui *social networking*, kita dapat menggunakan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dalam berkomunikasi.
- 2) *Transliteracy*, diartikan sebagai kemampuan memanfaatkan segala platform yang berbeda, untuk membuat konten, mengumpulkan, membagikan, hingga mengkomunikasikan melalui berbagai media sosial, forum, *smartphone* dan berbagai layanan *online* yang tersedia.
- 3) *Maintaining Privacy*, berkaitan dengan pentingnya untuk memahami segala

jenis *cybercrime* seperti pencurian *online* lewat kartu kredit, mengenal ciri-ciri situs palsu (*phishing*), penipuan via *e-mail*, penyebaran *hoax* dan lain sebagainya.

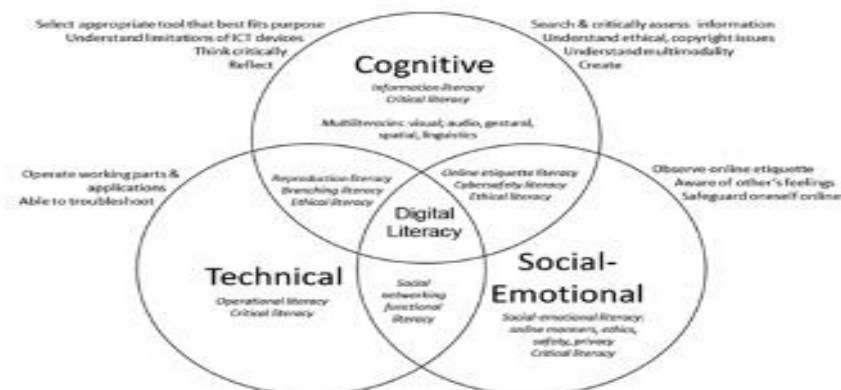
- 4) *Managing Identity*, berhubungan dengan bagaimana kita selaku pengguna platform menggunakan identitas secara tepat di berbagai sosial media yang kita miliki.
- 5) *Creating Content*, berkaitan dengan keterampilan tentang bagaimana caranya membuat konten diberbagai aplikasi online dan platform seperti blog, forum, dan *wikis*. Selain itu, mencakup juga kemampuan menggunakan berbagai platform *e-learning*.
- 6) *Organising And Sharing Content*, memiliki kemampuan untuk menata dan membagikan konten informasi kepada orang lain secara terstruktur dengan menggunakan platform digital seperti Google Drive, Mega, Dropbox, dan platform digital lainnya.
- 7) *Reusing/Repurposing Content*, berkemampuan untuk mengetahui bagaimana cara membuat konten dari berbagai jenis informasi yang tersedia hingga menghasilkan konten baru dan dapat dipergunakan kembali untuk berbagai kebutuhan.
- 8) *Filtering And Selecting Content*, berkaitan dengan kemampuan untuk mencari, menyaring dan memilih informasi dengan tepat sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.
- 9) *Self Broadcasting*, bertujuan untuk membagikan ide-ide menarik atau gagasan pribadi dan konten multimedia melalui blog, forum atau *wikis*. Hal

tersebut merupakan bentuk partisipasi dalam masyarakat sosial online. Melalui cara tersebut, masyarakat dapat menyalurkan idenya secara demokratis dalam platform digital.



Gambar 16 Elemen Literasi Digital Steve Wheeler
Sumber : Academia.edu

Kerangka literasi digital memiliki 3 dimensi utama yakni teknik (keterampilan teknis dan fungsional), kognitif (kemampuan berpikir kritis, dan analitis), dan yang terakhir adalah sosial-emosional (keterampilan menjaga komunikasi, sosial dan etika dalam menggunakan teknologi digital) (Binus, 2022).



Gambar 17 3 Dimensi Literasi Digital
Sumber : Binus.ac.id

2.3.2 Literasi Digital dalam *Video Game*

Dengan seiring berkembangnya teknologi dan modernisasi, kemampuan literasi digital yang baik diperlukan dalam setiap individu yang menggunakan konten digital. Dari berbagai macam konten digital yang ada, terdapat salah satu konten digital yang cukup populer pada saat ini yaitu *video game*.

Steinkuehler (2010) mengatakan bahwa pada tingkat paling dasar, permainan *video game* sendiri merupakan salah satu bentuk praktik literasi digital. Hal ini dilihat dari *fanbase* yang muncul di *franchise video game* yang tergolong sukses. Steinkuehler menemukan bahwa dalam *video game* terdapat praktik literasi yang kompleks lewat anggota *fanbase* yang secara kolektif membaca dan menulis teks dalam jumlah besar sebagai bagian dari permainan mereka, hingga rangkaian diskusi online ke situs *fanbase* atau karya *fan fiction*. Steinkuehler menyimpulkan bahwa *video game* dan literasi sebenarnya memiliki hubungan timbal balik yang kuat. Mereka bersifat layaknya simbiosis mutualisme, dalam konteks membangun hubungan erat yang saling menguntungkan.

Literasi digital juga berperan penting dalam mencegah hal-hal negatif yang terdapat dalam *video game* mempengaruhi para gamers, khususnya untuk anak-anak dan remaja khususnya di negara Indonesia. Yuwono (2018) berpendapat bahwa dengan terjadinya pertumbuhan pesat gamers di Indonesia, sudah seharusnya dibutuhkan regulasi oleh negara untuk mengatur perkembangan industri *video game* dan literasi untuk masyarakat agar cerdas dalam menyikapi kehadiran *video game* dalam kehidupannya.

Video game memiliki konten yang mirip dengan produk media hiburan pada

umumnya. Konten yang terkandung didalamnya bisa memiliki konsekuensi efek yang positif maupun negatif. Kekerasan, pornografi, merupakan contoh sedikit dari banyaknya muatan konten negatif dalam game yang harus dapat disikapi dengan bijak oleh para gamer di Indonesia.

Melihat isu tersebut, disinilah peran literasi game digital sangat dibutuhkan untuk mencegah efek-efek negatif tersebut bisa berdampak ke para gamers. Hal ini dikarenakan literasi digital dapat membantu mengatasi efek negatif dalam video game dengan meningkatkan pemahaman dan kemampuan pengguna dalam memanfaatkan teknologi secara bijak dan efektif. Pemerintah dapat mengambil peran dengan cara menyebarkan pentingnya literasi digital pada seluruh warga, termasuk literasi game daring yang lebih berguna khususnya untuk para remaja yang mengakses game daring (Afif, 2023).

2.4 Teori S-O-R

Teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*) merupakan sebuah teori komunikasi yang dikemukakan oleh Houland pada tahun 1953. Teori ini lahir karena adanya pengaruh dari ilmu psikologi dalam ilmu komunikasi yang terjadi karena psikologi dan komunikasi memiliki objek kajian yang sama, yaitu jiwa manusia; yang menyangkut sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Asumsi dasar teori S-O-R adalah bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung ada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme (Pakarkomunikasi, 2017).

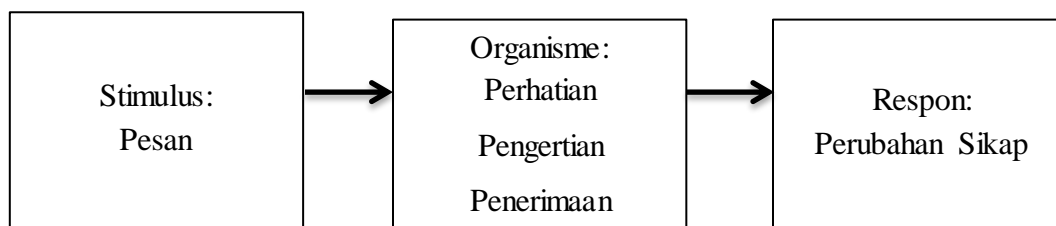
Prinsip dari teori ini adalah respon yang merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli dari media. Seseorang dapat mengharapkan atau

memperkirakan suatu kaitan efek antara pesan-pesan media massa dan reaksi audiens, dapat juga dikatakan efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus respon, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan (Effendy, 2003).

Teori ini merupakan perkembangan dasar dari model Stimulus – Response (SR) dengan asumsi dasar bahwa media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Menurut model ini, *organism* menghasilkan perilaku tertentu jika ada stimulus tertentu. Efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus tertentu sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Contoh nyatanya seperti apabila seorang laki-laki berkedip kepada seorang wanita dan kemudian wanita itu tersipu malu, hal itu merupakan bentuk pola S-R. Jadi model S-R mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu (Yasir, 2009).

Model S-O-R menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi dan reaksi. Teori ini mengasumsikan bahwa suatu stimulus (kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol) tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu juga. Teori ini meliputi 3 unsur yang penting, yaitu:

1. Pesan atau stimulus (S)
2. Komunikan atau organisme (O)
3. Efek atau respons (R)



Gambar 18 Model Dasar Teori S-O-R

Sumber : Effendy (2003)

Penerapan dalam penelitian ini yaitu mengenai pengaruh konten The Lazy Monday terhadap kemampuan literasi game digital gamers Indonesia, maka dapat ditentukan sebagai berikut:

- S (stimulus) : Terpaan konten channel Youtube channel The Lazy Monday
- O(organisme) : *Gamers* Indonesia
- R (respon) : Kemampuan literasi game digital.

2.5 Media Youtube

Menurut Miller (2003), Youtube merupakan sebuah komunitas berbagi video yang memungkinkan pengguna YouTube untuk meng-upload dan melihat segala macam video klip online menggunakan web browser, video-video tersebut sangat berguna bagi sebagian orang dalam menunjang kehidupan mereka. Informasi yang berupa video akan membuat seseorang lebih cepat menangkap informasi yang terkandung di dalamnya. Oleh sebab itu, YouTube menjadi salah satu media online yang populer saat ini dan berguna untuk memenuhi kebutuhan informasi. Gede Lingga (2019) menambahkan bahwa pada dasarnya, youtube merupakan sebuah website yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi video yang

mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke situs ini, seperti misalnya video klip musik dari musisi tertentu, video tutorial berbagai macam aktivitas, dan masih banyak lagi (Hestanto, 2024).

Youtube sendiri awalnya didirikan oleh tiga orang mantan pegawai perusahaan Paypal yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Hurley merupakan alumnus design di University Indiana Pennsylvania, sedangkan Chen dan Karim merupakan alumnus ilmu komputer di University Illinois Urbana Champaign.

Nama domain 'YouTube.com' sendiri diaktifkan pada 15 Februari 2005, dan pada bulan-bulan berikutnya YouTube mulai dibangun. Mereka mempublikasikan preview dari website tersebut pada Mei 2005, atau 6 bulan sebelum launching secara resmi. Video pertama diunggah di YouTube pada hari Sabtu, 23 April 2005. Video ini berjudul "Me at the zoo," Video berdurasi 18 detik ini kini memiliki lebih dari 45 juta penayangan dan lebih dari 350 ribu komentar.

Meskipun YouTube dimulai dengan video simple, sekarang mencakup berbagai topik, beberapa di antaranya berhubungan dengan hal-hal serius seperti praktik medis dan tujuan pendidikan. Sifat video YouTube berubah seiring dengan mottonya, dari "Your Digital Repository" menjadi "Broadcast Yourself" (Burgess & Green, 2013).

Saat ini, YouTube tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi, pendidikan, dan komunikasi. Pengguna dapat menemukan beragam konten mulai dari tutorial, vlog, musik, film pendek,

berita, hingga siaran langsung.

Dalam perkembangan terkini, YouTube telah mengintegrasikan teknologi AI dan machine learning untuk meningkatkan rekomendasi konten, mendeteksi pelanggaran kebijakan, dan menyediakan fitur transkripsi otomatis. Selain itu, YouTube Shorts, yang menyaingi popularitas video pendek seperti TikTok, memungkinkan pengguna untuk membuat dan menikmati video vertikal berdurasi singkat.

YouTube juga terus memperbarui kebijakan monetisasi untuk mendukung kreator konten melalui program Partner Program, Super Chat, dan Memberships, yang memungkinkan kreator mendapatkan penghasilan dari konten mereka. Platform ini juga berkomitmen untuk memperkuat komunitasnya dengan menegakkan kebijakan yang melindungi hak cipta dan mencegah penyebaran informasi yang menyesatkan.

Secara keseluruhan, YouTube telah menjadi bagian integral dari kehidupan digital banyak orang, menawarkan platform dinamis di mana kreativitas dan informasi bertemu dalam bentuk video.

2.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Ada beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini guna memperkuat penelitian yang sedang dilakukan, diantaranya adalah :

Tabel 4 Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama	Judul/Tahun Penelitian	Hasil Penelitian
1	Wafda Nabila Haqqie,	Pengaruh Akun Youtube "Little	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan

No	Nama	Judul/Tahun Penelitian	Hasil Penelitian
	Primardiana Hermilia Wijayati, dan Aiga Ventivani, program studi bahasa mandarin, fakultas sastra, Universitas Negeri Malang	Fox Chinese”Dalam Memperkuat Literasi Digital Siswa, 2022	instrumen penelitian kuisisioner dan angket. Hasil penelitian menunjukkan bahwa memanfaatkan akun YouTube “Little Fox Chinese” dapat memperkuat literasi digital mereka terutama learning skills.
2	Ambar Abiyan Gunawan, Doddy Iskandar, program studi ilmu komunikasi (jurnalistik), fakultas ilmu komunikasi, Universitas Islam Bandung	Pengaruh Literasi Digital Pada Media Online Youtube Terhadap Perilaku Generasi Z Dalam Mencari Informasi Kesetaraan Gender Pada Lingkup Mahasiswa, 2022	Hasil penelitian menunjukan bahwa responden memberikan respon yang cukup baik mengenai pengaruh variabel – variabel literasi digital terhadap perilaku pencarian informasi.
3	Primardiana Hermilia Wijayati, Wafda Nabila Haqqie, dan Aiga Ventivani, program studi, fakultas sastra, Universitas	Pemanfaatan Akun Youtube Berkonten Pembelajaran Bahasa Mandarin Dalam Literasi	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa akun YouTube berkonten pembelajaran bahasa Mandarin secara keseluruhan dapat membantu menguasai enam elemen literasi digital meliputi:

No	Nama	Judul/Tahun Penelitian	Hasil Penelitian
	Negeri Malang	Digital Pada Era Pandemi, 2021	1) information literacy, 2) digital scholarship, 3) ICT literacy, 4) career and identity management, 5) communication dan 6) collaboration, dan media literacy

Kesamaan yang terdapat dalam penelitian diatas dapat dilihat dari metode yang digunakan, yaitu sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif. Untuk perbedaan yang terdapat didalam penelitian diatas dapat dilihat sebagai berikut:

1. Penelitian pertama, mendeskripsikan penguatan literasi digital siswa kelas X melalui pemanfaatan akun YouTube “Little Fox Chinese” pada matapelajaran bahasa Mandarin di SMAK Santa Maria Malang.
2. Penelitian kedua, mengetahui pengaruh literasi digital pada media online terhadap perilaku generasi Z dalam mencari informasi.
3. Penelitian ketiga, mendeskripsikan pemanfaatan akun YouTube berkonten pembelajaran bahasa Mandarin dalam literasi digital siswa kelas X SMA.