

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era digital yang penuh dengan perkembangan teknologi telah membawa perubahan besar dalam cara manusia mengakses dan menyebarkan informasi. Saat ini sebuah informasi menjadi kebutuhan yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Penyebaran informasi dapat membantu menambah pemahaman seseorang mengenai segala aspek yang ada di dunia menjadi lebih mudah. Wujud dari pesatnya informasi ditunjukkan oleh kemudahan akses terhadap media sosial yang dapat diperoleh siapa saja. Maka setiap pertukaran informasi yang terjadi terus meningkat seiring dengan pengguna media sosial yang terus bertambah.

Kemunculan media sosial sangat beragam dan memiliki ciri serta karakteristik masing-masing. Hal ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atas informasi setiap harinya. Terdapat jenis media sosial yang memiliki banyak peminat yaitu jenis media *sharing*. Media *sharing* atau media berbagi adalah *platform* digital yang memfasilitasi penggunaanya untuk bisa saling membagikan *file* dengan berbagai format, seperti video, gambar, audio, dan lainnya (Ginting et al., 2021). Salah satu contoh dari media *sharing* yang cukup terkenal adalah youtube. Youtube adalah *platform* media sosial yang diperuntukan kepada penggunaanya untuk mengunggah maupun menonton video dengan variasi konten yang bermacam-macam. Youtube juga memberikan kesempatan kepada para penggunaanya untuk bisa menghasilkan video serta mengembangkan kanal mereka sendiri (Lestari & Fatmawati, 2021).

Youtube menjadi salah satu media sosial yang cukup populer di masyarakat, terutama dikalangan Gen Z yaitu seseorang yang lahir mulai tahun 1997 hingga 2012. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bersama Katadata melakukan survei pada bulan Januari 2024 mengenai media sosial favorit di Indonesia. Survei tersebut ditujukan kepada Gen Z dan Milenial sebanyak 8.720 responden. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa youtube menempati posisi keempat di Indonesia sebagai media sosial yang banyak diakses dengan persentase 38,63%.

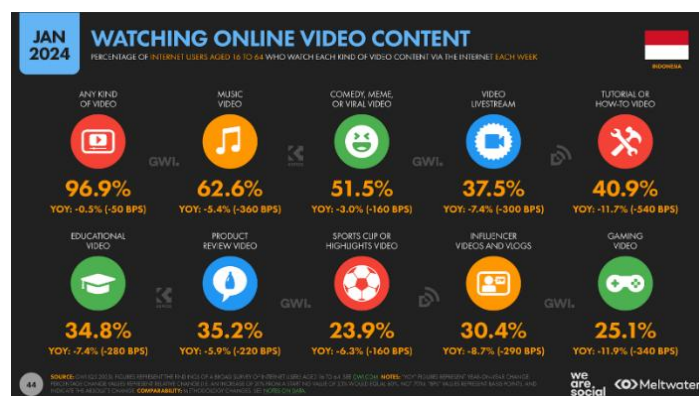


*Gambar 1.1. Grafik media sosial favorit Gen Z dan Milenial Indonesia
(Sumber databooks.katadata.co.id)*

Kemudian, salah satu perusahaan riset dari Inggris, Kantar juga melakukan survei terkait youtube sebagai platform video yang paling digemari. Survei tersebut dilakukan secara online kepada 607 responden di Indonesia yang merupakan Gen Z. Hasilnya 95% responden menyetujui bahwa konten yang berada di youtube sangat beragam. Adapun 94% responden menyetujui bahwa konten youtube juga

masih relevan. serta 89% responden menyetujui bahwa youtube memiliki konten unik yang tidak bisa diperoleh di platform lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa alasan Gen Z youtube sebagai salah satu media yang sering diakses adalah karena video konten yang disediakan beragam dan relevan.

Gen Z mempunyai minat terhadap konten yang relevan serta autentik, dan cenderung memiliki sikap kritis pada setiap informasi yang diterima (Fauzi et al., 2025). Saat ini, video hiburan dalam bentuk konten *gaming* menjadi salah satu jenis konten yang ramai diminati oleh Gen Z, utamanya di Indonesia. Laporan tahunan milik *Hootsuite* dan *We Are Sosial* terkait riset *digital report* menunjukkan bahwa pada tahun 2024 terdapat sekitar 25,1% orang Indonesia yang menonton konten gaming setiap minggunya.



Gambar 1.2. Grafik jenis konten video yang ditonton secara online oleh pengguna berusia 16 - 64 tahun
(Sumber *We Are Sosial*, 2024)

Game menjadi salah satu hiburan yang banyak digemari karena dianggap menyenangkan. Kemajuan *game* dapat menarik banyak orang untuk ikut memainkannya terutama bagi Gen Z. Kelompok usia Gen Z memiliki intensitas bermain game yang lebih tinggi dibanding generasi lainnya dengan jumlah gamers 81% dan rata - rata bermain game 7 jam dalam seminggu (Pamungkas, 2023).

Mereka menganggap kegiatan tersebut sebagai keseruan yang istimewa. Minat Gen Z yang cukup tinggi terhadap *game* terjadi karena paparan video hiburan dalam bentuk konten *game* yang telah tersebar di media. Hal tersebut menjadikan mereka lebih gemar bermain *games* serta menonton konten *game*.

Konten kreator *game* telah menjadi bagian penting dalam industri gaming. Mereka seringkali membagikan video bermain *game* melalui rekaman ataupun menyiarkan secara langsung *game* yang mereka mainkan. Perkembangan fenomena gaming sampai pada titik dimana para pemain dapat menggabungkan aspek dari bidang penyiaran untuk menghasilkan *video game* (Bagaskoro & Triyono, 2024). Adapun konten *game* yang tersebar di youtube memiliki durasi yang sangat beragam, mulai dari yang pendek hingga yang panjang. Selain itu konten game juga memiliki beberapa kategori didalamnya, kategori tersebut sebenarnya mengikuti genre game yang sedang dimainkan oleh kreatornya. (Fauzi et al., 2025) membagi genre tersebut menjadi 2, yaitu *game online* seperti RPG atau MOBA dan *game offline* seperti konsol atau arcade.

Para pembuat content (*content creator*) di youtube, khususnya di bidang gaming biasa disebut dengan istilah youtuber gaming. Perkembangan karir youtube mereka tidak lepas dari adanya dukungan dari para penggemar. Indonesia menjadikan youtube sebagai wadah bagi kreator gaming untuk dapat mengembangkan kanal serta komunitas yang besar (Mahendra & Dananjaya, 2024). Salah satu youtuber gaming Indonesia yang memiliki banyak penggemar adalah Windah Basudara. Windah Basudara lahir di Manado pada 14 Maret 1992, menarik banyak perhatian penonton berkat caranya menyampaikan konten yang unik. Berdasarkan data *Social Blade*, jumlah *subscriber* pada kanal youtube Windah

Basudara per Januari 2025 terhitung sebanyak 16,1 juta dengan jumlah penonton sebanyak 4,2 miliar. Dan rata-rata usia 18-24 tahun menjadi penonton terbanyak sekitar 42,2%, disusul oleh usia 25-34 tahun dengan 30,7%. Banyak sekali konten yang telah diunggah pada kanal youtube-nya, tercatat Windah Basudara telah memainkan banyak *game* dengan genre yang beragam, seperti RPG (*Role Playing Game*), simulasi, MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*), horor, adventure, action dan lain sebagainya. Salah satu konten Windah Basudara yang memiliki banyak *views* adalah konten video bermain *game Plant VS Zombie Fusion* dengan judul “AKU MENCOBA PVZ CINA VIRAL YANG KATANYA BISA GABUNGIN TUMBUHAN! Plants vs. Zombies GAMEPLAY #1”. Konten yang diunggah 3 Oktober 2024 tersebut telah ditonton sebanyak 2.9 juta pengguna youtube.



Gambar 1.3. Header youtube Windah Basudara
(Sumber youtube.com, Maret 2025)

Game Plant vs Zombie atau disingkat PVZ sebenarnya merupakan *game* strategi yang sudah ada sejak bulan Mei 2009. Kemudian pada tahun 2024 *game* ini berhasil dipopulerkan kembali setelah Windah Basudara ikut memainkannya. Namun, menariknya *game Plant vs Zombie* yang populer saat ini bukan merupakan versi asli dari *game Plant vs Zombie* itu sendiri. Melainkan *game* tersebut telah dimodifikasi oleh seorang penggemar dan diberilah nama *Plant vs Zombie Fusion*.

Game PVZ Fusion memberikan perbedaan *gameplay* dari versi aslinya dengan menambahkan fitur penggabungan tumbuhan dan zombie serta beberapa tools lainnya. Awal rilisnya *game* ini pada bulan Mei 2024, para pemain hanya dapat memainkannya dengan bahasa mandarin sebab *game* ini berasal dari China. Dengan meningkatnya para pemain global, tak lama kemudian muncul PVZ Fusion versi bahasa lainnya termasuk bahasa Indonesia.

Peningkatan jumlah pemain *Plant vs Zombie Fusion* tentunya didorong oleh para konten kreator *game* salah satunya Windah Basudara. Windah berhasil dalam mempopulerkan kembali *game Plant vs Zombie* yang rilis tahun 2009 dengan memainkan versi modifikasi penggemar yaitu *Plant vs Zombie Fusion*. Pada tahun 2023, Windah juga telah mempopulerkan kembali *game Clash of Clans* yang dirilis pada tahun 2012. Fenomena ini menunjukkan bahwa konten kreator berperan besar dalam membentuk *trend* dan memengaruhi minat audiens terhadap *game*, bahkan pada *game* yang sudah lama dirilis.

Keberadaan konten kreator kini dianggap menarik oleh masyarakat, karena dengan video konten kreator dapat memberikan pengaruh kepada para penontonnya. Sebelumnya (Mahendra & Dananjaya, 2024) telah melakukan penelitian tentang pengaruh terpaan, efektivitas dan kualitas konten terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan pada YouTube Windah Basudara. Dan hasilnya menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan. Selain itu (Hidayah et al., 2021) juga telah melakukan penelitian terkait *brand image* terhadap minat bermain. Hasilnya 40,9% berpengaruh terhadap minat bermain. Oleh karena itu penelitian ini penting dilakukan guna melihat hubungan terpaan konten windah basudara terhadap minat bermain *game* di kalangan Gen Z.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah “Apakah ada hubungan antara terpaan konten Windah Basudara dengan minat bermain *game* di kalangan Gen Z?”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan terpaan konten Windah Basudara dengan minat bermain *game* di kalangan Gen Z.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1. Manfaat Teoritis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan baru, tambahan ilmu, serta membawa manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai terpaan konten youtube dan minat bermain. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur dari penerapan teori - teori yang diperoleh selama perkuliahan. Selain itu, diharapkan juga dapat

menjadi masukan bagi para konten kreator agar dapat digunakan sebagai acuan untuk pengembangan konten yang menarik dan efektif.