BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

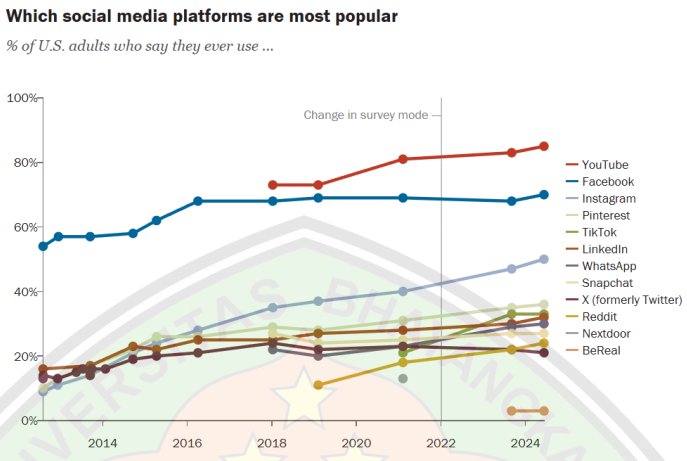
Beberapa tahun terakhir, platform media sosial dan konten digital telah mengalami pertumbuhan pesat. Media sosial telah masuk ke dalam setiap aspek kehidupan sehari-hari masyarakat. Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa media sosial telah mengubah kebudayaan masyarakat. Media sosial telah memengaruhi perilaku dan pandangan dunia kita, mulai dari cara kita berkomunikasi hingga cara kita mengonsumsi informasi. Menurut Nasrullah (2016) dalam jurnal (Juditha, 2018) menjelaskan, bahwa media sosial telah menciptakan suatu kebudayaan baru, yaitu kebudayaan sharing konten yang dilakukan oleh pengguna media sosial. Dengan media sosial, komunikasi menjadi lebih mudah untuk dilakukan kapan saja. Setiap penggemar dapat membentuk kelompok dan menjalin hubungan dengan penggemar lainnya (Cohen, 2014).

Media sosial merupakan inovasi terbaru yang muncul seiring dengan perkembangan teknologi media, di mana saat ini media sosial berfungsi sebagai sarana komunikasi yang sangat modern. Media sosial kini hadir dalam berbagai bentuk yang sesuai dengan kebutuhan kita. Beberapa jenis media sosial yang sudah populer dan banyak digunakan oleh masyarakat antara lain WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, Telegram, X/Twitter, YouTube, dan lain-lain. Berdasarkan data platform media sosial paling popular dari (*Pew Research Center*, 2024), YouTube menunjukkan peningkatan signifikan, dengan 85% pengguna pada tahun 2024, naik dari 73% pada tahun 2018. Kemudian Facebook tetap menjadi salah satu platform terpopuler, meskipun mengalami penurunan sedikit dari 73% pada tahun 2018 menjadi 70% pada tahun 2024. Berikutnya Instagram juga meningkat, mencapai 50% pengguna pada tahun 2024, dibandingkan dengan 35% pada tahun 2018. Pinterest dan TikTok memiliki angka penggunaan yang stabil, dengan Pinterest di 36% dan TikTok di 33% pada tahun 2024. LinkedIn dan WhatsApp masing-masing digunakan oleh 32% dan 30% orang dewasa di AS pada tahun 2024. Penggunaan Snapchat tetap di angka 27%, sementara X (sebelumnya Twitter) mengalami

Analisis Etika.., Ari Sukma Wijoyo, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

penurunan ke 21%. Reddit menunjukkan 24% pengguna, dan BeReal serta Nextdoor masing-masing memiliki tingkat penggunaan 3% dan 22%.

Gambar 1.1 Data platform media sosial paling populer



Sumber : *Pew Research Center*

(https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/social-media/)

Di antara semua jenis media sosial tersebut, YouTube merupakan salah satu yang memiliki jumlah pengguna yang sangat aktif saat ini (Ardiyansyah, 2018). Menurut laporan dari Statista (2024), YouTube memiliki lebih dari 2,7 miliar pengguna aktif pada Juli 2024. India menjadi negara dengan jumlah pengguna YouTube terbesar di dunia dengan 476 juta orang, disusul Amerika Serikat dengan 240 juta pengguna. Posisi ketiga dari negara Brazil dengan 147 juta pengguna. Sedangkan, Indonesia menempati peringkat keempat dengan 139 juta pengguna (GNANITA ZELDA, 2025). Angka ini menunjukan pertumbuhan yang sangat signifikan dalam penggunaan platform video, termasuk *live streaming* yang telah mengubah masyarakat berinteraksi secara digital.

Salah satu platform yang paling dominan dalam menyediakan layanan *live streaming* adalah YouTube, yang dimana salah satu platform media sosial yang sangat populer di era digital. *Live streaming* adalah siaran berkelanjutan yang dilakukan secara langsung atau secara *real-time* Lohmar, Einarsson, Frojdh, Gabin, & Kampmann (2011) dalam jurnal (Andanni, 2021). Tren *live* video *streaming* dapat dijadikan alternatif pilihan para pengguna untuk berinteraksi di media sosial.

Interaksi antar pengguna melalui *live* video *streaming* akan berlangsung secara *real-time* (Kompas.com, 2015). Hal ini menciptakan ruang interaksi yang spontan, di mana komentar penonton muncul secara langsung melalui fitur *live chat*. Situs web menjadi tempat di mana pengguna dapat mengunggah, menonton, dan berinteraksi dengan berbagai konten video. YouTube telah menjadi sumber informasi, hiburan, dan edukasi bagi jutaan orang di seluruh dunia. Banyak orang menggunakan YouTube sebagai sumber referensi untuk belajar tentang topik tertentu, mengikuti perkembangan berita, menonton video lucu atau menghibur, serta mengeksplorasi berbagai minat dan hobi (Tinambunan & Siahaan, 2022).

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari situs radarsuara, saat ini pengguna media sosial YouTube di Indonesia paling banyak mencari hiburan dalam bentuk video konten, terutama konten *game*. Dengan tingginya jumlah peminat *game* yang ada di Indonesia dapat dilihat pada data yang di buat oleh J. Clement (2024) pada situs *statista*, berupa data yang didapat pada bulan April hingga Juni 2024 yang mencakup data pengguna internet di seluruh dunia, bahwa persentase pengguna internet yang bermain *game* di Indonesia berada di peringkat kedua dengan jumlah sebesar 95% peminat *game* yang ada di Indonesia.

Banyaknya penggemar *game* di Indonesia membuat orang tidak hanya bermain *game*, tetapi juga memanfaatkan media sosial seperti YouTube untuk membuat konten video di akun mereka masing-masing. Dengan adanya konten *game* di YouTube, banyak pengguna yang tertarik untuk membuat video *gameplay* saat bermain *game*. Saat ini, banyak juga konten yang dibuat untuk keperluan *live streaming*, sehingga pengguna lain dapat menonton secara langsung. Membuat konten dengan menggunakan *live streaming* di Indonesia mulai ramai semenjak tahun 2020 pada saat pandemi Covid-19 yang terus meningkat dikarenakan banyak orang diam di rumah dan mencari hiburan melalui media sosial YouTube (Zulham, 2020). Meningkatnya popularitas *live streaming* dikarenakan media sosial YouTube dapat menghasilkan uang yang memberikan banyak orang lebih memilih menjadi konten kreator dikarenakan lebih menghasilkan saat pandemi.

Banyaknya konten kreator *game* saat *live streaming* tidak hanya menampilkan *gameplay* dari permainan yang sedang dimainkan, juga melakukan komunikasi timbal balik dengan penonton melalui fitur *live chat*. Tetapi, seiring berjalannya waktu, konten *game* yang disiarkan secara langsung mulai menimbulkan masalah, yaitu terdapat adanya perilaku komentar yang merendahkan baik dari *streamer* maupun penonton pada saat *live streaming*. Saat *streamer* merespon komentar menggunakan bahasa kasar, ini menunjukan adanya komunikasi yang tidak etis. Sikap tersebut dapat memperburuk suasana dan menciptakan ketegangan di dalam sesi *live streaming*.

Menurut (Lodewyk & Siahaan, 2024) menekankan pentingnya etika komunikasi di media sosial sebagai bagian dari kebebasan berpendapat yang harus disertai tanggung jawab moral, terutama karena media sosial berfungsi sebagai ruang publik digital yang berdampak luas pada tatanan sosial. Oleh karena itu, kesadaran etika komunikasi sangat penting untuk menjaga harmoni dan kesopanan dalam interaksi sosial di ruang publik virtual tersebut. Menurut (Putra, 2023) dalam penelitiannya juga menunjukkan bahwa etika komunikasi di ruang publik media sosial sangat penting untuk membangun kesadaran pengguna, khususnya generasi Z, agar menggunakan media sosial secara bijaksana dan bertanggung jawab dalam interaksi sosial yang nyata di dunia digital.

Namun, dengan kemudahan dan akses yang begitu cepat, pengguna media sosial harus bertanggung jawab dalam menggunakannya secara bijak. Menurut (Grigorescu & Baiasu, 2023) dalam artikelnya yang berjudul "*Digital Ethics in Social Media*" membahas terkait etika dalam menggunakan media sosial tidak hanya penting untuk menjaga keharmonisan *online*, tetapi juga untuk melindungi diri sendiri dan orang lain dari dampak negatif yang mungkin timbul, seperti penyebaran informasi palsu, konflik sosial, dan pelanggaran privasi. Etika dalam berkomunikasi merupakan dasar dari interaksi yang sehat di media sosial (Hamama, 2024). Dilansir dari website BUMIDA (2024) cara kita menyampaikan pesan, merespon komentar, dan berinteraksi dengan orang lain sangat menentukan kualitas hubungan yang terbentuk. Dengan berkomunikasi secara etis, kita dapat

menciptakan lingkungan yang positif dan saling mendukung di media sosial. Komunikasi yang baik harus didasari oleh sikap saling menghormati dan sopan santun.

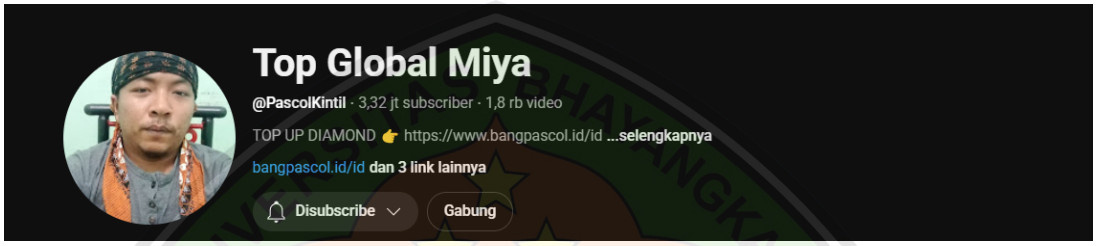
Etika digital dalam interaksi media sosial tidak bisa dilepaskan dari konsep netiket (*network etiquette*) yaitu seperangkat aturan tidak tertulis yang mengatur perilaku sopan santun pengguna di dunia maya. Netiket mencakup cara berkomunikasi yang baik, menghindari konflik, serta menghargai sesama pengguna di ruang digital. Menurut (Shea, 1994) netiket adalah pedoman dasar untuk menjaga interaksi digital tetap ramah, sopan, dan bertanggung jawab. Dalam konteks komentar di YouTube, khususnya saat *live streaming*, netiket sangat penting untuk mencegah terjadinya komunikasi yang bersifat merendahkan atau provokatif. Ketidaktahuan atau pengabaian terhadap prinsip-prinsip netiket dapat menyebabkan munculnya komentar negatif, sarkasme, ujaran kebencian, dan konflik verbal lainnya. Oleh karena itu, selain memahami etika komunikasi secara umum, pemahaman tentang netiket juga krusial untuk membentuk budaya komunikasi yang sehat dalam komunitas digital seperti pada channel YouTube @TopGlobalMiya.

Menurut (Shea, 1994) dalam bukunya yang berjudul "*The Core Rules of Netiquette*" merumuskan sepuluh aturan utama sebagai pedoman dalam menjaga komunikasi yang etis di ruang digital. Aturan-aturan ini meliputi prinsip seperti menghormati sesama pengguna, tidak menyalahgunakan kekuasaan, dan menjaga privasi orang lain. Namun, dalam praktiknya, banyak pengguna media sosial, termasuk dalam ruang *live streaming*, yang belum memahami atau bahkan mengabaikan prinsip-prinsip tersebut. Ketidakhadiran pemahaman terhadap netiket inilah yang menyebabkan munculnya komentar sarkastik, *body shaming*, *trolling*, hingga ujaran kebencian di ruang interaksi publik seperti YouTube.

Dalam konteks channel YouTube @TopGlobalMiya, ketidakterapan prinsip netiket terlihat dari interaksi negatif antara *streamer* dan penonton yang saling membalas dengan bahasa kasar, sindiran tajam, dan ejekan personal. Fenomena ini

tidak hanya menciptakan suasana komunikasi yang tidak sehat, tetapi juga dapat membentuk persepsi bahwa perilaku semacam itu adalah hal yang lumrah dan dapat diterima di ruang digital. Sedangkan, prinsip-prinsip netiket dirancang untuk menjaga kualitas komunikasi dan membangun budaya ineraksi yang saling menghormati. Oleh karena itu, penting untuk menjadikan netiket sebagai fondasi dalam menganalisis pelanggaran etika komentar dalam *live streaming*.

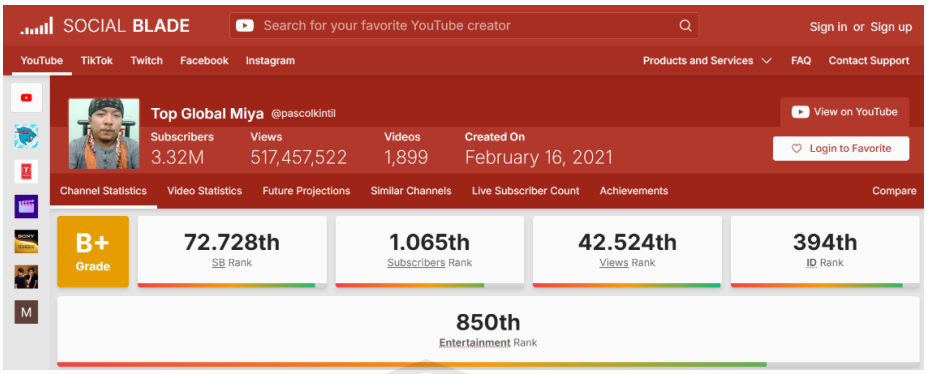
Gambar 1.2 Channel YouTube Top Global Miya



Sumber : YouTube

Di Indonesia sendiri terdapat banyak sekali YouTuber dan *streamer* dengan berbagai ciri khas dan konten yang beragam. Seperti *channel* YouTube @TopGlobalMiya milik konten kreator yang bernama "Panjaitan Dana" atau yang lebih dikenal dengan "Pascol". Pria kelahiran tahun 1995, Medan, Sumatera Utara. Sebelum menjadi *streamer*, Pascol sempat bekerja sebagai karyawan, bahkan beliau sempat mencicipi sebagai TKI di Arab. Pascol terkenal akan konten *live streaming* di YouTube dengan model pembawaanya yang kasar pada saat *live streaming* dengan lebih mengarah ke dalam bentuk komentar negatif membuat para penggemarnya yang melihat itu menjadikan sosok *streamer* yang berbeda dengan *streamer* yang lain. Pascol memulai membuat konten di YouTube sejak tahun 2021. Di *channel*nya, Pascol membuat banyak jenis-jenis konten mulai dari *live streaming* dan juga *montage* video. Namun akun YouTube @TopGlobalMiya lebih berfokus kepada *live streaming* seperti *game Mobile Legends.*

Gambar 1.3 Data dari channel YouTube Top Global Miya



Sumber: *Social Blade*

(https://socialblade.com/youtube/handle/pascolkintil)

Dilansir dari *website* Social Blade 2025. Saat ini jumlah *subscriber* yang berlangganan terdapat 3,32 M *subscriber* dan ia telah mengunggah sebanyak 1,899 video di *channel* youtubenya dan sudah ditonton sebanyak 500 juta lebih, serta ia membuat konten video *live streaming* setiap harinya dan banyak para pengikut hingga penonton yang menontonnya dan tidak sedikit pula yang memberikan komentar negatif atau *gift* saat *live streaming* agar para penggemar dapat berinteraksi secara langsung dengan *streamer* pada saat melakukan *live streaming*. Dari berbagai kategori konten YouTube yang berkembang dan menghibur pengguna, konten *game* yang telah menjadi salah satu yang paling populer dengan banyak konten kreator yang berhasil mendapatkan *subscriber* dalam jumlah yang banyak. Pascol membuat konten di channel YouTube pribadinya dengan melakukan *live streaming,* dengan jumlah penonton yang jumlahnya sampai dengan total setiap *streaming* kurang lebih 19 ribu lebih dengan penonton dari berbagai golongan usia mulai dari anak-anak sampai orang dewasa.

Namun, popularitas Pascol dalam membuat konten *game* di YouTube @TopGlobalMiya, terdapat beberapa fenomena cara komunikasi yang perlu diperhatikan secara lebih mendalam, yaitu adanya komentar negatif antara Pascol dengan penonton. Konteks dari komentar negatif merujuk pada suatu interaksi komunikasi verbal seperti bahasa yang kasar, dan perilaku merendahkan (Amir, M., Wajdi, R., 2020). Fenomena pelanggaran etika ini sangat menonjol pada konten

game *online*, terutama yang ditayangkan melalui *live streaming* yang diunggah di akun YouTube @TopGlobalMiya. Berdasarkan data yang ditemukan peneliti, interaksi di konten YouTube Pascol muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari komentar negatif yang dilontarkan oleh penonton di kolom komentar, hingga candaan dari Pascol saat bermain *game* dengan mengambil unsur dalam *game* yang dimainkannya di ubah dengan kata-kata yang yang tidak sopan atau negatif.

Perilaku ini tidak hanya mempengaruhi suasana permainan, tetapi juga membentuk cara pandang penonton dan mempengaruhi interaksi dalam komunitas penonton secara keseluruhan. Dalam konteks ini, komentar negatif yang terus-menerus ditampilkan dapat menormalisasi penggunaan bahasa yang kasar dan tidak sopan, serta menciptakan lingkungan digital yang tidak sehat. Hal ini menunjukan bahwa banyak individu belum memahami atau mengabaikan prinsip dasar etika dalam berkomunikasi di ruang digital. Menurut Shina dkk. (2021) dalam berita UPI (2023), interaksi di ruang digital harus memperhatikan etika digital yang membantu mengatur batasan sikap dan perilaku pengguna media sosial. Media sosial bukan hanya sarana hiburan atau komunikasi, tetapi juga ruang publik virtual yang memerlukan kesadaran etika agar interaksi sosial dapat berlangsung dengan baik dan beradab. Jika etika digital tidak di terapkan, akan muncul berbagai masalah seperti bullying, hoax, dan ujaran kebencian.

Adapun perbedaan channel YouTube @TopGlobalMiya, terdapat pada popularitasnya yang luar biasa di kalangan penggemar *game*, menjadi subjek yang sangat relevan untuk dianalisis dalam konteks komentar negatif. Meski ia dikenal dengan gaya bermainnya yang lucu dan sering kali menghibur, ada kalanya dinamika komunikasi dalam konten-konten *game* yang ia tampilkan, baik dari dirinya sendiri maupun dari para penontonnya, mengarah ke perilaku yang bisa dikategorikan sebagai negatif. Dalam banyak kasus, komentar negatif ini tidak selalu bersifat terang-terangan atau ekstrem, tetapi bisa muncul dalam bentuk candaan yang kasar atau kritik yang berlebihan terhadap cara bermain atau keputusan yang diambil oleh Pascol dalam bermain *game*. Alasan Pascol dapat berinteraksi negatif dengan penontonnya saat *live streaming* karena Pascol

memiliki karakteristik dan kepribadiannya yang sudah dari awal pembawaannya kasar, penonton juga dapat berperan dalam memicu atau memperkeruh suasana komentar negatif ini melalui interaksi di kolom komentar atau *live chat* selama sesi *live streaming.*

Gambar 1.4 Interaksi negatif streamer kepada penonton



Sumber : YouTube
(https://www.youtube.com/live/UcrBH0_P3aQ?si=D30EFFWB0I5QvpIT)

Salah satu konten *game Mobile Legends* pada saat *live streaming* Pascol merespon chat yang bersifat menghina dari penonton berisikan "*Botak Lanciao.. Kepala Licin Kayak Kepala Khont***" kemudian Pascol juga membalas komentar tersebut dengan berkata "*Sehina-hinanya aku, aku gak pernah cakap kotor sama kau b*bi! Kau itu hina banget tol*l*" dari beberapa kalimat yang di ucapkan Pascol terdapat kalimat negatif, di mana Pascol membalas komentar tersebut dengan menghina penontonnya. Dapat disimpulkan bahwa, kata-kata Pascol menghina balik penonton pada kalimat "*Kau itu hina banget tol*l*" termasuk adanya unsur penghinaan yang merendahkan penonton seakan-akan Pascol tidak mau di hina oleh penonton. Tujuan dari Pascol merespon dengan komentar negatif tersebut dikarenakan Pascol memiliki sifat yang spontan dan tempramental. Komentar semacam ini mencerminkan sikap merendahkan dan bisa merusak suasana interaksi dalam *live streaming.* Penggunaan kata-kata kasar atau ejekan tidak hanya berdampak pada pemain yang menjadi sasaran, tetapi juga dapat menciptakan

atmosfer yang tidak nyaman bagi penonton lain. Maka dari itu, penting untuk menyadari bahwa tindakan seperti ini dapat mengganggu pengalaman bermain dan menurunkan semangat komunitas. Oleh karena itu, mendorong perilaku posistif dan saling menghargai sangat diperlukan untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik dalam platform *gaming* dan *streaming.*

Fenomena ini memunculkan kekhawatiran tentang bagaimana dengan cara Pascol dalam berinteraksi di *live chat* dalam sesi *live streaming* dapat mengubah suasana juga standar di dalam lingkungan para penonton meskipun banyak orang menonton konten *game* untuk hiburan, adanya komentar negatif dapat mengganggu pengalaman menonton, menciptakan lingkungan yang tidak sehat, dan berdampak buruk pada orang lain yang belum mengetahui tentang cara Pascol dalam berinteraksi dengan penontonnya. Hal lainnya juga dapat berdampak pada reputasi yang dimiliki Pascol, yang mungkin harus menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan membuat interaksi yang positif dengan penontonnya.

Adapun fenomena pada penelitian yang serupa terjadi pada penelitian terdahulu yang dibuat oleh Muhammad Usamah Robbani; Heidy Arviani dan Syafrida Nurrachmi Febriyanti (2023) yang menganalisis komunikasi *toxic* pada konten *game* pada channel YouTube Luthfi Halimawan yang memberikan dasar masalah juga fenomena yang terjadi pada media sosial YouTube yang mana penelitian ini menunjukkan bagaimana komunikasi *toxic* yang dibuat oleh Luthfi dilakukan dengan sengaja yang memiliki tujuan untuk membedakan Luthfi dengan konten kreator *game* lainnya. Akan tetapi peneliti tertarik untuk meneliti channel YouTube @TopGlobalMiya dikarenakan channel ini dapat berkembang pesat dikarenakan keunikan yang dimiliki Pascol dengan menggunakan bahasa yang kasar pada awal ketenarannya memberikan candaan dan kritik kepada penonton, meningkatnya popularitas Pascol dikarenakan saat itu sedikit konten kreator yang berani untuk menggunakan kata-kata kasar saat *live streaming*.

Dengan begitu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis etika komentar *streamer* dengan penonton pada interaksi *live streaming* YouTube

@TopGlobalMiya, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dampak konten yang terdapat unsur negatif dengan komunikasi yang tidak sehat dalam dunia digital, serta memberikan rekomendasi bagi banyak orang yang ingin menjadi konten kreator baru memulai karirnya di media sosial YouTube untuk menciptakan lingkungan interaksi yang lebih positif, mendukung, dan sehat bagi lingkungan pergaulan individu.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, fokus pada penelitian ini yaitu menganalisis etika komentar *streamer* dengan penonton pada interaksi *live streaming* di channel YouTube @TopGlobalMiya.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini adalah bagaimana etika komentar yang muncul dalam interaksi antara *streamer* dan penonton pada sesi *live streaming* di channel YouTube @TopGlobalMiya?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan pertanyaan diatas adalah untuk menganalisis bagaimana etika komentar yang muncul dalam interaksi *live streaming* antara *streamer* dan penonton di channel YouTube @TopGlobalMiya.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian etika komunikasi digital dan interaksi media sosial *real-time*. Penelitian ini memperkaya wacana tentang fenomena komunikasi publik di ruang digital yang dinamis dan interaktif.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Konten Kreator (*Streamer*)

   Memberikan pemahaman tentang pentingnya menjaga etika dalam merespons komentar di *live chat* agar tercipta lingkungan siaran yang positif, santun, dan bertanggung jawab.

2. Bagi Penonton dan Masyarakat Umum

   Menumbuhkan kesadaran untuk berkomunikasi secara bijak dan etis dalam *live chat*, serta mendorong terciptanya budaya komunikasi digital yang sehat di tengah tingginya interaksi publik melalui media sosial.