

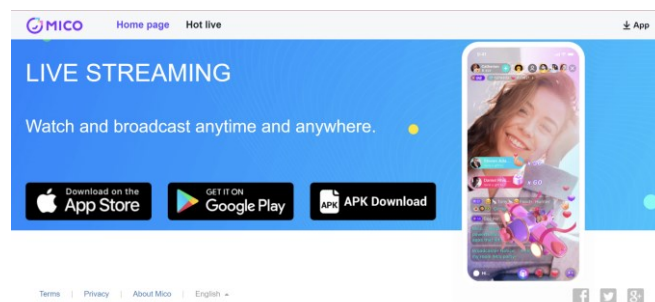
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era digital terus berkembang dan berinovasi seiring berjalannya waktu, mendukung lahirnya wadah-wadah interaksi yang baru bagi manusia. Sebagai makhluk sosial yang membutuhkan interaksi, komunikasi menjadi dasar penting terjalinnya hubungan interaksi antar manusia. Munculnya berbagai jenis media komunikasi khususnya digital berbasis internet, salah satunya yang menarik perhatian adalah media sosial aplikasi *live streaming*. Media sosial *live streaming* menawarkan tempat untuk komunikasi langsung atau *real-time* antara satu sisi dan *viewers* yang besar.

Live streaming menawarkan pengalaman komunikasi audio dan visual bersama dengan sejumlah kemampuan, termasuk kemampuan untuk menerapkan efek *filter*, berkomunikasi dengan penonton secara *real time* melalui bagian komentar, dan bahkan mengundang penonton lain untuk melakukan *live streaming* bersama penyiar langsung. Menarik perhatian khalayak karena *live streaming* menampilkan konten yang *real-time* tanpa melalui proses perekaman maupun pengeditan.

Berdasarkan data dari *The Mobile Internet Phenomena Report*, aplikasi berbasis video *streaming* merupakan jenis aplikasi yang paling banyak digunakan di dunia berdasarkan lalu lintas hilir (*downstream*), sebanyak 48,9% selama kuartal I 2021. Fenomena hadirnya aplikasi *live streaming* membuat munculnya banyak ragam jenis aplikasi *live streaming* dengan fitur dan keunggulannya masing-masing.



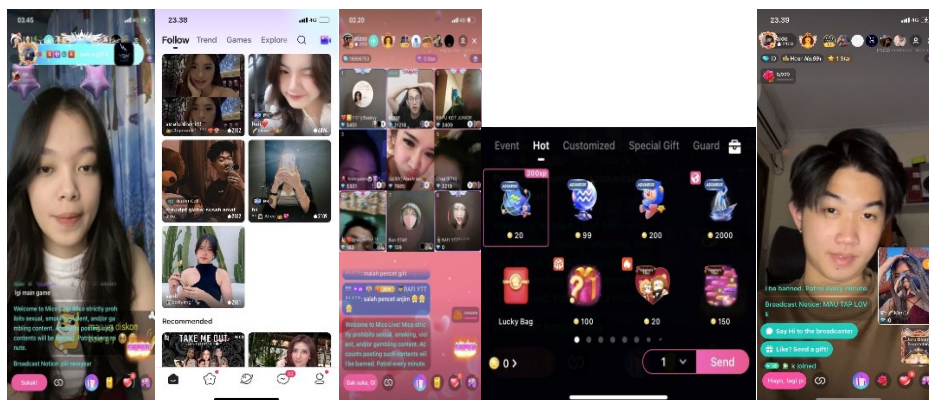
Gambar 1 Aplikasi Mico melalui Website

Aplikasi Mico merupakan aplikasi dengan jumlah pengunduh 50.000.000 dengan rating 4.4 dan 767 ulasan. Mico merupakan salah satu contoh layanan *live streaming* yang kini cukup populer (gambar 1 adalah contoh aplikasi Mico melalui website). Mico adalah aplikasi *live streaming* yang membedakan antara dua tipe pengguna yang berbeda: penonton yang

menonton *live streaming* dan *live streamer* yang melakukan aktivitas *live streaming*. Mico adalah program *live streaming* yang dapat menarik penonton dengan menawarkan berbagai siaran langsung dengan berbagai jenis materi. Fitur lain dari Mico termasuk grup / *Family*, yang terdiri dari individu yang memiliki minat yang sama, dan memiliki hubungan yang erat antar sesama *streamer* aplikasi Mico. Layanan *live streaming* ditawarkan kepada penonton oleh *live streaming* itu sendiri. Mereka yang menyiarkan aktivitas dikenal sebagai *live streamer* di *program live streaming*, seperti Mico.

Jika Anda telah mengikuti *streamer* di aplikasi Mico, pemberitahuan akan muncul pada layar handphone kita. Selain itu, orang yang sedang live dapat dilihat di tampilan depan dengan foto yang ditampilkan untuk profil mereka saat sedang live (seperti yang ditunjukkan pada gambar 2). Hal ini dibuat bagi penonton yang belum mengikuti *live streamer* agar tertarik dan mau mengikuti *live streamer* tersebut.

Fitur *Gift*, yang memungkinkan penonton untuk memberi hadiah kepada penyiar langsung apa pun yang ingin mereka sumbangkan, merupakan fitur penting bagi penonton dan *live streamers* di aplikasi Mico. Selain itu, fitur ini meningkatkan peringkat *streamer* untuk orang yang memberi mereka hadiah paling banyak, yang ditampilkan di bagian atas layar *live streaming*. Selain kemampuan menilai, ada fitur lain yang memungkinkan penonton terlibat dalam *live streaming* dan berbicara secara lisan dengan *streamer* hingga maksimal 9 orang. Karena mereka yakin fitur ini sangat bermanfaat ketika mereka menjadi anggota aplikasi Mico. Dan karena hal ini, banyak *live streamer* dari platform lain yang tertarik untuk berpindah ke aplikasi Mico. *Streamer* bisa berinteraksi dengan penonton mereka secara real time. *Streamer* yang bergabung bersama *Host* yang sedang live juga dapat menerima hadiah dari penonton yang ingin memberikannya dengan cara naik ke *room* dan memperkenalkan diri sebagai sesama *live streamer*.



Gambar 2 Kolase tampilan depan dan saat live seorang Streamer Mico

Untuk mendapatkan tanggapan yang baik dari penonton maka *live streamers* selaku komunikator perlu menggunakan fitur – fitur yang ada dalam aplikasi Mico yang bisa mendukung presentasi dirinya. Yang pertama adalah sebuah fitur *filter* dimana fitur tersebut berupa bantuan yang dibuat aplikasi Mico untuk membantu *streamer* untuk lebih pede saat melakukan siaran langsung. Fitur ini bisa membuat wajah kita menjadi lebih tirus, membuat gigi serta kulit menjadi lebih putih, mata kita semakin besar, hidung semakin mancung dan membuat seolah – olah bibir kita seperti memakai lipstik. Fitur *filter* lain juga menyediakan sebuah *filter* animasi yang dimana dikepala atau diwajah pengguna akan muncul sebuah animasi yang lucu juga menambah kecantikan (seperti pada gambar 2). Dalam aplikasi Mico ini, penggunaan fitur *filter* sudah merupakan hal yang biasa karena itu membantu seorang *live streamer* yang masih kurang pede dalam melakukan siaran langsung.

Selain *filter* yang membantu *live streamer* dalam melakukan siaran langsung, aplikasi juga menyediakan fitur *background* efek yang dimana membantu seorang *live streamer* ketika sedang bercerita atau bercanda dengan penontonnya. Sound efek yang disediakan juga bermacam – macam seperti suara tepuk tangan, suara ketawa, suara jatuh, suara DJ,dll. Hal ini membuat *live streamer* lebih mudah untuk berkomunikasi dengan penontonnya, apalagi ketika mereka sedang bercerita maupun bercanda.

Sebuah fitur lain yang tidak kalah menarik adalah *mute* dan *sensoring*. *Mute* sendiri digunakan ketika seorang *streamer* sedang melakukan pembicaraan penting dengan orang dibelakang layar atau saat sedang menelfon sehingga bila ada sesuatu yang perlu diceritakan penonton yang sedang menonton siaran langsung itu tidak dapat mendengar apa yang sedang dibicarakan oleh sang penyiar. Ada pula sistem '*sensoring*' dimana seorang penyiar bisa membuat list sensor jikalau ada kata – kata kasar yang sering diketik oleh penonton fitur dari aplikasi ini akan mengsensor kata – kata tersebut dan apabila seorang penonton mengatakan hal yang tak senonoh, penyiar bisa langsung membuat penonton tersebut untuk tidak bisa masuk dan menonton penyiar tersebut lagi dalam fitur '*Kick Out*'. Fitur ini memiliki pilihan untuk tidak membiarkan masuk selama 5 menit, 30 menit, bahkan selamanya.

Hal ini semakin mendukung perkembangan *new media* yang adalah Menurut Mondry (2008) media baru adalah media yang menggunakan jaringan internet, media berbasis teknologi, berkarakter fleksibel dan interaktif serta dapat digunakan secara pribadi maupun umum. *Live streamer* dapat menarik penonton dari seluruh Indonesia bahkan dari luar negeri dengan menggunakan komunikasi digital berbasis internet. Perlu dicatat bahwa, berdasarkan pengamatan, aplikasi Mico biasanya menarik *viewers* yang cukup besar hingga 1.000 orang,

termasuk "robot". Streaming langsung dapat menyajikan berbagai konten untuk menarik minat dan keterlibatan penonton. Untuk mengembangkan live streaming mereka, *live streamer* menggunakan berbagai taktik. Karena penampilan adalah salah satu komponen kunci dari live streaming, penampilan adalah salah satu taktik yang digunakan.

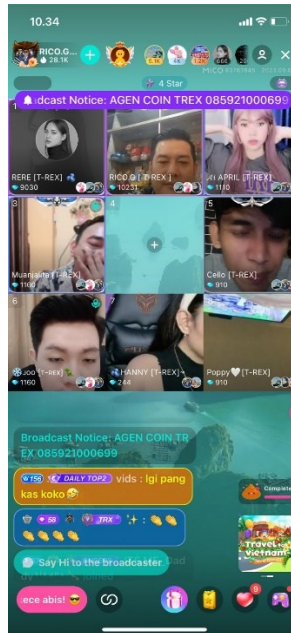
Dengan jumlah pengguna penonton *live streaming* di Aplikasi Mico yang besar, membuat adanya komunikasi yang dijalin dari para *live streaming* dengan penontonya. Yang mana para komunikasi dijalankan dengan berbagai cara dan berbagai tujuan dari *live streamer* untuk para penontonya. Dibutuhkan berbagai usaha untuk mempertahankan penonton dalam *live streaming*. Usaha dari menyiapkan diri, menyiapkan konten dan sebagai komunikator utama untuk dapat menyampaikan pesan kepada penonton. Media dimanfaatkan oleh komunikator agar membantu proses pengiriman pesan kepada khalayak atau penerima pesan.

Dalam pemanfaatan tersebut sang komunikator menggunakan berbagai strategi komunikasi persuasif agar mendapat '*GIFT*' yang dimana digunakan untuk mencapai target dari *streamer* tersebut. Ada pula yang menggunakan strategi persuasif yang dimana membantu perkembangan *MICO* seperti mengundang orang yang belum mengunduh aplikasi *MICO* menjadi *streamer* ataupun menjadi *viewers* dari aplikasi ini. Strategi Komunikasi Persuasif sendiri adalah sebuah perpaduan antara sebuah komunikasi yang persuasif dan juga manajemen komunikasi sehingga dapat menarik perhatian dan mengubah perilaku audiens sesuai dengan kemauan komunikator itu sendiri.

Menurut Middleton (1980), Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Strategi komunikasi persuasif merupakan penggabungan dari manajemen komunikasi dengan perencanaan komunikasi persuasif yang bertujuan untuk memberikan pengaruh terhadap pendapat, perilaku, dan sikap individu (Soemirat, 2007: 129). Adapula strategi komunikasi dari Melvin L DeFleur dan Sandra J. Ball-Rocheach (1989: 275) yang memberikan beberapa Strategi komunikasi persuasif, yaitu: Strategi Psikodinamika, Strategi Persuasi Sosiokultural, dan Strategi The Meaning Construction.

Pada penelitian ini peneliti hanya akan fokus pada Strategi Komunikasi Psikodinamika, karena dalam live streaming peneliti telah melakukan Pra – observasi yang dimana saat seorang *live streamer* sedang berbicara dengan *Viewers* – nya, mereka selalu ingin membuat *Viewers* mereka merasa nyaman dengan di room live mereka. Seperti pada gambar di bawah ini dimana *live streamernya* sedang ngobrol dengan *viewersnya* yang dimana menjelaskan kepada

viewersnya bahwa letak posisi kamarnya dulunya dimana. Ia mencoba menjelaskan dan berbicara dengan viewersnya dan terlihat beberapa viewers yang menemani Live streamer ini menyalakan kamera juga dan ada yang hanya kamera saja untuk menarik psikodinamis mereka.



Gambar 3 Live Streamer dan Viewers Menyalakan Kamera sembari bercerita.

Sesuai dengan penjelasan sebelumnya, pada (gambar 3) di atas, peneliti mendapati bahwa terdapat fenomena komunikasi persuasi psikodinamika, yang dimana sembari live streamer berbicara dengan viewersnya, ia mengajak mereka untuk ikut menyalakan kameranya agar mereka dapat berbicara dan saling melihat secara virtual. Lalu, ia juga bercerita mengenai keseharian dan mengajak viewersnya untuk menceritakan kesehariannya juga. Disini, peneliti mendapati bahwa terdapat strategi komunikasi perseuasi saat live streamer bercerita kegiatan yang dilakukan di siang hari.

Penelitian ini terfokus pada psikodinamika karena pada penelitian ini, jika menggunakan strategi sosiokultural dan 'Meaning Construction' karena dengan Psikodinamika, peniliti menjadi terfokus pada bagaimana pembawaan seorang live streamer mempersuasi viewer saat melakukan live streaming. Jika mengikuti strategi sosiokultural dan 'Meaning Construction' maka penelitian ini menjadi tidak sesuai dan tidak terfokus pada tujuan peneliti.

Dengan adanya beberapa rutinitas ini, emosi yang dibangun dan kognitif yang dibentuk sesuai dengan keinginan live streamer akan membangun hubungan yang kuat antara live streamer dan viewers serta memberikan pemahaman terhadap viewers tanpa disadari sehingga pada akhirnya akan mempengaruhi tindakan viewersnya untuk datang secara terus – menerus hingga memberikan 'gift' yang menjadi tujuan dari live streamer ini.

Penelitian terdahulu dari TAMARA VISCHEL KHOIRUNNISA LARASATI 2021 membahas mengenai '*TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF FOOD INFLUENCER DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*' yang dimana pada kesimpulannya komunikasi persuasif membantu penjualan yang endorse-an yang dilakukan oleh influencer. Ada pula penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ellyvia Jesslyn Surianto, Lusya Savitri Setyo Utami pada tahun 2021 yang berjudul '*Pengaruh Komunikasi Persuasif melalui Fitur Shopee Live terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Lilybelleclothing)*' yang menarik kesimpulan bahwa strategi yang diterapkan oleh *Lilybelleclothing* harus dipertahankan karena merupakan faktor tinggi untuk menaikkan penjualan dari *Lilybelleclothing*.

selanjutnya penelitian oleh Dinda Anissa Ulfah pada tahun 2022 dengan judul '*Strategi Komunikasi Persuasif dalam Menarik Publik untuk Menjadi Affiliate*', mempunyai kesimpulan bahwa dalam komunitas tersebut telah membuat kredibilitas yang sangat baik sebagai cara dalam mempersuasi publik. Berdasarkan penelitian di atas, mereka hanya fokus pada metode untuk menarik konsumen agar membeli produk yang mereka jual dan pada penelitian ini, *live streamer* harus melakukan komunikasi persuasif secara terus – menerus disetiap siaran langsungnya agar para spender mau memberikan *gift*nya.

Penelitian terdahulu yang ketiga oleh Nanda Annisa pada tahun 2022 dengan judul '*Strategi Komunikasi Persuasif Radio Republik Indonesia (RRI) Mataram Dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital*', menarik kesimpulan dengan menggunakan teori AIDDA pada penggunaan sosial media untuk mempertahankan eksistensinya pada era digital.

Perbedaan dengan penelitian terdahulu yang pertama adalah peneliti tersebut terfokus bagaimana seorang *Food Influence* dapat mempengaruhi pengikutnya dan dalam penelitian ini peneliti tersebut menggunakan metode analisa kuantitatif untuk menarik referensinya sedangkan dalam penelitian ini, peneliti ingin mengfokuskan bagaimana strategi psikodinamika seorang *Live Streamer* aplikasi MICO untuk membuat viewersnya nyaman hingga ingin memberikan '*gift*' dengan menggunakan metode studi kasus dengan analisa kualitatif.

Perbedaan dengan penelitian terdahulu yang kedua adalah peneliti tersebut terfokus bagaimana peneliti tersebut mengfokuskan penelitiannya terhadap pengaruh yang ditimbulkan dari komunikasi yang di terapkan terhadap konsumen *Lilybelleclothing*. Peneliti tersebut juga menggunakan teori *elaboration likelihood* (Petty dan Brinol, 2014), sedangkan pada penelitian ini peneliti ingin fokus pada strategi komunikasi persuasi psikodinamika *Live Streamernya* yang dimana menggunakan teori strategi komunikasi persuasi psikodinamika menurut Melvin L. De Fleur dan Sandra J. Ball-Roeach (1989). Menjadi fokus dalam penelitian ini, untuk melihat strategi komunikasi persuasif khususnya oleh *live streamer* dalam aplikasi Mico di Indonesia.

Pemilihan Indonesia sendiri dikarenakan banyak pengguna aplikasi Mico adalah orang Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari pembahasan di atas, peneliti mengambil rumusan masalah yaitu “Bagaimana Strategi *Komunikasi Persuasif* yang dilakukan oleh *Live streamers* Asal Indonesia dalam Aplikasi Mico?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Strategi *Komunikasi Persuasif* yang dilakukan oleh *Live streamer* Asal Indonesia dalam Aplikasi Mico.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat-manfaat dari penelitian ini, meliputi:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan tambahan kontribusi teoritis bagi studi dalam Ilmu Komunikasi, khususnya perihal *Komunikasi Persuasif*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tambahan serta menjadi referensi praktis dalam lingkup *Komunikasi Persuasif*. Serta untuk menjadi referensi bagi para konten kreator *live streamer* tentang bagaimana pengaruh dari segi *Komunikasi Persuasif* dari *live streamer*.

1.5 Batasan Penelitian

Terdapat beberapa hal yang membatasi ruang lingkup permasalahan agar penelitian ini dapat lebih terarah sesuai dengan tujuan penelitian, batasan tersebut meliputi:

- 1) Meneliti mengenai bagaimana bentuk *live streamer* dalam melakukan strategi komunikasi persuasi psikodinamikanya.
- 2) Narasumber dalam penelitian ini adalah *Live streamer* dalam Aplikasi Mico di Indonesia dengan kriteria:

- Telah menjadi *live streamer* Mico 1 tahun dikarenakan telah mengetahui komunikasi persuasif yang sesuai dengan audiencenya
 - Minimal target pendapatan perbulannya adalah 40.000 diamond yang dimana ditukarkan menjadi Rp3.000.000
- 3) Fokus penelitian ini mengarah kepada para *live streamer* dalam Aplikasi Mico, baik pria maupun wanita di Indonesia.
 - 4) Batasan waktu dalam penelitian ini adalah Juni 2023 hingga September 2023 dan batasan lokasi penelitian ini adalah dalam aplikasi MICO

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian ini diuraikan menjadi lima bab, yaitu :

1) PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

2) TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan teori yang digunakan sebagai landasan dalam menganalisa dan membahas setelah melakukan penelitian. Lalu dipaparkan nisbah antar konsep dan kerangka pemikiran.

3) METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan metode penelitian yang meliputi definisi konseptual (strategi Komunikasi Persuasif *live streamer* di Indonesia dalam aplikasi Mico) , jenis penelitian, metode penelitian studi kasus, subjek dan objek penelitian, unit analisis, jenis sumber data, teknik pengumpulan data, unit analisis, jenis sumber data, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data dan teknik triangulasi yang digunakan.

4) Analisis Data

Pada bab keempat ini berisi mengenai gambaran umum Aplikasi MICO, deskripsi Informan, temuan data, analisis, triangulasi data penelitian yang diperoleh dari hasil observasi peneliti selama menjalankan penelitian di Aplikasi MICO.

5) Kesimpulan

Bab kelima ini berisi hasil uraian dari data – data yang dikumpulkan dilapangan untuk dianalisis sesuai dengan rumusan masalah yang ada serta berkaitan dengan tujuan yang jelas.

DAFTAR REFERENSI

Bagian ini merupakan tempat peneliti memasukan sumber penelitian yang berasal dari jurnal, buku, dan penelitian terdahulu serta teori – teori yang mendukung.