

PERSEPSI PENONTON TAYANGAN KONTEN EMPESHOW DI KANAL YOUTUBE JONATHAN LIANDI (STUDI KASUS MAHASISWA UKM E-SPORTS UNTAG SURABAYA)

¹Muhammad Ilham Ibrahim, ²Teguh Priyo Sadono, ³ Wahyu Kuncoro

^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

muhilhamibr009@gmail.com

Abstract

The rise of technological developments, especially information technology, has caused social changes and various innovations in terms of communication. The development of technology in the context of new media has given rise to spaces in the form of platforms for exchanging information or seeking entertainment. One other innovation that has emerged due to the rapid development of the internet is the presence of online games or also called E-Sports. The development of electronic sports in Indonesia has given rise to a new segment or content which has become a topic of discussion in the mass media, especially online media or new media. One of them is content from Jonathan Liandi's YouTube channel entitled "Empeshow". Even though this show is new content in the mass media, Empeshow apparently received a significant increase in viewers at the start of its broadcast. Empeshow apparently also has a consistent and stable number of viewers. Since its first broadcast, viewers of this content have relatively increased. How can Empeshow grow so rapidly? Besides this content is a new type of content that has never existed before. This research wants to know the audience's perception of the Empeshow content.

Key Words: Perception, Content, YouTube, E-Sports

Abstrak

Maraknya perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi telah menyebabkan perubahan sosial dan berbagai inovasi dalam hal komunikasi. Berkembangnya teknologi dalam konteks media baru memunculkan ruang-ruang berupa platform untuk bertukar informasi, atau mencari hiburan. Salah satu inovasi lain yang muncul akibat pesatnya internet ialah hadirnya *game online* atau juga disebut E-Sports. Berkembangnya olahraga elektronik di Indonesia memunculkan sebuah segmen atau konten baru yang menjadi topik bahasan di media massa khususnya media online atau media baru. Salah satunya ialah konten dari kanal YouTube Jonathan Liandi yang bertajuk “Empeshow”. Meskipun tayangan tersebut merupakan konten baru di media massa, rupanya Empeshow mendapat lonjakan penonton yang cukup signifikan pada awal penayangannya. Empeshow rupanya juga memiliki jumlah penonton yang konsisten dan stabil. Sejak penayangan pertamanya, *viewers* dari konten tersebut relatif meningkat. Bagaimana Empeshow dapat bertumbuh dengan begitu pesatnya? Di samping konten tersebut merupakan jenis konten baru yang belum pernah ada sebelumnya. Penelitian ini ingin mengetahui persepsi penonton terhadap tayangan Empeshow.

Kata Kunci: Persepsi, Tayangan, YouTube, E-Sports

Pendahuluan

Maraknya perkembangan teknologi pada zaman ini khususnya pada teknologi informasi telah menyebabkan perubahan sosial. Yakni mengubah cara manusia berkomunikasi. Saat ini, komunikasi dapat terjadi dengan sangat mudah, dan cepat. Kehadiran internet yang terjangkau menjadi salah satu pemicu utama perubahan cara berkomunikasi dalam masyarakat. Dengan berkembangnya teknologi utamanya dalam konteks *new media*, kini banyak tercipta ruang-

ruang yang menjadi wadah bagi kalangan pengguna untuk berdiskusi, bertukar informasi, dan bahkan hanya untuk sekedar mencari hiburan. Berbagai platform media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube pun bermunculan. Semakin lama, semakin diminati pula media sosial sebagai sarana untuk berkomunikasi dan berinteraksi. Selain itu, salah satu hasil inovasi lain yang muncul akibat hadirnya internet adalah hadirnya *game online*. Di mana pada era saat ini ternyata juga terbentuk suatu ekosistem atau habitat dari para pemainnya yang biasa dikenal dengan E-sports (*Electronic Sports*). E-sports atau olahraga elektronik merupakan ajang adu ketangkasan dan kelihaihan olahraga berbasis elektronik, termasuk peralatan komputer, gawai, maupun konsol permainan seperti *PlayStation* dan *Xbox* (Teguh Septianto & Sutiyono Panjaitan, n.d.).

Perkembangan E-sports di Indonesia melaju dengan sangat pesat. Indonesia menjadi salah satu negara yang menjadi tempat terselenggaranya kompetisi E-sports yang rutin digelar di Indonesia sejak tahun 2018. Adalah Mobile Legends Professional League (MPL) yang mempertandingkan *game online* Mobile Legends: Bang Bang. Berkembangnya olahraga elektronik di Indonesia memunculkan sebuah segmen atau konten baru yang menjadi topik bahasan di media massa khususnya media online atau media baru. Salah satunya ialah konten dari kanal YouTube Jonathan Liandi yang bertajuk “Empeshow”. Konten Empeshow adalah tayangan bertema *talkshow* yang membahas, mendiskusikan, serta mengulas kejadian-kejadian dan pertandingan yang terjadi di Mobile Legends Professional League Indonesia (MPL ID) pada setiap musimnya. Meskipun tayangan tersebut merupakan konten baru di media massa, rupanya Empeshow mendapat lonjakan penonton yang cukup signifikan pada awal penayangannya. Empeshow rupanya juga memiliki jumlah penonton yang konsisten dan stabil. Sejak penayangan pertamanya, *viewers* dari konten tersebut relatif meningkat. Bagaimana “Empeshow” dapat bertumbuh dengan begitu pesatnya? Di samping konten tersebut merupakan jenis konten baru yang belum pernah ada sebelumnya? Bagaimana persepsi penonton tentang adanya tayangan konten “Empeshow”?

Membahas tentang persepsi suatu tayangan konten YouTube kajian teori komunikasi yang digunakan ialah komunikasi massa. Secara sederhana komunikasi massa ialah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang. Kata “massa” merupakan istilah yang merujuk pada cara berkomunikasi atau penyampaian informasi melalui media, dan “massa” juga merujuk pada kata “banyak”. Menurut Freidshow dalam Rakhmat (2018) komunikasi massa dibedakan dari jenis komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok bukan hanya satu atau beberapa bagian khusus populasi.

Persepsi merupakan suatu konsep yang berperan penting dalam konteks komunikasi. Bagaimana tidak, pada pola komunikasi Lasswell yang berbunyi *who says what to whom in what media with what effect*, menunjukkan bahwa efek menjadi komponen yang krusial dalam proses komunikasi. Efek dari komunikasi salah satunya ialah perubahan pola pikir atau persepsi. Menurut asal-usul katanya, persepsi berasal dari kata *perceptio* atau *percipere* dalam bahasa latin yang bermakna mengambil atau menerima. Jalaludin Rakhmat menjelaskan bahwa persepsi merupakan pengalaman mengenai obyek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi atau menafsirkan pesan (Rakhmat, 2018). Persepsi merupakan produk yang lahir dari penafsiran setiap rangsangan pesan atau informasi yang ditangkap menggunakan alat indra yang kemudian menjadi salah satu cara untuk memahami suatu obyek atau fenomena.

Menurut Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson dalam Mulyana, (2022) Persepsi terdiri dari tiga aktifitas yakni seleksi, pengorganisasian dan interpretasi. Jika persepsi merupakan suatu proses yang integratif maka setiap yang ada pada diri seseorang secara aktif memiliki peran masing-masing dalam persepsi. Kemudian, kajian selanjutnya yang digunakan pada penelitian ini ialah teori *uses and gratifications*. Kajian yang pertama kali dikenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz itu memandang bahwa audiens adalah individu yang aktif dan dengan sadar memilih media (*channel*) yang sesuai dengan kebutuhannya (Katz, (1973) dalam Buf & Štefanić, 2020). Pada teori *uses and gratification*, inti dari keputusan seseorang untuk

menggunakan media tertentu adalah kebutuhan mereka sendiri, yang dipengaruhi secara signifikan oleh disposisi psikologis, faktor sosiologis, dan kondisi lingkungan.

Untuk mengetahui persepsi penonton terhadap tayangan konten Empeshow, kajian teori selanjutnya yang digunakan pada penelitian ini ialah teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R). Teori itu berawal dari teori rangsang-balas yang dapat digunakan untuk menjelaskan berbagai fenomena dan tingkah laku sosial. Teori ini menyatakan bahwa respon penerima terhadap stimulus baik itu verbal, visual ataupun tertulis diartikan sebagai dampak. Teori S-O-R menganggap bahwa media massa mempersiapkan dan mendistribusikan pesan-pesan secara sistematis dan tersebar luas (Sendjaja, 2007).

Dalam menyusun penelitian ini, diperlukan kajian literatur terdahulu agar penelitian dapat berjalan sesuai prosedur dan target atau tujuan dari penelitian tersebut tercapai. Kajian literatur pada penelitian ini juga berguna sebagai referensi untuk menyusun penelitian. Kajian literatur yang digunakan pada penelitian milik Fitri Nurbaiti, Burhan Bungin, dan A. A. I. Prihandari Satvikadewi yang berjudul Persepsi Anggota Club Motor Terhadap Gaya Hidup Komunitas di Surabaya pada 2016. Penelitian ini digunakan sebagai kajian dikarenakan kesamaan penggunaan teori. Yakni teori Stimulus-Organism-Response. Adapun perbedaan penelitian dengan penelitian berikut ialah perbedaan metode penelitian dan subyek penelitian. Penelitian selanjutnya ialah penelitian karya Khonita Lutfiah yang berjudul Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Salatiga Tentang Konten Dakwah Oki Setiana Dewi Official di Media Youtube pada 2021. Pemilihan penelitian tersebut sebagai kajian literatur ialah karena terdapat persamaan pendekatan penelitian yakni deskriptif kualitatif. Serta persamaan obyek penelitian yang sama-sama meneliti tayangan YouTube. Kemudian penelitian selanjutnya ialah karya Farah Zetira Chaerunnisa yang berjudul Persepsi Penonton Terhadap Channel YouTube Mobile Legends di Komunitas MLBB Kota Bandung pada 2019. Persamaan penelitian dengan penelitian berikut ialah kesamaan pendekatan penelitian serta obyek penelitian yang sama-sama meneliti tayangan YouTube Mobile Legends. Sementara perbedaan terdapat pada subyek penelitian.

Kemudian penelitian selanjutnya ialah karya Arif Mahroza yang berjudul Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman Pada Vlog Presiden Joko Widodo pada 2018. Persamaan terdapat pada pendekatan penelitian yakni deskriptif kualitatif serta sama-sama meneliti tayangan konten yang ada di YouTube. Sementara perbedaan terdapat pada obyek penelitian yakni vlog Presiden Joko Widodo sementara peneliti menggunakan tayangan Empeshow. Karya Yakobus Prismawan Jati Pamungkas yang berjudul Pengaruh Terpaan Channel YouTube Oura Gaming Terhadap Perilaku Imitasi Bermain Game Mobile Legends (Studi Kasus Pada Pelajar SMA Widya Wacana Solo) pada 2023. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terdapat pada metode, obyek penelitian serta topik bahasan yang mana penelitian itu berfokus pada terpaan terhadap perilaku subyek. Sementara peneliti ingin mengetahui persepsi dari tayangan konten Empeshow.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif jenis eksploratif dengan pendekatan penelitian obyektif kualitatif. Metode merupakan sesuatu yang bekerja secara sistematis (Mardalis., 2004). Sederhananya metode ialah cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan untuk dideskripsikan, dibuktikan, dikembangkan, penemuan pengetahuan, dan pemecahan masalah. Metode kualitatif merupakan metode yang menghasilkan data dan kesimpulan yang tidak dapat dicapai dengan metode kuantitatif atau statistik (Ghony & Almanshur, 2012).

Pendekatan penelitian yang dilakukan pada penelitian ini ialah penelitian yang menyelidiki situasi, keadaan, kondisi, peristiwa, atau kegiatan dan menyajikan hasilnya dalam bentuk laporan. Dalam penelitian ini, peneliti mencatat peristiwa yang terjadi pada objek penelitian, kemudian memberikan penjelasan singkat dan jelas tentang peristiwa tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai instrumen sekaligus pengumpul data.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam yang digabungkan dengan observasi terhadap obyek juga dokumentasi. Teknik keabsahan data yang digunakan pada penelitian ini ialah triangulasi sumber. Sementara itu, metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini ialah metode Miles dan Huberman yang mana metode itu bahwa analisis data kualitatif memiliki sifat integratif dan berkesinambungan sampai tuntas (Dodi, 2015). Adapun model yang digunakan ialah model interaktif analisis dari Miles dan Huberman. Yang memiliki tahapan-tahapan yakni reduksi data, penyajian data, serta verifikasi data. Obyek penelitian ini merupakan temuan respon yang muncul karena adanya tayangan Empeshow dari para anggota UKM E-Sports UNTAG Surabaya yang memenuhi kriteria sampel. Respon-respon yang didapatkan berasal dari tiga aspek yakni perhatian, pengertian dan penerimaan. Respon-respon yang ditemukan dianggap sebagai aktualisasi dari persepsi.

Hasil dan Pembahasan

Proses observasi dapat diartikan sebagai alat ukur yang digunakan untuk mengetahui tingkah laku, hingga proses terjadinya suatu kegiatan dengan cara melakukan pengamatan baik dalam situasi sebenarnya ataupun dalam situasi buatan (Mustaqim dalam Nasution & Arfannudin, 2021). Berdasarkan hasil yang didapatkan dari proses observasi terhadap tayangan Empeshow peneliti menemukan respon dari para penonton berupa komentar di platform YouTube.

Sejauh ini, Empeshow telah memiliki lima puluh tujuh episode dengan perolehan penonton rata-rata di atas lima ratus ribu penonton. Komentar-komentar yang ditemukan oleh peneliti di konten Empeshow juga menuai berbagai respon positif di setiap episode-nya. Terlihat para penonton mengikuti tayangan tersebut dan menunjukkan dukungan penuh agar tayangan Empeshow terus tayang di kanal Jonathan Liandi. Salah satu komentar yang peneliti temukan berasal dari pengguna bernama @riskylana4269 yang mengatakan bahwa topik yang dibahas dalam konten Empeshow sangat positif khususnya bagi para tim-tim profesional yang bertanding di liga MPL ID. Sebab, pembahasan serta komentar-komentar dari para panelis dinilai sebagai masukan yang positif guna meningkatkan performa tim serta melakukan evaluasi setelah mendapatkan hasil yang kurang baik di liga profesional.

Selain itu, respon lain berupa komentar yang peneliti temukan berasal dari pengguna bernama @alfharuq24 yang mengaku pendapatnya terwakili oleh salah satu panelis yang diundang dalam konten Empeshow. Komentar tersebut menunjukkan bahwa Empeshow dapat mewakili pendapat penonton atau pengguna yang tidak memiliki kesempatan untuk menyampaikan kepada publik. Respon tersebut juga menunjukkan bahwa para penonton mengikuti dan ikut berdiskusi sesuai dengan topik yang dibahas dalam Empeshow.

Kemudian, ada juga respon yang menunjukkan dukungan serta antusiasme dari para penonton terhadap tayangan konten Empeshow. Respon terkait berasal dari banyak penonton, beberapa contohnya berasal dari pengguna bernama @Ichaaa28, @MrOEduTainment, @mrfahmie2107. Selain itu, ditemukan juga respon yang menunjukkan bahwa pemilihan panelis atau narasumber menjadi salah satu alasan penonton untuk menonton tayangan Empeshow. Sebagai contoh komentar dari pengguna bernama @ahmadrovik7661 dan @AerisGM.

Berdasarkan hasil wawancara bersama mahasiswa anggota Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) UNTAG E-sports peneliti menemukan hasil yang beragam. Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan data atau menyajikan data yang diperoleh dari proses wawancara langsung maupun daring dengan para informan. Penyajian data dapat dilakukan dengan berbagai cara. Adapun, dapat disajikan dengan uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sebagainya (Sugiyono, 2018). Adapun, peneliti akan menganalisis dari tiga aspek penting dari persepsi yakni perhatian, pengertian, dan penerimaan.

Perhatian

Berdasarkan hasil penelitian, perhatian mahasiswa anggota UNTAG E-Sports tertarik

dari dua sumber berbeda. Adapun penonton yang perhatiannya tertarik karena menonton cuplikan tayangan Empeshow dari TikTok dan *shorts* kemudian baru menonton lebih lanjut di YouTube sementara yang kedua ialah dari kanal YouTube Jonathan Liandi sejak awal. Sehingga terdapat perbedaan sumber perhatian yang mereka miliki. Stimulus yang ada masih sama, yakni tayangan konten Empeshow. Namun, akibat keaktifan khalayak di media massa, faktor situasional serta personal yang berupa pengalaman yang dimiliki oleh masing-masing informan, membuat organisme atau individu dapat memilih konten mana yang ingin mereka konsumsi dan atau yang ingin mereka beri perhatian. Hal itu selaras dengan pendapat Herbert Blumer dan Elihu Katz dalam Buf & Ţefăniță (2020) yang menyatakan bahwa keputusan seseorang untuk menggunakan media tertentu ialah sesuai dengan kebutuhan mereka sendiri.

Pengertian

Pengertian dalam teori Stimulus-Organism-Response diartikan sebagai bagaimana suatu organisme mengartikan, menginterpretasikan atau memaknai suatu stimulus. Hal itu ditegaskan oleh Hovland dalam McQuail (2012) yang menyatakan bahwa organisme berperan sebagai penengah yang berfungsi untuk memaknai berbagai stimulus yang diterima. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan pengertian yang berbeda terhadap satu obyek yang dipersepsi yakni tayangan Empeshow. Para anggota UKM UNTAG E-sports mengartikan tayangan Empeshow menjadi tiga makna yang berbeda. Yakni, sebagai media hiburan, sebagai ruang diskusi bagi para penggemar Mobile Legends tanah air serta tempat untuk berbagi edukasi seputar E-sports Mobile Legends.

Pemaknaan terhadap suatu stimulus dari setiap individu tentu berbeda. Hal ini dikarenakan oleh perbedaan perhatian, kepentingan, serta latar belakang atau pengalaman yang dimiliki oleh masing-masing individu. Menurut Rakhmat (2018) persepsi suatu individu berkaitan erat dengan pengalaman tentang obyek, peristiwa, serta hubungan-hubungan yang diperoleh saat proses komunikasi. Rakhmat menegaskan bahwa perbedaan pengertian itu dapat disebabkan oleh tiga faktor yakni obyek yang dipersepsi, alat indra, dan perhatian. Dalam hal ini, obyek yang dipersepsi sama yakni tayangan konten Empeshow. Namun, terdapat perbedaan perhatian yang menimbulkan perbedaan pengertian atau pemaknaan.

Selain itu, faktor yang mendasari perbedaan pengertian penonton ialah motivasi masing-masing penonton. Menurut teori *uses and gratifications* McQuail (2012) yang menegaskan bahwa audiens atau khalayak tidak pasif, melainkan aktif juga memiliki motif-motif tertentu dalam menggunakan suatu media serta mengonsumsi suatu konten dari media. Berdasarkan hasil penelitian, motivasi masing-masing penonton Empeshow pun beragam

Berdasarkan motif-motif khalayak yang dijelaskan oleh McQuail, hasil penelitian menunjukkan bahwa penonton tayangan Empeshow memiliki motif sebagai berikut:

Motif pencarian informasi (*information seeking*) yang mana pemenuhan kebutuhan akan informasi tentang perkembangan E-Sports Mobile Legends Indonesia. Motif hiburan (*entertainment*) yang mana motif penonton tayangan Empeshow ialah digunakan sebagai tempat mencari hiburan, melepas penat, mengisi waktu luang, dan penyeluran emosi. Identitas pribadi (*personal identity*) yang mana penonton Empeshow menggunakan tayangan tersebut sebagai sarana pengembangan diri karena terdapat nilai-nilai yang menunjang pemahaman tentang diri. Integrasi sosial (*social integration*) yang mana motif penonton Empeshow dalam menonton dan mengonsumsi konten ialah untuk memperkuat hubungan dan integrasi sosial dengan penggemar E-Sports lainnya.

Timbulnya perbedaan pengertian pada obyek yang dipersepsi ini tidak semata-mata dikarenakan oleh perbedaan motivasi. Pada konteks ini, perbedaan pengertian pada masing-masing informan disebabkan oleh perbedaan platform yang digunakan oleh setiap penonton. Yang mana, penonton yang mengetahui tayangan Empeshow dari platform atau fitur lain seperti TikTok dan *shorts* mengartikan Empeshow lebih sebagai konten hiburan daripada konten edukasi, diskusi.

Temuan itu selaras dengan pendapat ikonik Marshall McLuhan yang berbunyi: “*medium is the message*”. Yang berarti media adalah pesan itu sendiri. Hal itu berarti bahwa medium atau media itu sendiri yang berperan dalam pembentukan dan pendefinisian pesan

(Rahmat Gymnastiar et al., 2024). Setiap pesan yang disampaikan melalui platform-platform tertentu membentuk lapisan baru sehingga pengalaman komunikasi yang ditimbulkan menjadi lebih bervarian dan kompleks.

Penerimaan

Penerimaan merupakan tahapan terakhir yang menjadi tolak ukur persepsi dari suatu stimulus. Pada tahap ini, stimulus yang sudah diterima dan diartikan oleh pusat kesadaran akan menimbulkan penerimaan. Penerimaan di sini dapat diartikan sebagai beberapa hal yakni tanggapan, tindakan, serta perubahan perilaku. Berdasarkan hasil wawancara, informan tidak menunjukkan adanya penolakan terhadap stimulus sehingga penerimaan pun tercapai.

Secara keseluruhan, hasil wawancara tidak menunjukkan adanya penolakan terhadap tayangan Empeshow. Setiap informan yang telah diwawancara memiliki penerimaan yang positif terhadap tayangan Empeshow. Meskipun terdapat perbedaan perhatian serta pengertian terhadap tayangan Empeshow, informan menginterpretasikan eksistensi Empeshow sebagai konten baru di media massa sebagai konten hiburan, sebagai ruang diskusi dan berintegrasi dengan individu lain dengan minat yang sama yakni E-sports Mobile Legends serta tempat berbagi ilmu tentang strategi permainan Mobile Legends juga edukasi mengenai dunia E-sports Mobile Legends itu sendiri

Penutup

Berdasarkan hasil temuan peneliti serta pembahasan yang diperoleh oleh penulis dari data primer serta data sekunder, yakni Persepsi Penonton Tayangan Konten Empeshow di Kanal YouTube Jonathan Liandi, dapat disimpulkan bahwa persepsi penonton terhadap adanya tayangan Empeshow yang mana adalah mahasiswa anggota UKM UNTAG E-sports dapat diklasifikasikan menjadi tiga persepsi.

Persepsi yang menganggap tayangan Empeshow sebagai tempat hiburan dikarenakan pembawaan acara yang seru serta penggunaan *jokes* yang tepat. Persepsi yang kedua ialah tayangan Empeshow sebagai ruang atau wadah berdiskusi dan berintegrasi bagi para penggemar E-Sports Mobile Legends tanah air. Serta persepsi tayangan Empeshow sebagai sarana berbagi ilmu seputar Mobile Legends utamanya bagi individu yang ingin terjun ke industri E-Sports

Meskipun perhatian serta pengertian dari masing-masing informan memiliki perbedaan namun keseluruhan informan mengaku menerima tayangan Empeshow dengan positif. Dengan adanya bahasan-bahasan tentang *gameplay*, strategi permainan serta pengulasan pertandingan yang dibawakan menjadi poin utama yang membuat para penonton memberikan penerimaan yang positif. Dari keseluruhan informan yang diwawancara, keseluruhan menerima tayangan Empeshow dengan baik. Bahkan, beberapa informan mengatakan bahwa eksistensi Empeshow dalam dunia media baru dianggap perlu. Salah satu alasannya ialah antusiasme masyarakat saat ini terhadap E-sports khususnya dalam permainan Mobile Legends dinilai sangat tinggi. Sehingga dibutuhkan konten-konten yang selaras dan sesuai dengan minat dan kebutuhan audiens saat ini.

Saran

Berdasarkan hasil penulisan data yang diperoleh peneliti pada pembahasan dan kesimpulan di atas, beberapa saran peneliti susun untuk menjadi rekomendasi kepada sang pencipta konten agar pesan-pesan yang disampaikan dalam kontennya dapat diterima dengan baik serta bermanfaat bagi para penonton. Adapun rekomendasi yang peneliti susun adalah sebagai berikut:

Guna mempercepat durasi video dalam penyampaian konten pembahasan E-sports Mobile Legends penting untuk mengklasifikasi pertandingan serta momen-momen penting dan bermanfaat yang akan diulas di dalam konten. Kedua, guna meningkatkan isi pesan dari konten yang disampaikan penambahan segmen baru dapat memberikan pengalaman baru bagi penonton tanpa menghilangkan esensi dari pesan yang ingin disampaikan. Ketiga, penggunaan platform-platform lain selain YouTube sebagai media promosi akan memberikan peningkatan

jangkauan penonton agar pesan dapat tersampaikan kepada audiens yang lebih luas

Terakhir, dalam konteks pemilihan panelis, narasumber ataupun bintang tamu yang diundang di dalam konten agar lebih disesuaikan dengan momen atau peristiwa yang tengah menjadi pusat perhatian dalam E-sports Mobile Legends. Hal itu agar penonton dapat mengikuti serta menerima pesan yang disampaikan lebih maksimal sebab narasumber yang tepat menjadi poin krusial yang menjadi pertimbangan penonton untuk mengonsumsi suatu konten. Dengan menerapkan saran atau rekomendasi tersebut secara konsisten, diharapkan bahwa penonton tayangan konten dapat memaknai serta mencerna maksud pesan yang ingin disampaikan di dalam konten Empeshow di Kanal YouTube Jonathan Liandi.

Daftar Pustaka

- Buf, D.-M., & Ștefăniță, O. (2020). Uses and Gratifications of YouTube: A Comparative Analysis of Users and Content Creators. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 22(2), 75–89. <https://doi.org/10.21018/rjcpr.2020.2.301>
- Dodi, L. (2015). Metode Penelitian: Science Methods, Metode Tradisional dan Natural Setting, Berikut Teknik Penulisannya. Pustaka Ilmu.
- Ghony, D. M. , & Almanshur, F. (2012). Metode Penelitian Kualitatif. Ar-Ruzz Media.
- Mardalis. (2004). Metode Penelitian. Bumi Aksara.
- Mcquail, D. (2012). Teori Komunikasi Massa (6th ed.). Salemba Humanika. Mulyana, D. (2022). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S., & Arfannudin, N. (2021). Teks Laporan Hasil Observasi Untuk Tingkat SMP Kelas VII. Guepedia.
- Rahmat Gymnastiar, F., Nugroho, E., & Nadia Fatimah, A. (2024). Konvergensi Produksi Media pada Proses Produksi Radio Multiplatform (Studi Etnografi Berbasis Teori Determinisme Teknologi pada Radio Republik Indonesia). *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(5), 1476–1485.
<https://doi.org/10.38035/rrj.v6i5.938>
- Rakhmat, J. (2018). Psikologi Komunikasi: Edisi Revisi (Revised). Simbiosa Rekatama Media.
- Sendjaja, S. D. (2007). Pengantar Ilmu Komunikasi (1st ed.). Universitas Terbuka. Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Teguh Septianto, R., & Sutyno Panjaitan, B. (n.d.). Budaya Komunikasi Virtual Pada Squad The Nine Souls Dalam Game Mobile Legends. In Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma 1 Jl. Margonda aya (Vol. 100).