

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM**

Bab ini menyajikan gambaran umum mengenai platform-platform yang menjadi objek dalam penelitian ini, yaitu TikTok sebagai platform live stream gaming dan Roblox sebagai platform game online yang menjadi ruang sosial remaja. Pemahaman terhadap karakteristik kedua platform ini penting untuk memberikan konteks empiris bagi variabel-variabel yang diteliti.

#### **2.1 Gambaran Umum TikTok**



*Gambar 2. 1 Logo TikTok*

TikTok merupakan media sosial yang berfokus pada penyajian dan penyebaran konten berbentuk video. Platform ini dikembangkan oleh ByteDance, perusahaan teknologi yang berasal dari Tiongkok. Sebelum dikenal secara luas dengan nama TikTok, ByteDance terlebih dahulu memperkenalkan aplikasi serupa di pasar Tiongkok dengan nama Douyin pada September 2016. Perkembangan platform tersebut kemudian berlanjut melalui akuisisi Musical.ly oleh ByteDance pada November 2017. Setelah proses tersebut, ByteDance memperkenalkan

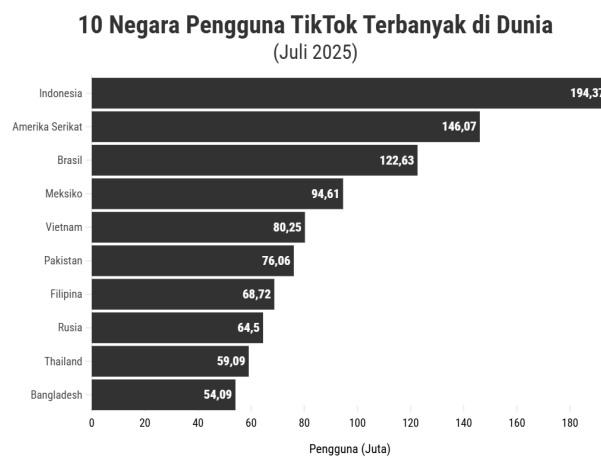
Douyin dalam versi internasional dengan menggunakan nama TikTok pada Agustus 2018 (Big 3 Media, 2025).

TikTok menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna menghasilkan sekaligus menyebarluaskan video berdurasi pendek. Dalam proses pembuatan konten, pengguna dapat memanfaatkan musik, filter, efek visual, stiker interaktif, serta beragam fitur kreatif lainnya (Adawiyah, 2020, dalam Sa'adah, Rosma & Aulia, 2022). Kombinasi berbagai fitur tersebut membuat pengguna tidak hanya berperan sebagai penonton, tetapi juga dapat berpartisipasi sebagai kreator yang memproduksi dan membagikan konten kepada pengguna lainnya.

Popularitas TikTok mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir dan menjadikannya salah satu platform media sosial dengan perkembangan pengguna yang pesat secara global. Indonesia menjadi salah satu pasar terbesar bagi TikTok, bahkan menempati peringkat pertama dalam jumlah pengguna. Laporan We Are Social dan Meltwater menunjukkan bahwa hingga Juli 2025 terdapat sekitar 194,37 juta pengguna TikTok di Indonesia, jumlah yang lebih tinggi dibandingkan Amerika Serikat maupun Brasil (We Are Social & Meltwater, 2025, dalam Dataloka, 2025). Tingginya penggunaan TikTok juga terlihat pada kelompok usia muda. Berdasarkan data yang berasal dari fitur periklanan resmi TikTok, jumlah pengguna berusia 18 tahun ke atas di Indonesia mencapai 180 juta orang pada akhir 2025 (Data Reportal, 2026).

Kedua angka di atas tidak dapat dibandingkan secara langsung sebagai representasi tren yang sama, karena berasal dari sumber, periode, dan basis pengukuran yang berbeda: angka 194,37 juta merupakan estimasi jumlah pengguna TikTok secara keseluruhan (seluruh kelompok usia) per Juli 2025

berdasarkan laporan We Are Social & Meltwater, sedangkan angka 180 juta merujuk secara spesifik pada segmen pengguna berusia 18 tahun ke atas pada akhir tahun 2025 berdasarkan data audiens dari fitur periklanan resmi TikTok. Kedua angka ini sebaiknya dibaca sebagai gambaran skala pengguna dari sumber yang berbeda, bukan sebagai dua titik data yang menunjukkan tren pertumbuhan yang sama.



*Gambar 2. 2 10 Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia*

Popularitas ini turut didorong oleh algoritma For You Page (FYP), yang mempersonalisasi konten yang ditampilkan berdasarkan berbagai sinyal pengguna, konten, dan konteks, sehingga setiap pengguna cenderung mendapatkan pengalaman konten yang berbeda-beda. Secara umum, algoritma FYP TikTok bekerja dengan menampilkan setiap video baru kepada sekelompok kecil pengguna terlebih dahulu; video yang memperoleh keterlibatan tinggi (like, share, durasi tonton) cenderung memiliki peluang lebih besar untuk terus didistribusikan ke pengguna lain dengan minat yang serupa, terlepas dari jumlah pengikut kreator yang mengunggahnya (Big 3 Media, 2025). Perlu digarisbawahi bahwa mekanisme algoritma platform bersifat kompleks dan terus diperbarui oleh

penyedia platform, sehingga uraian di atas merupakan gambaran umum dan bukan penjelasan teknis yang lengkap atau permanen.

## **2.2 Fitur TikTok Live**

TikTok Live adalah fitur siaran langsung yang memungkinkan pengguna untuk menyiarkan aktivitasnya secara real-time kepada seluruh pengikut maupun pengguna lain yang menemukan siaran tersebut. Berbeda dengan konten video pendek yang bersifat tunda (pre-recorded), TikTok Live bersifat spontan dan interaktif karena penonton dapat merespons secara langsung melalui kolom komentar, memberikan hadiah virtual (gift), serta berinteraksi secara real-time dengan streamer selama siaran berlangsung (TikTok Support, t.t.).

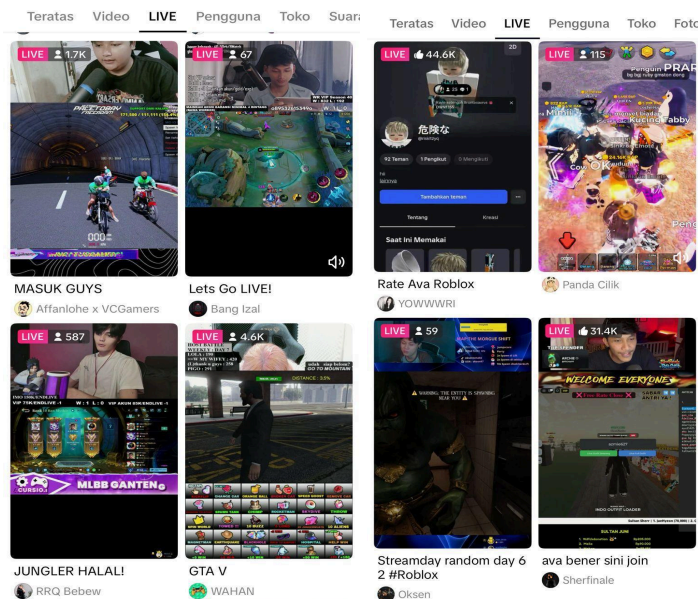
Untuk dapat menggunakan fitur TikTok Live, pengguna harus memenuhi sejumlah persyaratan yang ditetapkan oleh platform. Berdasarkan laman dukungan resmi TikTok, pengguna wajib berusia minimal 18 tahun untuk dapat menyiarkan siaran LIVE, berusia minimal 18 tahun (atau 19 tahun khusus di Korea Selatan) untuk dapat mengirim maupun menerima hadiah virtual selama siaran berlangsung, serta memiliki jumlah pengikut minimal 1.000 akun untuk dapat mengaktifkan fitur LIVE, meskipun ketentuan jumlah pengikut tersebut dapat berbeda-beda tergantung wilayah pengguna (TikTok Support, t.t.). Fitur ini menciptakan ruang interaksi yang unik karena mempertemukan streamer dengan audiensnya dalam momen yang sama secara bersamaan, menghasilkan dinamika komunikasi yang jauh lebih intens dibandingkan konten video biasa.

### 2.3 Live Stream Gaming di TikTok

Salah satu konten yang paling berkembang pesat di fitur TikTok Live adalah live stream gaming, yaitu siaran langsung yang menampilkan aktivitas bermain game secara real-time. Streamer gaming di TikTok tidak hanya menampilkan keterampilan bermain, tetapi juga mengekspresikan emosi, bereaksi terhadap situasi dalam permainan, dan berinteraksi secara verbal dengan penonton maupun lawan main. Pola interaksi ini menciptakan pengalaman menonton yang khas karena penonton menyaksikan secara langsung bagaimana streamer merespons tekanan kompetitif, termasuk ekspresi frustrasi, ejekan terhadap lawan, dan penggunaan bahasa yang provokatif.

Data We Are Social (2024) mencatat bahwa sekitar 96,5% pengguna internet di Indonesia memainkan video game, menjadikan Indonesia sebagai negara dengan persentase gamer tertinggi di dunia. Tingginya angka ini menyediakan basis audiens potensial yang besar bagi konten live stream gaming, meskipun pertumbuhan konsumsi konten live stream gaming itu sendiri perlu didukung oleh data tersendiri. Data Streams Charts (2025) mencatat bahwa konten gaming menyumbang sekitar 12% dari total konsumsi konten di TikTok Live secara global pada kuartal pertama 2025, dengan Indonesia menjadi salah satu pasar terbesar TikTok Live berdasarkan penggunaan harian bersama Amerika Serikat dan Brasil, serta kawasan Asia Tenggara tercatat sebagai basis pengguna TikTok Live terkuat secara regional. Sejalan dengan hal ini, TikTok Live Indonesia melaporkan bahwa jumlah tayangan live di Indonesia meningkat hingga 65% sepanjang tahun 2025 (Babel Insight, 2026). Fenomena ini menjadikan live

stream gaming di TikTok sebagai salah satu sumber paparan konten yang masif bagi remaja Indonesia saat ini.



*Gambar 2. 3 Contoh tampilan live stream gaming di TikTok*

Konten live stream gaming di TikTok memiliki beberapa karakteristik khas yang membedakannya dari konten gaming di platform lain seperti YouTube. Pertama, durasi siaran yang cenderung lebih singkat dan intens karena menyesuaikan dengan pola konsumsi konten pengguna TikTok yang terbiasa dengan format pendek dan cepat. Kedua, tingkat interaktivitas yang tinggi karena sistem komentar real-time dan fitur gift mendorong streamer untuk merespons penonton secara spontan. Ketiga, algoritma FYP TikTok yang secara aktif mendistribusikan konten live stream gaming kepada pengguna yang memiliki ketertarikan pada game, sehingga paparan terhadap konten ini dapat terjadi bahkan tanpa secara aktif dicari oleh pengguna.

## 2.4 Gambaran Umum Roblox



*Gambar 2. 4 Logo Roblox*

Roblox merupakan sebuah *game online* yang mengandalkan konsep *user-generated content* (UGC), sehingga para penggunanya tidak hanya berperan sebagai pemain, tetapi juga dapat menciptakan dan membagikan permainan mereka sendiri. Platform ini dikembangkan oleh Roblox Corporation, yang didirikan pada 2004 oleh David Baszucki dan Erik Cassel serta berkantor pusat di San Mateo, California, Amerika Serikat (Roblox Support, t.t.). Perkembangannya kemudian menjadikan Roblox sebagai salah satu ekosistem permainan digital dengan jumlah pengguna yang besar secara global. Salah satu karakteristik utama Roblox adalah keterlibatan pengguna dalam menghasilkan konten. Melalui Roblox Studio, yaitu perangkat pengembangan yang disediakan secara gratis, pengguna dapat merancang permainan mereka sendiri dan mempublikasikannya agar dapat diakses serta dimainkan oleh pengguna lainnya di berbagai belahan dunia.

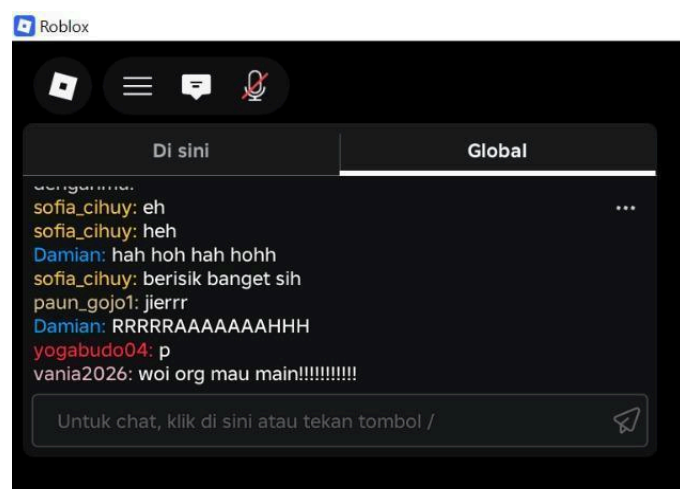
## 2.5 Karakteristik Roblox sebagai Ruang Sosial Digital

Roblox tidak hanya berfungsi sebagai platform permainan, tetapi juga sebagai ruang sosial digital yang memungkinkan penggunanya berinteraksi dengan pemain lain. Berbagai fitur komunikasi yang tersedia, seperti text chat, voice chat, serta mekanisme interaksi yang terintegrasi dalam permainan, memungkinkan pemain untuk berkomunikasi, berkolaborasi, bersaing, dan mengekspresikan diri. Kehadiran berbagai bentuk interaksi tersebut menjadikan pengalaman bermain di Roblox tidak hanya berorientasi pada aktivitas permainan, tetapi juga melibatkan proses sosial yang berlangsung secara langsung antarpemain.

Karakteristik Roblox sebagai ruang sosial semakin diperkuat oleh konsep User-Generated Content (UGC), yang memberikan kesempatan kepada pengguna untuk menciptakan, mengembangkan, dan membagikan berbagai konten serta pengalaman permainan. Melalui karakteristik tersebut, Roblox mempertemukan pemain dengan latar belakang, budaya, dan usia yang beragam dalam satu lingkungan digital. Interaksi yang terjadi di dalamnya pun dapat berlangsung dalam berbagai situasi, mulai dari kerja sama dan kompetisi hingga pertukaran pendapat dan ekspresi diri. Kondisi tersebut menciptakan dinamika sosial yang kompleks karena perilaku dan komunikasi antarpemain tidak sepenuhnya dapat dikendalikan oleh pengelola platform.

Kompleksitas tersebut juga menjadi tantangan dalam proses moderasi di Roblox. Kou dan Gui (2023), dalam studi yang dipresentasikan pada ACM Designing Interactive Systems Conference, menunjukkan bahwa platform berbasis UGC seperti Roblox memiliki tingkat kesulitan moderasi yang lebih tinggi dibandingkan konten digital yang bersifat statis, seperti teks atau gambar.

Hal ini disebabkan oleh kompleksitas desain dan bentuk interaksi dalam permainan yang memungkinkan pengguna menciptakan serta memodifikasi berbagai pengalaman secara dinamis. Kondisi tersebut dapat membuka ruang bagi munculnya konten berbahaya maupun komunitas yang bersifat toksik. Lebih lanjut, Kou dan Gui (2023) menemukan bahwa komunitas Roblox diwarnai oleh berbagai bentuk ujaran kebencian berbasis identitas, termasuk homofobia, rasisme, dan misogini. Fenomena tersebut terutama ditemukan pada permainan yang memberikan tingkat kebebasan ekspresi yang lebih tinggi kepada pemain. Temuan ini menunjukkan bahwa Roblox sebagai ruang sosial digital tidak hanya menjadi tempat berlangsungnya interaksi dan komunikasi antarpemain, tetapi juga dapat menjadi lingkungan tempat berbagai bentuk perilaku komunikasi negatif berkembang. Dengan demikian, karakteristik sosial dan interaktif Roblox menjadi aspek penting untuk diperhatikan dalam memahami perilaku komunikasi yang muncul di antara penggunanya.



*Gambar 2. 5 Contoh tampilan permainan dan fitur chat di Roblox*

## **2.6 Keterkaitan Karakteristik Platform dengan Variabel Penelitian**

Uraian pada bab ini menunjukkan bahwa TikTok dan Roblox memiliki karakteristik yang secara konseptual relevan dengan variabel-variabel yang diteliti. Fitur TikTok Live yang bersifat spontan dan interaktif (*affordance media*) menempatkan streamer sebagai model perilaku yang dapat diamati remaja secara berulang, yang menjadi dasar konseptual bagi variabel terpaan live stream TikTok gaming (X1). Di sisi lain, sifat Roblox sebagai ruang sosial digital dengan fitur chat dan voice chat berkelompok menyediakan ruang interaksi bagi kelompok teman sebaya untuk saling berkomunikasi mengenai Roblox maupun konten gaming lainnya, yang menjadi dasar konseptual bagi variabel intensitas komunikasi peer group (X2). Karakteristik kontekstual Roblox seperti komunikasi real-time, sifat kompetitif, dan anonimitas pengguna turut menjadi ruang tempat perilaku verbal agresif (Y) berpotensi muncul dan diamati. Dengan demikian, gambaran umum platform pada bab ini berfungsi sebagai konteks empiris yang mendasari pemilihan dan operasionalisasi ketiga variabel penelitian pada bab-bab selanjutnya.