

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

*Game Mobile Legends* merupakan salah satu *game online* yang semakin pesat perkembangannya di era globalisasi saat ini. Bermain *game online* dapat dilakukan menggunakan komputer atau melalui telepon seluler. Telepon seluler semula hanya digunakan sebagai alat komunikasi, namun sekarang bisa digunakan untuk melakukan banyak hal termasuk bermain *game online*. Sebagian masyarakat Indonesia, terutama anak-anak dan remaja bermain *game online* saat ini sudah menjadi gaya hidup sehari-hari yang diperkirakan mencapai 10,15% (Jap, Tiatri, Jaya, & Suteja, 2013). Tidak hanya untuk kesenangan tetapi sudah menjadi kebutuhan sehari-hari.

*Mobile Legends* merupakan salah satu *game MOBA (Multiplayer Online Battle Arena)* yaitu sebuah *game multiplayer online* yang bertema pertarungan di dalam arena. Berdasarkan data dari *google playstore*, *game* ini telah diunduh lebih dari 500 juta kali dan menduduki posisi ke 5 pada kategori *game* yang paling diminati dan sudah diulas sebanyak 31 juta. Pada umumnya, *game MOBA* adalah *game* yang memiliki sistem pertarungan 5 versus 5 dan kerja sama dalam tim. Popularitas *Mobile Legends* di Indonesia dapat dilihat dari besarnya komunitas pemain *Mobile Legends* tersebut. Namun, di balik popularitas *game* ini, terdapat banyak perilaku negatif berupa kata-kata kasar yang diucapkan oleh para pemain di komunitas *Mobile Legends*.

*Mobile Legends* sangat digemari oleh masyarakat termasuk generasi muda Indonesia. *Mobile Legend* semula bersifat hiburan kini beralih tujuannya dan mengarah pada iklim kompetisi hal itu bisa dilihat dari adanya *Tournament* yang diselenggarakan oleh pihak *publisher game* tersebut yaitu MPL (*Mobile Legends Professional League*). Iklim yang kompetitif tersebut kemudian menciptakan karakter-karakter pengguna *Mobile Legends* yang cenderung negatif dan *toxic*. Secara fisik, keberadaan permainan *online* ini sekarang

membuat para pengguna aktifnya lupa waktu dan cenderung mengabaikan kegiatan sehari-hari dan kegiatan sosial dalam lingkungannya, hal tersebut bisa dilihat dari data yang dipaparkan oleh *Co-Founder* yang bernama Michael Wijaya dari salah satu tim *E-sport* di Indonesia yaitu *Evos Legends, Mobile Legends* di kancah *virtual gamers esports* Tanah Air, data riset menunjukkan, 82,71 persen *gamers esports* menghabiskan 2-5 jam per hari.

Berdasarkan pengamatan peneliti selama penelitian ini berlangsung ditemukan bahwa remaja hingga dewasa melakukan *toxic* dalam bermain *game online Mobile Legends*. Perilaku *toxic* saat bermain *game online Mobile Legends* tersebut banyak terjadi ketika dalam sebuah tim terdapat seorang pemain yang bermain dengan sangat buruk, melakukan *feeder* (Sebutan untuk orang-orang yang secara sengaja "menyerahkan" nyawanya dan rela dibunuh oleh tim lawan), perbedaan negara, perbedaan visi-misi, perbedaan suku, bahkan perbedaan dalam beragama dan menonton *toxic influencer*.

*Toxic influencer* menurut Asditya (2021, h.106) merupakan *influencer* yang memberikan contoh buruk bagi masyarakat. *Toxic influencer* adalah seseorang yang memiliki pengaruh atau kepopuleran, tetapi perilakunya yang merugikan atau negatif terhadap orang lain, seperti melakukan *bullying, body shaming*, mengancam, berkata kasar, atau memfitnah orang lain. Istilah ini biasanya digunakan untuk menggambarkan *influencer* yang memanfaatkan popularitasnya untuk merugikan orang lain, baik itu dengan melakukan tindakan yang tidak etis, merugikan atau melakukan kekerasan secara verbal atau fisik. Dalam beberapa kasus, *toxic influencer* juga bisa menjadi contoh buruk bagi pengikut *influencer* tersebut, karena perilaku *influncer* yang tidak pantas dan merugikan. Berikut *influencer* terkenal di Indonesia dalam dunia *mobile legends* yaitu *Oura Gaming* yang dianggap *toxic*.



Gambar 1.2 *Streamer MLBB* Oura yang dianggap *toxic*

Sumber: yodu.id

Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial *Youtube* dalam kehidupan sehari-hari, masalah *toxic influencer* juga semakin sering terjadi dan perlu diwaspadai. Menurut portal berita tersebut *Toxic influencer* Oura membuat konten *gaming mobile legends* dengan nada suara yang tinggi, sehingga orang-orang di sekeliling mereka atau memiliki pengikut yang cukup besar di media sosial dapat memperluas dampak negatif. Oleh karena itu, menjadi *toxic influencer* dapat memiliki konsekuensi yang serius dan merugikan bagi masyarakat.

*Influencer* di media sosial bergerak sendiri untuk membangun *brand* dirinya sendiri, kemudian membangun basis *follower*, lalu memanfaatkan basis *follower* tersebut untuk kepentingan komersial. Oleh karena banyaknya *follower* yang mengikuti segala tindak tanduknya, maka *influencer* sudah seharusnya berhati-hati, memberikan contoh yang baik bagi *follower* alih-alih memberikan contoh yang buruk kepada penontonnya. Masalahnya, tidak semua *influencer* yang ada saat ini memberikan pengaruh yang baik, ada juga yang memberikan pengaruh yang buruk. *Toxic*

*influencer* tidak segan-segan menampilkan konten *toxic* mereka di laman media sosial dengan dalih menjadi diri sendiri yang jujur dan apa adanya.

Dari penjelasan di atas, perilaku dari *toxic influencer* tersebut bisa diduga menimbulkan suatu dampak buruk bagi pemain lainnya ketika sedang bermain *game mobile legends*. Pemain yang awalnya berperilaku baik bisa terpancing untuk melakukan *toxic*. Perilaku *toxic* semakin menyebar kepada pemain-pemain lainnya. Melontarkan kata-kata kasar pun bisa jadi hal lumrah jika semakin banyak pemain yang melakukan hal tersebut.

Perilaku *toxic* di *game online* tidak hanya menjamur di kalangan *gamer* biasa. Kini, tidak sedikit *influencer game* di Indonesia yang menjadikan perilaku *toxic* sebagai daya tarik video mereka. Melontarkan kata-kata kasar di video konten pun sudah jadi hal biasa. Namun kebanyakan para *influencer* tidak hanya tampil dalam bentuk kata-kata (audio), mereka turut melakukan perilaku *toxic* dalam bentuk visual.

Pada dasarnya, *influencer* Oura menggunakan *platform* media sosial yaitu *Youtube* untuk menyebarkan gagasan yang dikuasai tetapi Oura justru banyak menggunakan kata-kata *toxic* daripada memberikan pesan yang positif, namun banyak *influencer* lain yang menggunakan *Facebook*, *Instagram*, dan *Twitter* dalam memberikan pengaruh positif kepada pengikutnya, dan ada pula yang awalnya tidak membuat konten *gaming* menjadi tertarik untuk membuat konten, bahkan tidak sedikit *influencer* baru bermunculan untuk membuat konten *gaming* karena banyaknya pengguna *Youtube* untuk melihat konten tersebut.

Seiring berjalannya waktu, banyak *influencer* di Indonesia yang akhirnya mengeluarkan kata-kata kasar yang merendahkan orang lain, kata-kata yang memfitnah, kata-kata yang mengancam, menakutkan, menghina atau membesar-besarkan kesalahan orang lain. Ketika *influencer* melakukan tindakan *toxic*, maka *influencer* tersebut dikatakan sebagai *toxic influencer*. Meski demikian banyak berbagai kalangan umur, terutama generasi muda itu sendiri yang mengidolakan Oura, terlihat dari banyaknya jumlah *subscribarnya* yang sudah menyentuh 7 juta.



Gambar 1.3 Oura yang sedang melakukan perbuatan toxic (Cover Konten Oura)

sumber: Youtube Oura

Pada gambar tersebut salah seorang *gamers* yang sering melakukan perbuatan *toxic* saat bermain *game online mobile legend* adalah Oura terlihat dari *cover* kontennya bahawasannya Oura menghina orang dengan kata *toxic* yaitu “Ambeyen”. Oura memiliki karakter tersendiri ketika sedang melakukan *live streaming* ataupun membuat konten bermain *game Mobile Legends*. Pembawaannya yang selalu tampak terlihat marah-marah menjadi ciri khas tersendiri hingga membuatnya terkenal dan banyak disukai para penonton. Tidak hanya marah-marah, menggunakan nada suara yang tinggi menjadi ciri khas dari Oura, *influencer* tersebut sangat sering berkata kasar saat membuat konten dengan mengucapkan umpatan atau makian kepada beberapa pemain di dalam timnya maupun kepada lawannya.

Kerap kali Oura membuat konten dengan memulai kata-kata kasar seperti nama hewan, alat kelamin manusia, dan sebagainya. *Toxic* tersebut membuat daya tarik bagi penonton untuk melihat kontennya, karena Oura sering membuat penonton merasakan keseruan tersendiri pada saat menonton konten tersebut. Tidak jarang juga, Oura berinteraksi bersama penonton di sela waktu *live-streaming*, dengan mengajukan pertanyaan aneh kepada penonton dan membuat sebuah lelucon *toxic* serta *gimmick* khasnya.

*Toxic* yang dibawakan sudah menjadi kebiasaan *influencer* Oura dalam membuat konten agar penonton tertarik dengan *channel* tersebut yang mempunyai ciri khas tersendiri dalam berkomunikasi. Oura sendiri memiliki berbagai macam hal dalam penggunaan kata-kata kasar yang merupakan tindak *toxic* di konten *Youtube* miliknya yang bertujuan untuk menghina, dan menjatuhkan mental pemain lainnya, dan dapat diketahui bahwa konten *Youtube*-nya banyak diakses dan dilihat oleh setiap generasi muda di Indonesia. Jika hal tersebut ditonton oleh banyak orang bisa saja berdampak bagi generasi muda sehingga dapat menciptakan sebuah kebiasaan *toxic* bagi penonton dan menimbulkan dampak negatif karena konten tersebut dapat memengaruhi generasi muda untuk melakukan perbuatan *toxic*.

Dari uraian di atas, maka penelitian ini akan lebih fokus terhadap persepsi, dalam hal ini persepsi menjadi rangsangan yang kemudian berkembang menjadi suatu pemahaman yang akhirnya membuat seseorang memiliki suatu pemikiran terkait suatu kasus atau kejadian yang sedang terjadi. Persepsi secara langsung bisa menerima stimulus seseorang dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ pancaindra yang kemudian masuk kedalam otak. Di dalamnya otak terjadi suatu proses berpikir yang pada akhirnya tercipta dalam sebuah pemahaman. Maka dari itu peneliti juga melihat persepsi Generasi muda atau terkait perilaku *toxic influencer* Oura yang dilakukannya dalam konten *Mobile Legends*. Hal ini penting mengingat Oura sudah memiliki jutaan *follower* atau yang lebih dikenal dengan *subscriber*. Banyaknya *subscriber* Oura yang menonton perilaku *toxic* melalui video *Youtube*-nya, tentu saja bisa menimbulkan berbagai macam pola pikir bagi perkembangan generasi muda sekarang ini.

Oura yang memiliki nama asli Eko Julian adalah salah satu *influencer* dengan kategori konten *gaming* yang telah memiliki lebih dari 7 juta *subscriber* pada akunnya "OURA GAMING". 90% konten yang ada pada akun *Youtube* Oura adalah konten *game online Mobile Legends*. Tidak hanya bermain, sebagai mantan *profesional player* (orang yang terikat kontrak terhadap suatu *team*

*esport* tertentu untuk terjun dalam dunia kompetitif *game*), Oura juga memberikan beberapa *tips and trick* bermain *game mobile legend*.

Untuk melihat dan membandingkan apakah penelitian ini layak diteliti dan belum ada penelitian yang sama, maka peneliti akan memaparkan hasil penelitian-penelitian sejenis yang sudah pernah dilakukan. Dalam hal ini, peneliti telah melakukan beberapa tinjauan terhadap penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini. Penelitian pertama merupakan skripsi dari **Egit Wiranata** (Universitas Bina Darma, Palembang) yang dilakukan pada tahun 2019 dengan judul: “*Persepsi Mahasiswa Terhadap Konten Youtube Sosial Eksperimen Baim Wong*”. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian fenomenologi dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa konten *Youtube* tersebut menimbulkan dampak sosial yang positif. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications*, berfokus pada persepsi mahasiswa, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan berfokus pada persepsi generasi muda terhadap *toxic influencer*.

Penelitian kedua yaitu dari skripsi **Bagus Putra Jaya**, dari Universitas Semarang yang dilakukan pada Tahun 2022, dengan Judul: “*Representasi Kekerasan Verbal Dalam Channel Youtube Ericko Lim*”. Dalam Penelitian tersebut menggunakan pendekatan sintagmatik dan paradigmatik dengan metode penelitian kualitatif, sementara penelitian ini menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa konten di *Channel Youtube* Ericko merepresentasikan kekerasan verbal cenderung disampaikan dengan ekspresi marah. Berbeda dengan apa yang akan dilakukan dalam penelitian ini, khususnya penggunaan teori, topik pembahasan dan hasil temuan yaitu terkait persepsi generasi muda terhadap *toxic influencer* Oura dalam konten *Mobile Legends*.

Penelitian ke tiga adalah hasil skripsi dari **Farah Zetira Chaerunnisa** (Universitas Pasundan) yang dilakukan pada tahun 2019 dengan judul: “*Persepsi Penonton Terhadap Channel Youtube Mobile Legends Di Komunitas MLBB Kota Bandung*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif

dengan teknik wawancara berstruktur kepada informan terkait persepsi penonton. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa dalam kehidupan dan komunikasi sehari-hari, seringkali menampilkan persepsi terhadap realitas dunia. Persepsi menjadi penting karena persepsi merupakan inti dari sebuah komunikasi. Melalui *channel Youtube*, komunitas MLBB merasakan sensasi, atensi dan interpretasi. Berbeda dengan yang akan peneliti lakukan, subjek penelitian adalah persepsi generasi muda terhadap *toxic influencer* menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*).



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan peneliti di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: “Bagaimana Persepsi Generasi Muda Terhadap *Toxic Influencer Mobile Legends* di Media Sosial?”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Ada pun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini berdasarkan dengan deskripsi dari fokus penelitian di atas, berupaya untuk mengetahui dan mendeskripsikan secara mendalam persepsi generasi muda terhadap *toxic influencer Mobile Legends*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Akademis

Secara akademis penelitian ini nantinya diharapkan dapat dimanfaatkan akademisi ilmu komunikasi lainnya sebagai referensi tentang persepsi generasi muda terhadap *toxic influencer mobile legends* di media sosial, baik itu sebagai kajian teoritis maupun hasil penelitian yang digunakan sebagai dasar penelitian selanjutnya.

### 2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat secara praktis dalam penelitian ini yaitu dapat memberikan masukan-masukan yang membangun dan positif kepada para *gamers* untuk lebih memperhatikan perilaku saat bermain *game online* agar tidak berdampak buruk bagi generasi muda.

### 3. Manfaat Sosial

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta masukan kepada masyarakat, khususnya generasi muda agar lebih berhati-hati dalam bermain *game online* dan bisa memilih influencer mana yang sebaiknya tidak diikuti saat bermain *game online Mobile Legends*.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan adalah kerangka penelitian atau skripsi dengan tujuannya memberi petunjuk mengenai hal-hal permasalahan yang akan diteliti dari awal hingga akhir dan untuk memberikan suatu gambaran yang menyeluruh terhadap penelitian ini. Adapun sistematikanya disusun sebagai berikut:

### **BAB I: Pendahuluan**

Merupakan uraian dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB II: Tinjauan Pustaka**

Merupakan uraian terkait teori-teori yang digunakan, kerangka teoritis dan kerangka berpikir untuk menganalisis masalah penelitian sehingga peneliti mendapatkan jawaban dari permasalahan penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti

### **BAB III: Metodologi Penelitian**

Bab ini berisi paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, metode pengambilan informan, sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisis data, teknik interpretasi data, dan keabsahan data.

### **BAB IV: Pembahasan**

Pada bab ini, peneliti akan menjabarkan hasil temuan, dimana peneliti akan menjabarkan apa yang menjadi temuan penting, temuan yang berbeda dengan penelitian sebelumnya yang terdiri dari hasil analisis dan pembahasan tentang persepsi generasi muda terhadap toxic influencer.

### **BAB V: Penutup**

Bab terakhir dalam penulisan sistematika ini adalah bab V yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang merupakan hasil akhir yang

menjelaskan mengenai keseluruhan hasil dari penelitian yang dilakukan.

