

**Fenomena Interaksi Parasosial di YouTube: Studi Kasus
Jonathan Liandi**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia**

Oleh

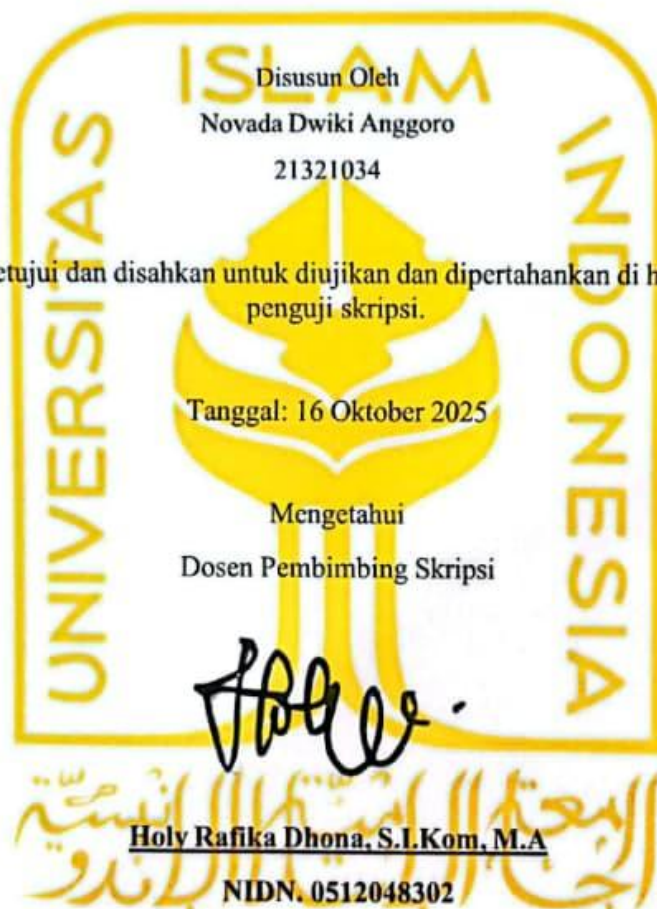
NOVADA DWIKI ANGGORO

21321034

**FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA
STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA 2025**

**HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI**

Fenomena Interaksi Parasosial di YouTube: Studi Kasus Jonathan Liandi



HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

Fenomena Interaksi Parasosial di YouTube: Studi Kasus Jonathan Liandi

Disusun oleh:
Novada Dwiki Anggoro
(21321034)

Telah Diuji dan disahkan oleh Dosen Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Pada Hari : Kamis

Tanggal : 30 Oktober 2025

Dosen Penguji:

Ketua : Holy Rafika Dhona, S.I.Kom. M.A

NIDN. 0512048302

Anggota : Dr. Anang Hermawan, S.Sos, M.A

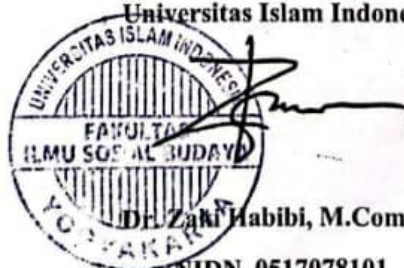
NIDN. 0506067702



Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia



Dr. Zaki Habibi, M.Comms
NIDN. 0517078101

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Novada Dwiki Anggoro

Nomor Mahasiswa : 213321034

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini, saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 11 September 2025

Yang menyatakan,



(Novada Dwiki Anggoro / 21321034)

HALAMAN MOTTO

“Dan bahwasanya seorang manusia tidak memperoleh selain apa yang telah diusahakannya.”

(QS. An-Najm: 39)

“When people are faced with a situation they don’t understand, it’s easy for fear to take Hold”

“One wrong move and everyone will judge you”

(Apon)

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakaatuh

Segala puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Fenomena Interaksi Parasosial di YouTube: Studi Kasus Jonathan Liandi” dengan lancar. Tugas akhir ini penulis susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Indonesia

Pada tahap kata pengantar ini penulis ingin mengungkapkan rasa bersyukur kepada Allah SWT karena telah memberi jalan serta membantu penulis dalam pengerjaannya. Waktu yang terasa singkat berawal dari pendaftaran perkuliahan hingga saat ini penulis sampaikan sebagai bentuk terimakasih karena telah diberikan waktu oleh Allah SWT sehingga dapat menimba ilmu di tempat ini.

Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui bagaimana interaksi parasosial terbentuk antara streamer Jonathan Liandi dengan para penonton. Interaksi parasosial yang tercipta antara streamer dan penonton menjadikan sebuah bukti kedekatan diantara keduanya meskipun dalam bentuk virtual.

Dalam proses penyusunan skripsi ini tentu saja bukan sebuah perjalanan yang mudah. Tantangan serta rintangan penulis hadapi selama penelitian dan penulisan. Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dari skripsi yang membuat penulis akan menerima kritik serta saran guna menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik. Berkat bimbingan dari segenap orang yang telah membantu dalam membimbing, memotivasi, dan menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada piha-pihak berikut:

1. Zat yang Maha Pengasih lagi maha Penyayang Allah SWT, karena atas izin-Nya saya diberikan kekuatan, kesehatan, serta kelancaran dalam mengerjakan skripsi ini
2. Bapak Holy Rafika Dhona, selaku dosen pembimbing yang saya hormati, yang selalu memberikan arahan mengenai skripsi ini agar mendapatkan hasil yang baik. Saya ucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada bapak atas segala ilmu yang telah diberikan.
3. Bapak Anang Hermawan selaku dosen penguji yang saya hormati, terimakasih telah memberikan sebuah kesan, pesan, saran, dan kritik terhadap skripsi saya
4. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga saya khususnya kedua orang tua atas dukungan penuh baik secara material maupun dorongan mental, tanpa mereka saya tidak dapat menempuh perjalanan hingga sejauh ini.
5. Teman-teman saya yang selalu kebersamai selama penulisan skripsi ini, saya ucapkan terimakasih atas segala dorongan serta motivasi yang kalian berikan

Penulis menyadari laporan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari pembaca sebagai bentuk koreksi penulis guna memperbaiki laporan tugas akhir. Semoga laporan tugas akhir ini bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 11 September 2025



Novada Dwiki Anggoro

DAFTAR ISI

HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	7
1. Studi Terkait tentang Jonathan Liandi.....	7
2. Penelitian Terdahulu.....	7
3. Kerangka Konsep	11
B. Decoding.....	16
4. Framework Penelitian.....	19
F. Metode Penelitian	20
b. Pendekatan Penelitian.....	20
c. Lokasi dan Informan Penelitian.....	21
d. Teknik Pengumpulan Data	21
BAB II GAMBARAN UMUM DAN OBJEK PENELITIAN	26
A. Deskripsi Objek Penelitian	26
1. Pertumbuhan dan Perkembangan YouTube	26
2. YouTube Sebagai Platform untuk Kreator Konten	28
3. YouTube dan Interaksi Audiens	28
4. Monetisasi dan Komersialisasi YouTube	29
5. YouTube sebagai Media Sosial dan Pengaruhnya pada Audiens	30
6. Pengenalan channel Youtube Jonathan Liandi	31
7. Jenis Konten yang Diproduksi oleh Jonathan Liandi	33
8. Pengaruh Interaksi Parasosial dalam Live Streaming Jonathan Liandi	34
9. Audiens dan Komunitas Kanal YouTube Jonathan Liandi	35
10. Strategi Pengembangan Kanal YouTube Jonathan Liandi	37
B. Detail Fitur di Youtube Jonathan Liandi.....	38
1. Live Streaming.....	38
2. Live Chat	39
3. Komentar dan Balasan	39
4. Super Chat dan Donasi	40
5. Membership Channel.....	41
6. Community Tab dan Polling	41
BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Temuan.....	45
a. Intensitas Informasi.....	46

b.	Pengaruh Emosional	52
c.	Personalisasi	55
d.	Technical Device	58
2.	Konstruksi Penonton terhadap Persona Jonathan Liandi.....	61
a.	Technical Infrastructure	66
b.	Relations of Production.....	68
c.	Frameworks of Knowledge.....	70
2.	Pembahasan	71
BAB IV	PENUTUP.....	75
A.	Kesimpulan	75
B.	Keterbatasan Penelitian	76
C.	Saran dan Rekomendasi	77
DAFTAR PUSTAKA.....		79
LAMPIRAN		85

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Perbedaan Penelitian Terdahulu.	11
Tabel 2. 1 Tabel data informan penelitian	43
Tabel 3. 1 Posisi pemaknaan informan.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Disusun berdasarkan visualisasi atau interpretasi dari teori encoding/decoding oleh Stuart Hall (1980) dan dijabarkan kembali oleh Alasuutari (1999)	17
Gambar 1. 2 Framework Penelitian	19
Gambar 2. 1 Data Negara dengan pengguna Youtube terbesar didunia	26
Gambar 2. 2 Perkembangan aplikasi YouTube	27
Gambar 2. 3 Saran dari viewers untuk bintang tamu konten Empetalk	29
Gambar 2. 4 Adsense dari iklan YouTube Jonathan Liandi ketika live	30
Gambar 2. 5 Jonathan menggunakan Youtube sebagai charity korban gempa Cianjur	31
Gambar 2. 6 Tampilan profile youtube Jonathan Liandi	32
Gambar 2. 7 Playlist konten pada channel Jonathan Liandi	34
Gambar 2. 8 Jonathan merespon penonton melalui pesan donasi	35
Gambar 2. 9 Recap livestreaming Empetalk dengan 3 bintang tamunya	36
Gambar 2. 10 Konten-konten yang telah diunggah pada YouTube Jonathan	37
Gambar 2. 11 Live Streaming Channel Jonathan Liandi	38
Gambar 2. 12 Live Chat Channel Jonathan Liandi melalui Empetalk	39
Gambar 2. 13 Interaksi Jonathan dengan penontonnya melalui fitur komentar	40
Gambar 2. 14 Super chat atau Donasi dibaca Channel Youtube Jonathan	40
Gambar 2. 15 Tipe-tipe Membership Channel Youtube Jonathan Liandi	41
Gambar 2. 16 Postingan Jonathan di channel youtube	42
Gambar 3. 1 Jonathan membangun partisipasi dalam berinteraksi dengan penggemar	46
Gambar 3. 2 Cuplikan YouTube Jonathan Liandi dengan konten review hero dan skin	48
Gambar 3. 3 Konten review hero dan skin sebagai pintu awal interaksi audiens	48
Gambar 3. 4 Tampilan badge dan emoji khusus membership Jonathan Liandi	49
Gambar 3. 5 Tampilan program konten Empetalk Jonathan Liandi	50
Gambar 3. 6 Cuplikan narasumber professional player dari Onic Esport dalam Empetalk	51
Gambar 3. 7 Jonathan berekspresi terhadap pesan donasi ketika Livestreaming	53
Gambar 3. 8 Ekspresi Jonathan menanggapi pesan donasi	55
Gambar 3. 9 Interaksi Jonathan Liandi dengan audiens dalam konten Empetalk	57
Gambar 3. 10 Tampilan fitur live chat dan badge membership penonton di channel Jonathan Liandi	60
Gambar 3. 11 Tampilan fitur live chat saat Jonathan Liandi Live streaming	67
Gambar 3. 12 Tampilan fitur membership YouTube Jonathan Liandi (Badge dan emoji khusus untuk anggota)	68
Gambar 3. 13 Thumbnail konten Empetalk di kanal YouTube Jonathan Liandi	69
Gambar 3. 14 Tampilan konten review hero dan skin Zetian di kanal YouTube Jonathan Liandi	71

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana interaksi parasosial terbentuk dalam live streaming YouTube **Jonathan Liandi**, seorang kreator konten populer di Indonesia. Interaksi parasosial dipahami sebagai hubungan semu antara audiens dan figur media yang bersifat satu arah, sebagaimana dijelaskan dalam **teori interaksi parasosial oleh Horton dan Wohl (1956)**. Teori ini menjelaskan bahwa audiens dapat merasakan kedekatan emosional dengan figur media meskipun tidak terjadi interaksi langsung di dunia nyata. Untuk menelaah fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan **metode kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi berbasis teori Encoding/Decoding Stuart Hall (1973)**, yang memadukan studi terhadap isi media dan respons audiens dalam konteks interaksi parasosial. Data penelitian diperoleh melalui **observasi partisipatif** terhadap sesi live streaming, **analisis konten** komentar dan *live chat*, serta **wawancara mendalam dengan enam (6) partisipan aktif** yang merupakan penonton tetap kanal Jonathan Liandi. Teknik pengambilan informan dilakukan dengan metode **snowball sampling** untuk memperoleh data yang lebih kaya dan mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa **interaksi parasosial terbentuk melalui empat dimensi utama, yaitu intensitas informasi, pengaruh emosional, personalisasi, dan pemanfaatan perangkat teknis (technical device)**. Berdasarkan analisis teori Stuart Hall, audiens menempati tiga posisi pemaknaan, yakni **dominant-hegemonic**, di mana audiens menerima pesan sebagaimana dimaksud kreator; **negotiated**, di mana audiens menyesuaikan makna sesuai konteks pribadi; dan **oppositional**, di mana audiens memahami namun menolak sebagian pesan kreator. Selain itu, struktur produksi media yang mencakup **technical infrastructure, relations of production, dan frameworks of knowledge** juga berperan penting dalam proses *decoding* audiens. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi parasosial pada kanal YouTube Jonathan Liandi tidak hanya membangun **kedekatan emosional**, tetapi juga menumbuhkan **loyalitas audiens**, yang tampak dari dukungan finansial melalui fitur donasi, keikutsertaan dalam komunitas, serta persepsi kedekatan personal terhadap kreator. Dengan demikian, hubungan parasosial dalam konteks live streaming ini memperlihatkan bentuk baru komunikasi digital yang menegaskan keterikatan sosial antara kreator dan audiens di ruang virtual.

Kata Kunci: Interaksi Parasosial, Horton dan Wohl, Encoding/Decoding, Stuart Hall, YouTube, Live Streaming, Jonathan Liandi.

ABSTRACT

*This research aims to analyze how **parasocial interaction** is formed in the live streaming content of **Jonathan Liandi**, a popular YouTube creator in Indonesia. Parasocial interaction is understood as a one-sided relationship between audiences and media figures, as described in the **parasocial interaction theory** by **Horton and Wohl (1956)**. This theory explains how audiences may develop emotional closeness with a media persona despite the absence of real-life interaction. To examine this phenomenon, the study employs a **qualitative method using a reception analysis approach based on Stuart Hall's (1973) Encoding/Decoding theory**, which integrates the study of media content and audience responses within the context of parasocial interaction. Data were collected through **participant observation** of live streaming sessions, **content analysis** of comments and live chats, and **in-depth interviews with six (6) active participants** who are regular viewers of Jonathan Liandi's channel. The selection of informants was conducted using the **snowball sampling technique** to gain richer and more comprehensive insights. The findings reveal that **parasocial interaction is formed through four main dimensions: information intensity, emotional influence, personalization, and the use of technical devices**. Based on Stuart Hall's framework, audiences occupy three decoding positions: **dominant-hegemonic**, where messages are accepted as intended by the creator; **negotiated**, where meanings are adapted to personal contexts; and **oppositional**, where some messages are understood but resisted. Furthermore, media production structures—including **technical infrastructure, relations of production, and frameworks of knowledge**—play a significant role in shaping the audience's decoding process. The study concludes that parasocial interaction within Jonathan Liandi's YouTube channel not only builds **emotional closeness** but also fosters **audience loyalty**, demonstrated through financial support via donation features, participation in fan communities, and perceptions of personal connection with the creator. Thus, parasocial relationships in live streaming represent a new form of digital communication that strengthens social attachment between creators and audiences within virtual spaces.*

Keywords: Parasocial Interaction, Horton and Wohl, Encoding/Decoding, Stuart Hall, YouTube, Live Streaming, Jonathan Liandi.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Seiring berkembangnya zaman, penggunaan internet dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari telah mengubah pola komunikasi antar individu dan masyarakat secara signifikan. Salah satu platform media sosial yang mengalami perkembangan pesat adalah YouTube, sebuah platform berbagi video yang memungkinkan pengguna untuk menonton, mengunggah, dan berinteraksi dengan konten video secara *real-time* maupun melalui konten video yang direkam sebelumnya. Pires & Simon, (2015) juga berpendapat layanan *streaming* khususnya pada aplikasi YouTube dan Twitch telah berkembang dengan pesat dalam kurun beberapa tahun bahkan hingga menjadi pesaing yang serius bagi televisi tradisional. Saat ini, kegiatan *live streaming* di YouTube telah berkembang pesat sebagai sebuah fenomena, di mana para kreator konten dan penonton memiliki kesempatan untuk berkomunikasi secara langsung melalui fitur *live chat* dan komentar secara *real-time*. Interaksi ini membentuk pola komunikasi dua arah yang lebih akrab dan interaktif, berbeda dengan mode komunikasi satu arah yang umum pada media tradisional seperti televisi (Wohn et al., 2018).

Sejalan dengan berkembangnya *platform* ini, munculnya interaksi parasosial pada pengguna YouTube menjadi hal yang menarik untuk dikaji. Konsep interaksi parasosial pertama kali diperkenalkan oleh Horton dan Wohl (1956) untuk menggambarkan hubungan sepihak yang terbentuk antara audiens dengan figur media, seperti tokoh televisi atau selebritas. Dalam konteks YouTube, hubungan ini bisa terjadi antara kreator konten dan audiensnya, meskipun komunikasi yang terjadi tidak melibatkan interaksi langsung dalam dunia nyata. Banyak penonton yang merasa seakan tengah berbicara langsung dengan kreator, karena penyampaian gaya komunikasi yang *personal* dan emosional. Fauziyah & Sudradjat (2025) Ini semakin diperkuat dengan adanya fitur *live streaming*, yang memungkinkan penonton untuk berkomunikasi secara langsung melalui *live chat*,

menambah tingkat kedekatan emosional meskipun tidak ada hubungan timbal balik yang nyata.

Salah satu kreator YouTube yang berhasil memanfaatkan fitur *live streaming* dan membangun hubungan parasosial dengan audiensnya adalah Jonathan Liandi. Jonathan Liandi adalah seorang YouTuber yang dikenal dengan konten-konten yang mengedepankan nilai-nilai edukasi, hiburan, dan interaksi dengan audiensnya. Ia seringkali melakukan *live streaming* yang tidak hanya berupa sesi bermain game, tetapi juga sesi interaksi langsung dengan penonton, termasuk menjawab pertanyaan atau memberikan tanggapan terhadap komentar-komentar yang muncul secara *real-time*. Menurut Giles dan Stever (2024) hubungan parasosial menciptakan sebuah pengalaman kedekatan emosional yang sangat kuat. Meskipun secara esensial tetap sepihak, namun audiens merasa lebih terikat dan dekat dengan sosok media tanpa adanya timbal balik interaksi yang nyata.

Dalam era digital saat ini, di mana media sosial seperti YouTube menjadi bagian integral dalam kehidupan masyarakat, fenomena parasosial ini menjadi semakin kompleks dan menarik untuk diteliti. Banyak peneliti yang menganggap interaksi parasosial sebagai fenomena yang tidak hanya terjadi dalam bentuk hiburan semata, tetapi juga berhubungan dengan pembentukan identitas diri, emosi, dan bahkan pola konsumsi media yang lebih berkelanjutan. Penelitian ini berfokus pada bagaimana interaksi parasosial terjadi dalam konteks *live streaming* di YouTube, khususnya pada kanal Jonathan Liandi, dan bagaimana hal ini mempengaruhi audiens dalam membentuk kedekatan emosional terhadap sang kreator.

YouTube sebagai salah satu *platform* media sosial terpopuler di dunia memiliki jutaan kreator yang secara aktif berinteraksi dengan audiens mereka melalui berbagai jenis konten. Kreator konten YouTube sering kali menggunakan strategi komunikasi yang lebih informal dan dekat untuk menarik perhatian penonton dan membangun hubungan dengan mereka. Hal ini berbeda jauh dengan media tradisional, seperti televisi, yang cenderung lebih formal dan satu arah. Menurut Khan (2017), partisipasi aktif audiens melalui fitur komentar, voting atau *polling*, atau fitur interaktif lainnya dapat meningkatkan keterlibatan dalam

platform seperti aplikasi Youtube. Keterlibatan tersebut menjadi lebih intens ketika konten kreator secara aktif membalas pesan komentar atau mengajak audiens berpartisipasi dalam proses kreatif.

Kehadiran fitur *live streaming* semakin memperkuat hubungan parasosial ini. Fitur *live chat* yang terhubung langsung dengan video *streaming* memungkinkan penonton untuk berinteraksi langsung dengan kreator melalui komentar atau pertanyaan yang diketikkan selama sesi *streaming*. Interaksi kepada penonton merupakan cara yang efektif dan memiliki kesempatan yang besar untuk memungkinkan penonton berkeinginan untuk menonton kembali video (Su et al., 2022). Penonton sering kali merasa bahwa mereka memiliki hubungan yang lebih intim dengan kreator, meskipun pada kenyataannya mereka tidak pernah bertemu langsung.

Jonathan Liandi, sebagai seorang kreator YouTube yang populer di Indonesia, sering melakukan *live streaming* yang memungkinkan audiens berinteraksi dengannya secara langsung. Konten-kontennya yang mencakup berbagai topik seperti *gaming*, teknologi, dan edukasi, sering kali melibatkan penonton dalam bentuk diskusi atau tanya jawab. Hal ini menciptakan sebuah ruang bagi audiens untuk merasa lebih dekat dengan kreator dan bahkan merasa bahwa mereka memiliki hubungan pribadi dengan Jonathan, meskipun hubungan tersebut tidak terjadi dalam dunia nyata. Penelitian ini berfokus pada analisis bagaimana interaksi parasosial terbangun pada kanal Jonathan Liandi, serta bagaimana pengaruhnya terhadap persepsi audiens terhadap kreator dan kontennya.

Interaksi parasosial memiliki dampak yang signifikan terhadap audiens, terutama dalam hal emosi dan persepsi mereka terhadap kreator. Audiens yang merasa terhubung secara emosional dengan kreator seringkali menganggap kreator tersebut sebagai seorang teman atau figur penting dalam kehidupan mereka. Hal ini dapat mempengaruhi cara audiens mengonsumsi konten dan bagaimana mereka menanggapi setiap postingan atau siaran langsung yang dilakukan oleh kreator. Penelitian oleh Derrick et al., (2008) menunjukkan bahwa interaksi parasosial dapat mempengaruhi pola konsumsi media audiens dan memperkuat loyalitas mereka terhadap kreator tertentu.

Lebih jauh lagi, audiens yang merasa memiliki kedekatan emosional dengan kreator melalui interaksi parasosial sering kali akan terlibat lebih aktif dalam berkomentar atau memberikan *feedback* terhadap konten yang disajikan. Hal ini bisa memperkuat hubungan parasosial tersebut, menciptakan siklus positif di mana penonton merasa semakin terhubung dengan kreator. Pada saat yang sama, kreator yang merasa mendapatkan umpan balik yang positif dari audiens baik melalui *chat*, *like*, serta komentar sehingga akan semakin terdorong untuk mengembangkan konten yang lebih menarik serta memperkuat motivasi intrinsik mereka untuk berkarya (Hilvert-Bruce et al. 2018).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena interaksi parasosial dalam di YouTube, dengan fokus pada *channel* Youtube Jonathan Liandi. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini berusaha untuk memahami bagaimana audiens merasakan kedekatan emosional dengan kreator melalui konten yang disajikan, serta bagaimana interaksi ini mempengaruhi pola konsumsi media mereka. Dengan memahami fenomena ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kajian komunikasi, khususnya dalam memahami dinamika hubungan parasosial dalam era digital.

Fenomena interaksi parasosial yang terjadi pada *platform* media sosial seperti YouTube telah membawa perubahan signifikan dalam cara audiens berinteraksi dengan media. Fitur *live streaming* yang memungkinkan komunikasi dua arah secara langsung memperkuat hubungan tersebut, memungkinkan audiens merasa lebih dekat dengan kreator. Pada *platform* Youtube, fenomena interaksi parasosial ini semakin diperkuat melalui beberapa fitur pada *Live streaming* seperti, komentar langsung, sistem *open donate*, *membership* yang mengundang keterlibatan emosional dari penonton. Meskipun hubungan tersebut hanya bersifat satu arah, namun interaksi tersebut memiliki kemungkinan untuk para penonton turut merasakan kedekatan dengan *streamer* (Kusumadinata & Arianti, 2023). Penelitian ini akan fokus pada analisis interaksi parasosial yang terjadi dalam kanal Youtube Jonathan Liandi, dengan tujuan untuk memahami bagaimana hubungan ini terbentuk dan pengaruhnya terhadap audiens.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, masalah penelitian ini dirumuskan dengan :
Bagaimana Interaksi Parasosial yang terjadi antara Jonathan Liandi dengan Penontonnya?.

Dalam penelitian ini, fenomena interaksi parasosial pada *platform* YouTube akan dianalisis secara mendalam dengan fokus pada kanal Jonathan Liandi. Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, terdapat beberapa permasalahan yang perlu dijawab untuk memahami dinamika hubungan parasosial yang terjalin antara kreator dan audiens, khususnya dalam konteks *live streaming* di YouTube. Oleh karena itu, rumusan masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana interaksi parasosial terbentuk antara Jonathan Liandi dan audiensnya dalam konteks *live streaming* di YouTube?
2. Faktor yang mempengaruhi terjadinya interaksi tersebut?
3. Bagaimana *Persona* ditampilkan di Aplikasi Youtube guna mencapai ilusi kedekatan dengan penonton dalam interaksi parasosial?
4. Bagaimana penggemar atau penonton mengkonstruksi *persona* di *channel* Youtube Jonathan Liandi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memahami bagaimana interaksi parasosial terbentuk antara Jonathan Liandi dan audiensnya dalam konteks *live streaming* di YouTube.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dinamika interaksi parasosial yang terjalin antara kreator dan audiens selama *live streaming*. Tujuan ini akan dicapai dengan menganalisis cara-cara kreator berinteraksi dengan audiens serta bagaimana audiens merespon dan merasakan hubungan emosional dengan kreator melalui sesi *live streaming*.

2. Mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang mempengaruhi terjadinya interaksi parasosial di kanal Jonathan Liandi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mendorong terbentuknya hubungan parasosial pada audiens. Beberapa faktor yang akan dianalisis termasuk jenis konten yang disajikan, gaya komunikasi Jonathan Liandi dengan audiens, serta bagaimana interaksi tersebut mempengaruhi loyalitas audiens terhadap kanalnya.

3. Menganalisis dampak interaksi parasosial terhadap persepsi audiens terhadap Jonathan Liandi dan kontennya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan parasosial mempengaruhi cara audiens melihat Jonathan Liandi, baik sebagai individu maupun sebagai kreator konten. Tujuan ini akan dicapai dengan mengevaluasi perubahan persepsi audiens sebelum dan sesudah mengalami interaksi parasosial selama live streaming.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memperkaya hasil penelitian mengenai interaksi parasosial yang dikaji melalui pendekatan Ilmu Komunikasi
 - b. Menjadi sebuah bahan rujukan dan referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya
2. Manfaat Praktis
 - a. Memberikan pengetahuan dan wawasan bagi peneliti mengenai konstruksi penonton terhadap *persona* pada kanal channel Youtube Jonathan Liandi
 - b. Memberikan pengetahuan dan wawasan bagi penonton Youtube Jonathan Liandi mengenai strategi-strategi yang digunakan *persona* dalam membentuk ilusi kedekatan di saluran Youtubanya

E. Tinjauan Pustaka

1. Studi Terkait tentang Jonathan Liandi

Penelitian yang mengkaji Jonathan Liandi dan pengaruhnya terhadap audiens Indonesia melalui kanal YouTube-nya masih terbatas. Namun, beberapa studi tentang kreator lokal YouTube menunjukkan bahwa hubungan parasosial dapat mempengaruhi cara audiens berinteraksi dengan konten dan kreator di Indonesia. Dengan melihat pola interaksi ini, kita dapat mengkaji bagaimana Jonathan Liandi berhasil membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui *live streaming*.

Penelitian ini akan berfokus pada Jonathan Liandi untuk lebih memahami bagaimana interaksi parasosial terjalin melalui *live streaming*, dan bagaimana audiens Indonesia merasakan kedekatan dengan kreator lokal. Pemahaman ini penting untuk mengembangkan teori dan praktik yang berkaitan dengan hubungan audiens dengan kreator konten di *platform* YouTube di Indonesia.

2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang mengangkat topik interaksi parasosial menjadi sebuah acuan bagi penulis dalam menyusun penelitian ini. Penelitian pertama mencakup topik interaksi parasosial, penelitian yang dilakukan oleh Wardani & Kusuma, (2021) dengan judul “INTERAKSI PARASOSIAL PENGGEAR KPOP DI MEDIA SOSIAL (Studi Deskriptif pada Fandom Army di Twitter)” tahun 2021, yang bertujuan untuk mendeskripsikan proses bagaimana interaksi parasosial yang terjalin beserta aktivitas media yang dijalankan oleh Army di media sosial Twitter melalui respon psikologis yang ditunjukkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua informan aktif melakukan interaksi parasosial terhadap BTS melalui media sosial Twitter, Dimana interaksi parasosial melibatkan respon psikologis informan, terlihat bahwa informan memberikan respon kognitif, respon afektif, dan respon perilaku pada saat menjalankan interaksi parasosial

Selanjutnya, McLaughlin & Wohn, (2021) dari Michigan State University

melakukan penelitian berjudul "*Predictors of Parasocial Interaction and Relationship in Live Streaming*" yang bertujuan untuk membandingkan antara interaksi parasosial (parasocial interaction) dan hubungan parasosial (parasocial relationship) dalam konteks *live streaming*. Penelitian ini menekankan bagaimana karakteristik dari *streamer* atau kreator konten, termasuk gaya komunikasi dan kepribadian, memengaruhi tingkat interaksi parasosial yang dirasakan oleh penonton. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk melihat persepsi penonton terhadap *streamer* dalam *platform* seperti Twitch dan YouTube. Hasilnya menunjukkan bahwa keterlibatan emosional dan persepsi terhadap keaslian dari kreator menjadi prediktor utama terbentuknya hubungan parasosial. Penelitian ini relevan dalam memberikan pemahaman lebih dalam mengenai pembentukan koneksi emosional antara kreator dan penonton di ruang digital yang sangat interaktif.

Menurut Rasmussen, (2018) dalam artikelnya "*Parasocial Interaction in YouTube Vlogging*" mengkaji bagaimana para *vlogger* di YouTube membangun kedekatan emosional dengan penonton melalui format *vlog*. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui analisis konten *vlog* yang populer. Dalam studi ini, Rasmussen menemukan bahwa gaya berbicara yang personal, penyebutan nama *audiens*, serta pengungkapan cerita pribadi menjadi teknik utama dalam membangun hubungan parasosial. *Vlog* dianggap sebagai media yang sangat efektif dalam menciptakan ilusi interaksi yang intim dan nyata antara *vlogger* dan penontonnya, meskipun interaksi tersebut sebenarnya tidak bersifat timbal balik.

Berikutnya, (C.-P. Chen, 2021) dalam penelitiannya yang berjudul "*Digital Gift-Giving and Community-Building in Live Streaming Platforms*" mengkaji peran hadiah digital dalam membentuk komunitas dan memperkuat hubungan parasosial antara *streamer* dan penonton. Dengan menggunakan metode studi kasus dan observasi partisipatif di *platform* seperti Bilibili dan Twitch, Chen menemukan bahwa praktik memberikan hadiah bukan hanya bentuk dukungan finansial, melainkan juga simbol kedekatan emosional. *Streamer* yang sering mengapresiasi dan menyebut nama pemberi hadiah menciptakan perasaan

“diakui” oleh penonton. Fenomena ini semakin memperkuat ilusi hubungan dua arah antara penonton dan kreator konten.

Penelitian berikutnya berasal dari Laurencia Feby, Fahrul Riza, dan Dwi Anna Kristanti (2024) yang dimuat dalam *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. Penelitian ini berjudul “*The Impact of Parasocial Interaction and Local Presence on Impulsive Buying Behavior on TikTok*”. Penelitian ini membahas bagaimana interaksi parasosial dalam live streaming TikTok, khususnya dalam konteks lokal Indonesia, berpengaruh pada nilai *utilitarian* dan hedonik *audiens* yang pada akhirnya mendorong perilaku pembelian impulsif. Penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan emosional penonton dengan *host* berperan penting dalam menciptakan persepsi kedekatan dan rasa pengakuan dari kreator konten, sehingga memperkuat relevansi hubungan parasosial dalam ranah digital local (Feby et al., 2024).

Berdasarkan lima penelitian terdahulu yang telah dijelaskan, terlihat bahwa interaksi parasosial telah menjadi topik penting dalam studi komunikasi digital, baik dalam konteks *fandom*, media sosial seperti Twitter, hingga platform *live streaming* internasional. Namun, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada konteks luar negeri atau pada tokoh-tokoh internasional.

Belum ditemukan penelitian yang secara spesifik membahas fenomena interaksi parasosial antara kreator konten YouTube Indonesia dengan audiensnya melalui fitur *live streaming*, khususnya pada sosok populer seperti Jonathan Liandi, yang dikenal aktif membangun keterlibatan dengan penonton melalui siaran langsung.

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki posisi penting dalam mengisi kekosongan tersebut, dengan memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai bagaimana interaksi parasosial terbentuk dan berpengaruh di ruang digital lokal Indonesia, terutama dalam konteks *platform* YouTube dan komunitas *gaming*.

No	Penulis	Tahun	Judul	Fokus Penelitian	Temuan Utama
1	Wardani	2021	Interaksi Parasosial Penggemar KPop di Twitter	Respon psikologis <i>fandom</i> terhadap selebriti	Interaksi parasosial melibatkan respon kognitif, afektif, dan perilaku.
2	McLaughlin & Wohn	2021	<i>Predictors of Parasocial Interaction in Live Streaming</i>	Faktor yang memengaruhi PSI	Keterlibatan emosional dan persepsi keaslian menjadi faktor utama hubungan parasosial.
3	Rasmussen	2020	<i>Parasocial Interaction in YouTube Vlogging</i>	Kedekatan emosional vlogger dengan penonton	Konten personal dan penggunaan cerita pribadi memperkuat ikatan dengan audiens.
4	Chen	2021	<i>Digital Gift-Giving and Community-Building</i>	Hadiah digital dan komunitas live streaming	<i>Gift</i> memperkuat rasa kedekatan emosional dan pengakuan dari kreator.
5	Laurencia Feby et al.	2024	<i>The Impact of Parasocial Interaction and Local</i>	Interaksi parasosial dalam <i>live streaming</i>	Hubungan parasosial memengaruhi emosi dan

			<i>Presence on Impulsive Buying Behavior on TikTok</i>	TikTok Indonesia	keputusan pembelian penonton melalui rasa kedekatan dengan <i>host</i>
--	--	--	--	------------------	--

Tabel 1. 1 Tabel perbedaan penelitian terdahulu.

Dari kelima penelitian di atas, belum ada yang secara spesifik meneliti interaksi parasosial pada channel YouTube Jonathan Liandi, yang merupakan figur publik dengan audiens aktif di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kontribusi baru dalam memperluas kajian interaksi parasosial di konteks lokal dan *platform live streaming* YouTube.

3. Kerangka Konsep

A. Interaksi Parasosial

Interaksi parasosial adalah konsep yang pertama kali diperkenalkan oleh Horton dan Wohl untuk menjelaskan fenomena hubungan sepihak antara audiens dan figur media, seperti selebritas atau tokoh televisi, di mana audiens merasa terhubung dengan mereka meskipun tidak ada komunikasi timbal balik yang nyata. Horton dan Wohl menyatakan bahwa meskipun hubungan ini tampaknya nyata bagi audiens, hubungan tersebut tidak melibatkan interaksi sosial sejati, dan lebih bersifat imajiner. Audiens merasakan kedekatan emosional yang kuat dengan tokoh media yang mereka ikuti, meskipun mereka tidak pernah berinteraksi secara langsung (Kusumadinata & Arianti, 2023).

Interaksi Parasosial antara penonton dengan idola atau penggemar dengan *performer* hanya bersifat satu arah (Rubin & McHugh, 1987). Perbandingan paling menonjol antara interaksi parasosial dengan interaksi sosial adalah kurang adanya timbal balik, tidak dialektis, serta tidak akan berkembang menjadi hubungan yang mutual (Horton & Richard Wohl, 1956). Relasi parasosial juga tidak terikat dengan aturan, usaha, atau tanggung jawab penonton sehingga menjadikan mereka dapat menarik diri kapan pun. Tetapi penggemar atau penonton hanya mempunyai pilihan

menarik diri ketika telah memperoleh pengalaman yang tidak memuaskan penonton.

Model interaksi parasosial sebagai sebuah fenomena *multi-faceted* menghasilkan definisi proses spesifik yang terjadi ketika praktik konsumsi media dan memengaruhi emosi, kognisi, serta perilaku manusia baik sebelum maupun sesudah memilih media (Klimmt et al., 2006). Rubin et al., (1985) menggambarkan konseptualisasi interaksi parasosial sebagai partisipasi interpersonal antara pengguna media dengan apa yang pengguna konsumsi di media. Bentuk dari partisipasi dapat berupa mencari sosok *role model* dari tokoh media, menganggap *personality* media sebagai teman, membayangkan menjadi bagian dari program media, dan berkeinginan untuk berjumpa idola.

Dalam penelitian Cohen, (2014) dijelaskan bahwa parasosial sebagai salah satu bentuk hubungan yang termediasi, yang bermakna tidak ada interaksi secara langsung antara dua orang dan hanya berkomunikasi melalui media massa. Meskipun hubungan tersebut dapat berlangsung dengan waktu yang lama bahkan dapat menimbulkan reaksi emosional. Seorang penonton atau penggemar seringkali mengetahui banyak hal tentang idolanya bahkan hingga melibatkan perasaan dan emosional, tetapi idolanya cenderung tidak mengetahui siapa penggemarnya dan bagaimana kehidupannya.

Interaksi parasosial seperti ketika seorang individu menilai sosok tokoh media atau mengkaitkan karakteristik seseorang dengan tokoh media tersebut, maka individu akan merespon tokoh media memberikan kesan berada di ruang fisik sehingga masuk ke dalam jaringan sosial (Giles, 2002). Perasaan terkesan memahami persona, senang ketika melihat dan mendengarkan suara *persona*, merasa seperti memiliki ikatan pertemanan, dan merasa kehilangan ketika *persona* tidak hadir, merupakan beberapa indikator terjadinya interaksi parasosial (Horton & Richard Wohl, 1956).

Dalam konteks media sosial modern seperti YouTube, interaksi parasosial dapat lebih kompleks dan lebih dinamis, terutama dengan adanya

fitur-fitur interaktif seperti *live streaming* dan *live chat*, yang memungkinkan audiens untuk berkomunikasi langsung dengan kreator konten meskipun komunikasi tersebut tetap tidak melibatkan hubungan dua arah yang sebenarnya. Interaksi parasosial kini telah menjadi topik yang penting dalam kajian media dan komunikasi. Meskipun tidak terjadi kontak langsung dengan tokoh media sebagai orang dekat atau figur yang penting dalam kehidupan mereka, penelitian menunjukkan bahwasanya audiens yang terlibat dalam interaksi parasosial kerap menunjukkan sebuah bentuk ikatan emosional yang menyerupai hubungan pertemanan. Mereka dapat menganggap tokoh media sebagai figur yang penting dalam kehidupan keseharian mereka. Fenomena tersebut mencerminkan terjadinya keterlibatan interpersonal yang intens walaupun hanya bersifat sepihak dan menjadikan suatu dasar dalam memahami bagaimana media digital, termasuk *live streaming*, mampu untuk membangun sebuah hubungan emosional yang kuat antara kreator dengan audiensnya. (Horton & Richard Wohl, 1956; Rubln et al., 1985; Tukachinsky, 2010)

Persona merupakan seorang tokoh atau figur yang sering tampil di media. Mereka memberikan sebuah peluang hubungan yang berkelanjutan dengan berbagi rutinitas kegiatan sehari-harinya sehingga audiens/penggemar merasa seperti bersama idolanya (Horton & Wohl, 1956). Kisah serta pengalaman masa lalu idola dapat memberikan sebuah kesan emosional terhadap penggemar sehingga penggemar merasa seperti mengenali sang idola secara *personal*. Penggemar dapat menganggap idolanya sebagai teman, *role model*, konselor. Namun watak baik seorang *persona* sebenarnya merupakan sebuah “standarisasi” yang telah direncanakan serta dirancang oleh *management*-nya agar sesuai dengan *image* yang diinginkan. Ketika berhadapan dengan audiens

Menurut Caughey (1984) menjelaskan bahwasanya *persona* sering memperlihatkan karakter khas yang digemari oleh para audiens dan berusaha untuk tetap menjaga *branding* tersebut sebaik mungkin. Audiens memilih suatu karakter *persona* cenderung merujuk memilih pada kriteria

karakter yang biasanya tampil pada kehidupan nyata seperti daya tarik fisik, kecerdasan, kehangatan, serta kepercayaan diri untuk menarik perhatian orang lain (Hoffner, 1991) Adapun menurut C.Hartmann. T.Schramm. H. Klimmt, (2006) *persona* menempati posisi khusus dalam sebuah hubungan sosial yang dipersepsikan Masyarakat karena media menciptakan ikatan yang emosional dan kognitif antara audiens dan karakter yang dikonsumsi. Brown (2015) menyebutkan bahwasanya karakter fiksi maupun *real person* dengan *personality* yang dikonstruksi disebut sebagai *persona*

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa hubungan yang tercipta antara tokoh media dengan penontonnya hanyalah sebuah ilusi, karena tidak adanya timbal balik atau hanya sebatas hubungan sepihak. Sebagai Upaya dalam mencapai kedekatan ilusi tersebut, *persona* harus melakukan sebuah interaksi tertentu dengan audiensnya. Horton & Richard Wohl (1956) mengatakan bahwa terdapat beberapa *principal strategies* atau strategi utama yang dapat dilakukan seorang *persona* untuk mencapai ilusi kedekatan (*illusion of intimacy*)

a. Intensitas Informasi

Seorang *persona* kerap kali menjaga intensitas komunikasi dengan audiens melalui percakapan ringan dan santai yang terus mengalir, agar terkesan sebagai pribadi yang terbuka dan mudah didekati. Misalnya, *YouTuber* Emma Chamberlain dikenal dengan gaya bicaranya yang natural dan tidak dibuat-buat dalam *vlog* nya. Alih-alih menggunakan skrip formal atau gaya penyampaian yang terstruktur, Emma seringkali berbicara natural, seperti sedang bercakap-cakap dengan sahabatnya. Ia membagikan pemikiran *random*, keseharian, bahkan kegelisahan kecilnya tanpa penyuntingan berlebihan. Hal ini menciptakan kedekatan emosional yang kuat dengan penontonnya, audiens membangun persepsi kedekatan layaknya teman

b. Pengaruh Emosional

Salah satu karakteristik interaksi yang sering digunakan oleh *persona* untuk menciptakan kedekatan ilusi dengan audiens adalah dengan

menirukan sikap, gestur, gaya bicara, dan menciptakan suasana terkesan sedang berinteraksi secara langsung dan santai. Melalui pendekatan ini, audiens terdorong untuk membentuk persepsi baru terhadap *persona* sebagai individu yang akrab dan mudah didekati. Selain itu, *persona* juga berusaha menghapus batas antara dirinya sebagai penampil dan para audiens, baik yang hadir secara langsung di studio maupun yang menyaksikan dari rumah. Dalam praktiknya, *persona* kerap memperlakukan rekan tampilnya layaknya sahabat dekat, menggunakan panggilan yang akrab dan penuh kehangatan. Strategi ini membuat audiens meyakini bahwa *persona* adalah sosok yang ramah, tulus, dan menjalin hubungan pertemanan yang nyata dengan partner-nya

c. Personalisasi

Strategi ini merupakan upaya yang dilakukan oleh *persona* untuk keluar dari skrip atau format acara yang telah disusun secara formal, dengan tujuan menciptakan suasana yang lebih cair dan membaur bersama audiens. Dalam konteks pertunjukan panggung seperti *Opera Yuk Kita Sahur*, *persona* kerap meninggalkan panggung utama untuk membangun interaksi langsung dengan audiens di studio. Interaksi tersebut bisa berupa sesi tanya jawab spontan, berjoget bersama, atau aktivitas lainnya yang bersifat partisipatif. Salah satu contohnya adalah Sutisna, atau yang lebih dikenal dengan nama Sule, yang sering mengajak satu atau beberapa penonton naik ke atas panggung untuk bermain mini games atau tebak-tebakan bersamanya. Melalui pendekatan ini, Sule berhasil menghapus jarak antara dirinya sebagai *persona* dengan audiens, menciptakan kedekatan yang lebih personal dan menyenangkan.

d. *Technical Device*

Kedekatan ilusi tidak hanya dibangun melalui *persona* semata, tetapi juga didukung oleh perangkat teknis media yang digunakan. Salah satu contohnya adalah penggunaan kamera subjektif yang memosisikan sudut pandang kamera layaknya sepasang mata audiens. Teknik ini tidak hanya memberikan kepuasan *visual* dan menarik perhatian, tetapi juga

menciptakan kesan bahwa audiens turut dilibatkan secara langsung dalam pertunjukan. Lebih dari itu, perangkat teknis tersebut berperan dalam menonjolkan nilai utama dari pertunjukan berbasis *personality*.

Namun demikian, hubungan antara *persona* dan audiens bersifat sepihak (parasosial) dan tidak berkembang menjadi hubungan timbal balik yang sejajar. Oleh karena itu, *persona* dan penampilannya menjadi pusat dari relasi ini, yang memikul tanggung jawab penuh untuk menciptakan dan menjaga ilusi kedekatan dengan audiens. Ketika *persona* berhasil membangun rasa kedekatan dan mendapatkan kepercayaan dari audiensnya, bentuk dukungan akan muncul baik melalui pesan-pesan penggemar maupun partisipasi tidak langsung lainnya. Dukungan ini secara tidak langsung memperkuat eksistensi dan keberlangsungan aktivitas *persona* di ruang publik.

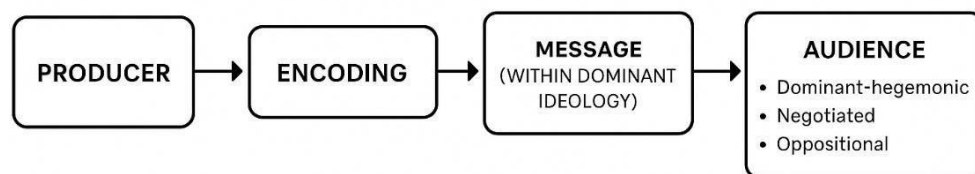
B. Decoding

Kajian mengenai studi resepsi dan etnografi audiens telah mengalami perkembangan yang signifikan dan secara garis besar dibagi ke dalam tiga generasi, sebagaimana dijelaskan oleh (Alasuutari, 1999). Ia memetakan sejarah cultural media studies ke dalam tiga fase utama: resepsi media sebagai generasi pertama, etnografi audiens sebagai generasi kedua, dan *constructionist view* sebagai generasi ketiga. Pembagian ini didasarkan pada perspektif historis yang mempertimbangkan dinamika masa lalu, kondisi masa kini, dan potensi perkembangan di masa depan.

Kemunculan studi resepsi dalam konteks komunikasi massa berakar pada karya Hall, (1973) yang berjudul “*Encoding and Decoding in the Television Discourse*”. Meskipun kajian resepsi erat kaitannya dengan *cultural studies*, pendekatan ini juga dipengaruhi oleh teori *uses and gratifications* serta teori resepsi Jerman dalam ranah kritik sastra pada akhir 1960-an. Namun demikian, artikel Hall menjadi teks kunci (*key text*) yang memperjelas dan mengartikulasikan dasar permasalahan dalam paradigma resepsi media.

Model *encoding/decoding* yang dikembangkan Hall tidak serta-merta merevolusi model komunikasi sebelumnya, yang menekankan alur linier dari pengirim ke penerima. Akan tetapi, Hall menggeser pendekatan tersebut dari yang bersifat teknis ke pendekatan semiotik. Dalam kerangka ini, pesan tidak lagi dipahami sebagai objek yang ditransmisikan secara pasif, tetapi sebagai konstruksi makna yang harus ditafsirkan. Produsen media melakukan *encoding* atas suatu pesan yang kemudian di-*decoding* oleh audiens. Dengan demikian, hasil interpretasi tidak selalu identik dengan maksud awal pengirim pesan, karena audiens membawa latar belakang, nilai, dan pengalaman berbeda yang memengaruhi proses pemaknaan.

Hall kemudian memperkenalkan konsep *determinate moments*, yaitu momen strategis yang menentukan proses *encoding* dan *decoding*. Efek ideologis dari suatu program media bergantung pada titik-titik kunci ini, di mana audiens melakukan interpretasi terhadap pesan yang mereka terima. Perspektif ini tidak sepenuhnya menolak adanya efek media, melainkan memposisikan efek tersebut dalam kerangka interpretatif. Dengan kata lain, dampak media tergantung pada bagaimana pesan tersebut dimaknai oleh audiens dalam konteks sosial dan kultural mereka masing-masing.



Gambar 1. 1 Disusun berdasarkan visualisasi atau interpretasi dari teori *encoding/decoding* oleh Stuart Hall (1980) dan dijabarkan kembali oleh Alasuutari (1999)

Model *Encoding/Decoding* dari Stuart Hall (1973) menjelaskan bahwa proses komunikasi media tidak berlangsung secara linier antara pengirim dan penerima pesan. Pesan yang dikodekan oleh produser media (*encoding*) akan diterima dan dimaknai oleh audiens (*decoding*), namun tidak selalu menghasilkan pemahaman yang sama. Proses ini dipengaruhi oleh

struktur sosial, budaya, dan pengalaman masing-masing pihak. Dalam model ini, Hall memperkenalkan tiga posisi *decoding* :

1. *Dominant-Hegemonic Position*

Audiens menerima pesan sebagaimana dimaksud oleh produser media; pesan dipahami sesuai kerangka dominan

2. *Negotiated Position*

Audiens menerima Sebagian isi pesan, namun melakukan interpretasi yang disesuaikan dengan konteks dan nilai-nilai pribadi mereka

3. *Oppositional Position*

Audiens memahami isi pesan, namun menolaknya secara ideologis dan memberi makna yang berlawanan.

Hall juga menyebut adanya *Determinant moments*, yakni sebuah tahapan penting yang memengaruhi bagaimana pesan dikode dan dimaknai.

Terdapat tiga struktur utama yang memengaruhi proses *decoding*:

1. *Frameworks of Knowledge* :

Nilai, budaya, dan pengalaman yang membentuk dan memengaruhi bagaimana pesan dimaknai oleh audiens

2. *Relations of Production*:

Relasi sosial dan kekuasaan antara pengirim dan penerima pesan yang memengaruhi interpretasi.

3. *Technical Infrastructure*:

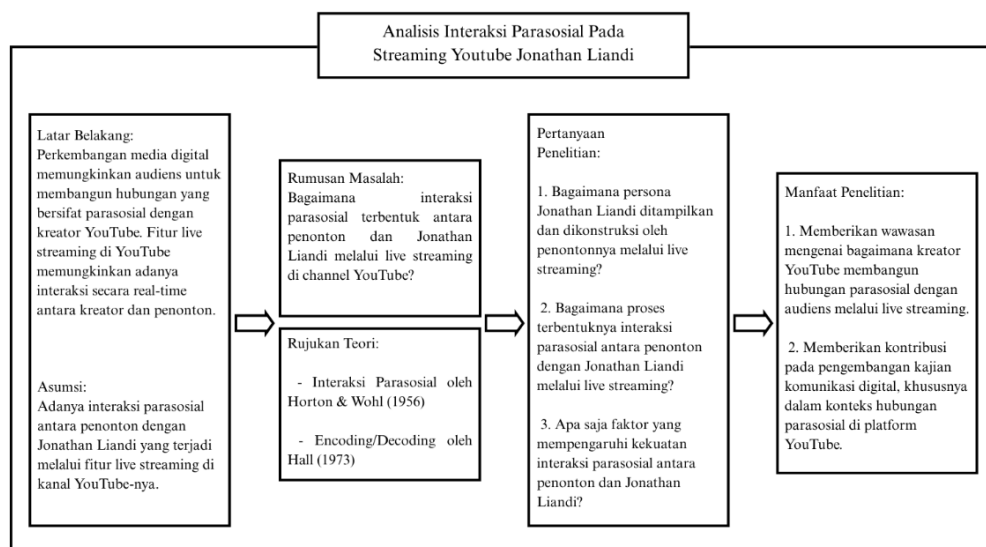
Kualitas perangkat dan system teknologi media yang memediasi penyampaian pesan,

Model *encoding/decoding* yang diperkenalkan oleh Hall (1973) menawarkan pendekatan baru dalam memahami komunikasi media, dengan menekankan bahwa makna sebuah pesan tidak bersifat tetap atau tunggal. Audiens memiliki kapasitas untuk menginterpretasikan pesan dengan cara yang beragam, melebihi pendekatan *uses and gratification* yang lebih menekankan pada kepuasan individu. Dalam hal ini, aktivitas menerima pesan tidak semata-mata tindakan konsumsi pribadi, tetapi juga dapat menjadi pengalaman sosial yang dibagikan bersama.

Alasuutari (1999) menekankan bahwa munculnya model ini menantang model komunikasi konvensional yang mengasumsikan adanya hubungan langsung dan transparan antara pengirim dan penerima pesan. Hall memperlihatkan bahwa makna bersifat kompleks, tidak selalu identik antara produser dan audiens, serta dapat dimaknai secara multi-referensial. Konsep ini kemudian menjadi kontribusi penting dalam kajian semiotika dan strukturalisme dalam ilmu komunikasi.

Lebih lanjut, Hall menghubungkan model *encoding/decoding* ini dengan diskursus yang lebih luas dalam pemikiran Marxis, khususnya dengan pendekatan hegemoni dari Antonio Gramsci. Dalam hal ini, teori Hall memperlihatkan bahwa proses komunikasi juga merupakan medan pertarungan ideologis, di mana audiens dapat menerima, menegosiasikan, atau bahkan menolak makna dominan yang disampaikan melalui media.

4. Framework Penelitian



Gambar 1. 2 Framework Penelitian

F. Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif digunakan sebagai upaya untuk memaknai suatu fenomena atau kejadian yang berlangsung secara alamiah, dengan menggunakan berbagai metode seperti wawancara, observasi, dan studi literatur (Denzin & Lincoln, dalam (Moleong, 2010), hlm. 5). Selanjutnya, Denzin dan Lincoln (dalam Cresswell, 2007, hlm. 36) memposisikan peneliti kualitatif sebagai pengamat terhadap peristiwa alamiah yang berupaya menafsirkan fenomena berdasarkan makna yang dipahami oleh banyak orang. Penelitian ini diawali dengan sejumlah asumsi dan diarahkan untuk menyelidiki suatu permasalahan, dengan fokus pada makna yang dianggap penting oleh individu maupun kelompok dalam konteks sosial (Cresswell, 2007).

Lebih lanjut, (John W. Cresswell, 2007) juga menyatakan bahwa hasil akhir dari penelitian kualitatif mencakup keterlibatan informan, refleksi peneliti terhadap temuan, deskripsi serta interpretasi mendalam terhadap permasalahan, dan analisis literatur yang mengaitkan antara permasalahan riset dengan teori yang telah ada sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji suatu fenomena yang benar-benar terjadi dalam kehidupan sosial, untuk kemudian ditafsirkan menggunakan berbagai metode kualitatif yang telah disebutkan di atas.

b. Pendekatan Penelitian

Analisis resepsi merupakan metode penelitian komunikasi yang memadukan studi terhadap isi media dan respons audiens (McCombs & Shaw, dalam Jensen, 1991, hlm. 139). Konsep ini mengacu pada kajian tekstual komparatif yang membandingkan wacana media dengan wacana audiens, lalu memaknainya dengan mempertimbangkan konteks historis, budaya, serta teks dari konten media lain (Jensen, 1991, hlm. 139). Menurut Jensen, (1991), terdapat tiga komponen utama dalam metodologi resepsi, yaitu pengumpulan data (collection), analisis (analysis), dan interpretasi data resepsi (interpretation of reception data) (hlm. 139).

Kracauer (dalam Kuckartz, 2014, hlm. 31) menyebut analisis teks kualitatif sebagai bentuk analisis isi kualitatif, yang tidak hanya menafsirkan makna yang tampak, tetapi juga menggali makna tersembunyi dari teks. (Kuckartz, 2014) menegaskan bahwa dalam pendekatan ini, proses memahami dan menginterpretasi teks menjadi fokus utama, berbeda dengan analisis isi yang umumnya terbatas pada “konten yang manifest” (hlm. 33). Analisis teks dilakukan dengan menafsirkan bentuk komunikasi antarpribadi yang dimediasi (mediated-interpersonal communication) atau pengalaman yang dimediasi (mediated experiences) dalam pesan media berbasis verbal.

c. Lokasi dan Informan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada kanal YouTube Jonathan Liandi, yang dikenal dengan konten-konten kreatif dan interaktifnya. Kanal ini dipilih karena memiliki jumlah pengikut yang besar dan sering melakukan *live streaming* dengan jumlah rata rata penonton yang banyak, yang memungkinkan peneliti untuk mengkaji interaksi parasosial yang terjalin antara kreator dan audiensnya. Peneliti akan menganalisis beberapa sesi *live streaming* yang dilakukan oleh Jonathan Liandi, baik yang berfokus pada gaming, edukasi, maupun hiburan, guna menggali sejauh mana interaksi parasosial terbentuk dalam berbagai konteks.

Informan penelitian adalah audiens yang mengikuti *live streaming* di kanal YouTube Jonathan Liandi. Audiens yang dimaksud adalah penonton yang berinteraksi dengan kreator melalui *live chat* atau komentar selama sesi *live streaming* berlangsung. Untuk mendapatkan perspektif yang beragam. Subjek penelitian akan dipilih secara *snowball sampling*, yaitu Teknik pengambilan sampling yang dilakukan secara bertahap melalui rekomendasi atau referensi dari responden awal (informan kunci)

d. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan analisis konten.

Setiap teknik ini digunakan untuk menggali berbagai aspek interaksi parasosial dan untuk memastikan data yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang hubungan yang terbentuk antara kreator dan audiens.

1. Observasi Partisipatif

Menurut Guba dan Lincoln (1985), dalam buku *Metodologi Penelitian Kualitatif* oleh (Moleong, 2017), observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan secara sadar, sistematis, dan langsung oleh peneliti melalui Indera seperti melihat, mendengar, atau mencium dengan tujuan untuk memperoleh informasi nyata dari lapangan dan memperkuat kredibilitas data penelitian

Peneliti akan melakukan observasi langsung terhadap sesi *live streaming* di kanal YouTube Jonathan Liandi, dengan fokus pada interaksi yang terjadi antara kreator dan audiens. Observasi ini dilakukan untuk mencatat pola-pola interaksi yang menunjukkan adanya hubungan parasosial, termasuk bagaimana audiens merespons kreator dan bagaimana kreator merespons audiens selama *live chat*. Observasi ini memungkinkan peneliti untuk melihat dinamika yang terjadi dalam komunikasi dua arah meskipun bersifat sepihak.

2. Wawancara Mendalam

Wawancara digunakan sebagai teknik dalam pengumpulan data kualitatif yang memungkinkan peneliti memperoleh informasi melalui dialog langsung dengan partisipan penelitian (Kutha, 2010). Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai persepsi audiens terhadap interaksi parasosial, wawancara mendalam akan dilakukan dengan audiens yang terlibat aktif dalam *live streaming* Jonathan Liandi. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pengalaman dan perasaan mereka terkait hubungan yang mereka rasakan dengan kreator, serta pengaruh hubungan tersebut terhadap cara mereka mengonsumsi konten. Wawancara juga bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana audiens membangun hubungan emosional

dengan kreator dan bagaimana interaksi parasosial mempengaruhi loyalitas mereka terhadap kanal tersebut.

3. Analisis Konten

Analisis konten akan dilakukan terhadap teks-teks yang dihasilkan selama *live chat*, termasuk komentar-komentar yang diposting oleh audiens dan tanggapan yang diberikan oleh Jonathan Liandi. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dalam interaksi antara kreator dan audiens, serta untuk menilai bagaimana bahasa, emosi, dan respons audiens dapat memperkuat atau melemahkan hubungan parasosial.

4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang umum digunakan dalam pendekatan penelitian seperti semiotika, analisis *framing*, analisis isi kualitatif, maupun analisis wacana (Kriyantono, 2006, hlm. 308). Data dokumenter yang dikumpulkan dapat berbentuk teks dari buku, artikel koran, majalah, video, film, tulisan pada media daring, catatan harian, memo, hingga iklan. Tujuan dari pengumpulan data ini adalah untuk memperoleh materi yang akan dianalisis dalam penelitian tersebut. Dalam konteks penelitian ini, dokumentasi berperan penting sebagai sumber data yang mencakup tangkapan layar dari channel YouTube milik informan, serta konten yang diperoleh dari potongan *live streaming* dan *content*

5. Analisis Data

Data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan analisis konten akan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik yang bersifat kualitatif. Analisis tematik memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola (tema) yang muncul dalam data (Braun & Clarke, n.d.). Proses analisis ini akan dilakukan dalam beberapa tahap berikut:

a. Reduksi Data

Tahapan dalam analisis data kualitatif di mana peneliti merangkum, memilih, dan menyaring data yang telah terkumpul agar fokus hanya pada hal-hal esensial yang relevan dengan tujuan penelitian (Kutha, 2010). Proses ini mencakup penyederhanaan data, identifikasi tema atau pola utama, penyingkiran data yang tidak penting, serta pengklasifikasian informasi ke dalam kategori yang terstruktur sehingga memudahkan proses analisis dan penyusunan data agar menjadi lebih sistematis serta bermakna

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi dan diklasifikasi, informasi yang telah dirapikan tersebut akan membentuk pola tertentu yang kemudian disusun dalam bentuk penyajian data. Proses penyajian ini tidak hanya menyusun data secara terstruktur, tetapi juga mencakup tahapan interpretasi dan penafsiran atas makna dari masing-masing nilai data yang telah dikelompokkan. Penyusunan ini memudahkan peneliti melihat konsistensi temuan dan mengambil kesimpulan akhir. Lebih lanjut, seperti yang dijelaskan oleh Miles, Huberman, & Saldana (dalam (Kriyantono, 2020)), data kualitatif disajikan secara sistematis, baik dalam bentuk narasi maupun grafik seperti diagram, matriks, atau tabel. Teknik penyajian tersebut berguna untuk memperjelas pola dan menghindari kejenuhan pembaca dalam menyerap data.

c. Penarikan Simpulan

Tahap akhir dalam proses analisis data adalah menyusun kesimpulan berdasarkan informasi yang telah dianggap mampu menjawab rumusan masalah dalam penelitian (Kriyantono, 2006, hlm. 361). Umumnya, dalam proses ini peneliti juga menyertakan rekomendasi serta menjelaskan batasan-batasan dari penelitian yang dilakukan (Ratna, 2010, hlm. 311). Selain itu, hasil analisis

tersebut perlu diverifikasi kembali untuk memastikan validitas dan keabsahan data yang diperoleh.

BAB II

GAMBARAN UMUM DAN OBJEK PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

YouTube adalah salah satu platform media sosial terbesar di dunia yang dikelola oleh Google. Didirikan pada tahun 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, YouTube awalnya dimaksudkan sebagai *platform* berbagi video sederhana yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video. Sejak diakuisisi oleh Google pada tahun 2006, Menurut estimasi Statista, YouTube memiliki MAU (*Monthly Active User*) sebesar 2,5 miliar pada 2021, yang meningkat menjadi 2,7 miliar pada Januari 2024 (Global Media Insight, 2025). YouTube kini tidak hanya menjadi sumber hiburan, tetapi juga alat untuk belajar, berbagi informasi, serta platform untuk bisnis dan kampanye sosial.

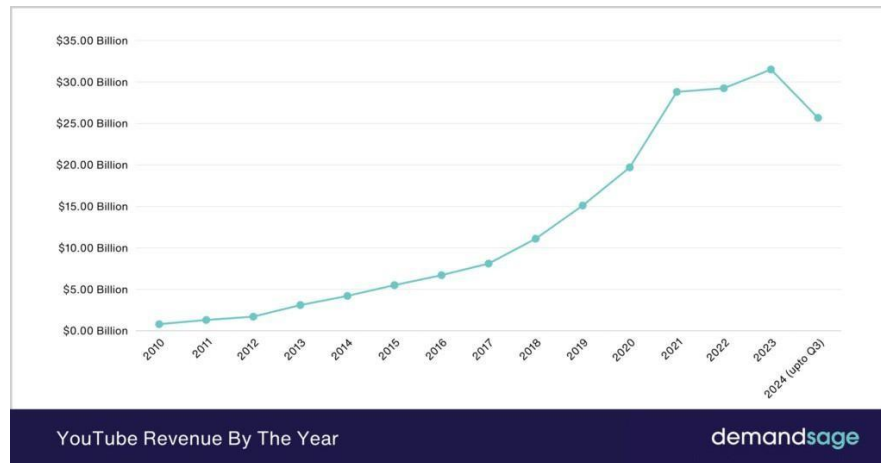


Gambar 2. 1 Data Negara dengan pengguna Youtube terbesar didunia
Sumber : <https://dataindonesia.id/> , 2025

1. Pertumbuhan dan Perkembangan YouTube

Seiring dengan bertumbuhnya pengguna internet dan peningkatan akses terhadap perangkat berbasis internet, YouTube telah menjadi tempat utama bagi konsumsi konten video digital. Lebih dari 1 milyar jam video ditonton setiap hari di YouTube, dengan lebih dari 500 jam video diunggah setiap menit. Sejak tahun 2005, YouTube menyumbang mendekati 20% dari total

lalu lintas HTTP global, mencerminkan distribusi konten *audiovisual* dalam skala besar dan *real-time* (Cheng et al., 2007).



Gambar 2. 2 Perkembangan aplikasi YouTube
Sumber : <https://www.demandsage.com/youtube-stats/>

Menurut Cunningham dan Craig, (2017), YouTube kini telah berevolusi menjadi ruang interaktif yang menghubungkan kreator dengan audiens mereka secara dua arah. Penonton tidak lagi sekadar menonton, melainkan turut merespons, memberi umpan balik, dan memengaruhi konten yang dibuat YouTube tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menonton video, tetapi juga telah bertransformasi menjadi ruang interaktif yang menghubungkan kreator dengan audiens mereka. Fitur-fitur seperti *live streaming*, komentar, *membership*, *donate*, dan *live chat* memberikan audiens kesempatan untuk berinteraksi dengan kreator secara langsung. Hal ini meningkatkan tingkat keterlibatan pengguna dan memperkuat hubungan emosional yang mereka rasakan dengan konten yang mereka konsumsi.

YouTube juga berperan besar dalam mengubah cara orang mengonsumsi media. Di masa lalu, televisi menjadi sumber utama hiburan dan informasi *visual*. Namun, dengan adanya YouTube, audiens kini dapat memilih konten yang ingin mereka tonton berdasarkan minat pribadi, yang mengarah pada tren *on-demand viewing* yang lebih fleksibel dan interaktif (Hutchins et al., 2019). Platform ini menawarkan berbagai jenis konten mulai dari *vlog*, tutorial, musik, hingga *live streaming* yang memungkinkan audiens untuk mengakses informasi kapan saja dan di mana saja.

2. YouTube Sebagai Platform untuk Kreator Konten

Salah satu faktor yang membedakan YouTube dari *platform* media lainnya adalah kemampuannya untuk memberikan akses kepada siapapun untuk menjadi kreator konten. Dengan hanya bermodalkan perangkat perekam video dan koneksi internet, individu dapat mengunggah video mereka dan membangun audiens secara mandiri. Fenomena ini disebut sebagai *user-generated content* (UGC), di mana pengguna tidak hanya mengonsumsi konten tetapi juga berperan aktif dalam menciptakan dan mendistribusikan konten tersebut. Koushik et al., (2024) menyoroti bagaimana UGC membentuk loyalitas audiens dalam konteks media OTT.

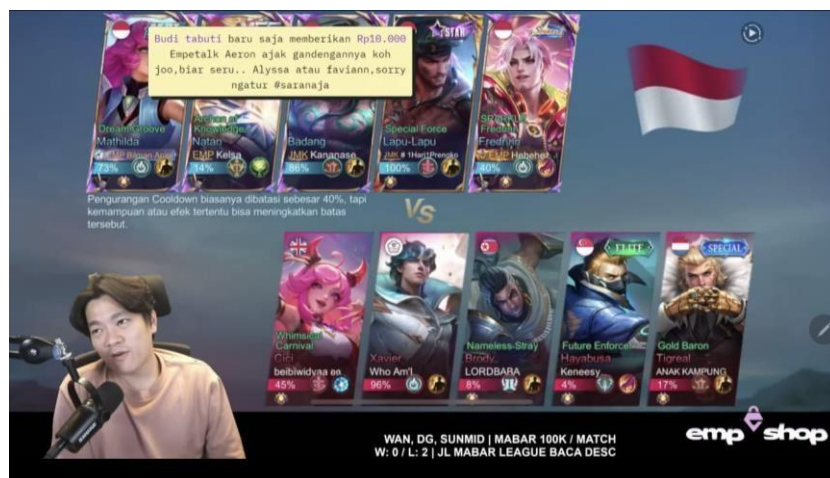
YouTube menjadi platform utama karena fleksibilitas *visual storytelling* yang ditopang oleh konten pengguna. Kreator yang berhasil di YouTube sering kali membangun hubungan parasosial dengan audiens mereka, di mana audiens merasa terhubung secara emosional dengan kreator, meskipun interaksi yang terjadi bersifat sepihak. Hal ini memperkuat pentingnya *live streaming* sebagai salah satu fitur yang memungkinkan hubungan parasosial ini semakin berkembang. *Live streaming* memungkinkan audiens untuk berinteraksi langsung dengan kreator melalui live chat atau komentar, yang memberi audiens kesempatan untuk merasa lebih terlibat dan dihargai oleh kreator (Hutchins & Rowe, 2019). Seiring dengan berkembangnya *platform* monetisasi seperti YouTube Partner Program, kreator kini dapat menghasilkan pendapatan dari video mereka, yang lebih lanjut memperkuat ekosistem kreator di YouTube.

3. YouTube dan Interaksi Audiens

YouTube bukan hanya tentang konten video yang dilihat oleh audiens, tetapi juga tentang interaksi audiens itu sendiri. Fitur komentar dan *live chat* memungkinkan audiens untuk memberikan umpan balik kepada kreator dan sesama penonton, menciptakan ruang bagi komunitas digital yang berkembang di sekitar setiap kanal. You et al., (2023) mencatat bahwa interaksi *real-time* dalam *live chat* membentuk *network social presence*, yaitu rasa kehadiran sosial virtual yang positif memengaruhi dukungan emosional, instrumental, dan bahkan ekonomi audiens kepada kreator. Interaksi tersebut

dimediasi oleh *parasocial interaction*, menciptakan ikatan melalui dialog satu arah yang terasa nyata.

Selain itu, YouTube *live streaming* telah menjadi fitur yang sangat penting dalam memperkuat ikatan parasosial antara kreator dan audiens. Dalam sesi *live streaming*, audiens tidak hanya pasif menyaksikan; mereka juga dapat berperan aktif dengan memberikan reaksi langsung, menyampaikan komentar, dan menerima respons dari kreator secara *real-time*. Interaksi ini meningkatkan *social presence* dan memperkuat identifikasi emosional audiens terhadap kreator, membuat mereka merasakan Kesan terlibat langsung dalam percakapan (J. V. Chen et al., 2025; Qian & Seifried, 2023). Hal ini memperkenalkan elemen interaktivitas yang memperkuat hubungan parasosial, karena audiens merasa lebih dekat dengan kreator mereka.

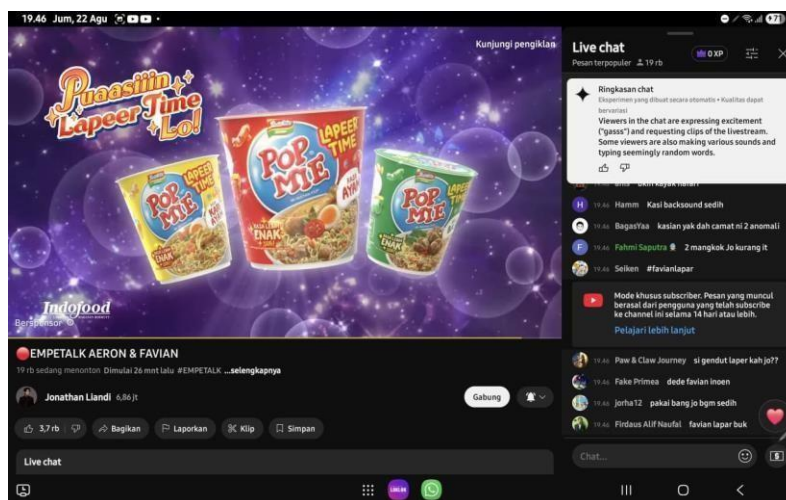


Gambar 2. 3 Saran dari viewers untuk bintang tamu konten Empetalk (sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

4. Monetisasi dan Komersialisasi YouTube

Salah satu alasan mengapa YouTube sangat sukses adalah kemampuannya untuk memonetisasi konten melalui berbagai cara. Google *AdSense* adalah sistem utama yang memungkinkan kreator untuk menghasilkan pendapatan dari iklan yang ditayangkan di video mereka. Selain itu, platform ini juga menawarkan fitur seperti *Donate*, *Super Chat* (untuk *live streaming*) dan *channel memberships*, yang memungkinkan

audiens untuk memberikan dukungan finansial langsung kepada kreator. Jiao et al., (2024) mengungkapkan bahwa dukungan finansial (misalnya melalui donasi dan langganan) bersama interaksi *streamer* secara langsung meningkatkan keterlibatan konsumen dan membangun *attachment brand* dan kanal kreator. Pendekatan ini menekan keterlibatan emosional dan loyalitas audiens.



Gambar 2. 4 Adsense dari iklan YouTube Jonathan Liandi ketika live (sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

Namun, meskipun monetisasi memberikan keuntungan finansial bagi kreator, YouTube juga menghadapi tantangan dalam hal kebijakan konten yang ramah iklan dan pembatasan monetisasi yang diterapkan pada konten-konten tertentu. Banyak kreator merasa terdorong untuk menyesuaikan konten mereka agar aman secara monetisasi misalnya menghindari topik sensitif atau gaya penyampaian kontroversial karena takut demonetisasi atau penalti algoritma (Hofstetter & Gollnhofer, 2024).

5. YouTube sebagai Media Sosial dan Pengaruhnya pada Audiens

YouTube merupakan salah satu media sosial terbesar yang memungkinkan audiens untuk tidak hanya menonton konten tetapi juga berinteraksi dengan orang lain. Ham et al., (2019) menyatakan bahwa YouTube menggabungkan berbagai elemen dari media social, seperti fitur

berbagi konten, sistem komentar terbuka, dan mekanisme UGC (*user-generated content*) membuatnya tidak hanya menjadi *platform* video, tetapi juga media sosial berbasis *audiovisual*. *Platform* ini memfasilitasi pengguna untuk berbagi, berebut visibilitas, dan membangun komunitas melalui interaksi publik yang terbuka dan kolaboratif. Hal ini membuat YouTube menjadi lebih dari sekadar *platform* hiburan, tetapi juga menjadi ruang sosial yang memungkinkan audiens untuk terlibat dalam diskusi dan membangun hubungan dengan kreator dan sesama penonton.

Dengan perkembangan fitur komunitas dan *live streaming*, YouTube semakin menjadi *platform* sosial yang memungkinkan audiens untuk merasakan kedekatan dengan kreator dan berpartisipasi dalam pengalaman media secara langsung. Fitur-fitur ini membuka peluang untuk menciptakan hubungan parasosial yang lebih kuat antara kreator dan audiens, memperkuat keterlibatan audiens dan membentuk komunitas pengikut yang lebih setia.

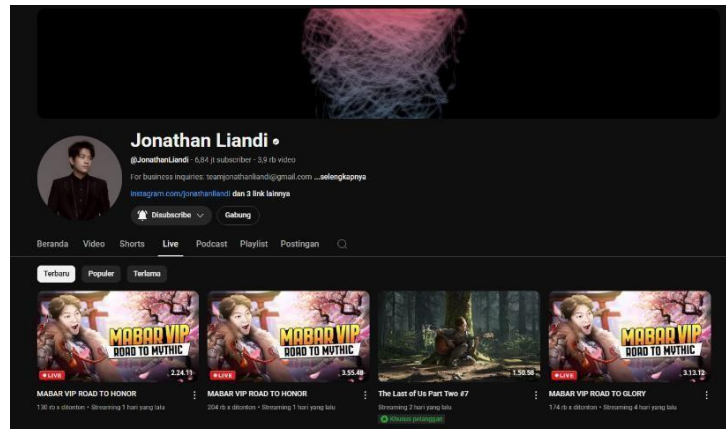


Gambar 2. 5 Jonathan menggunakan Youtube sebagai charity korban gempa Cianjur
(sumber : Tangkapan layar Youtube 2022)

6. Pengenalan channel Youtube Jonathan Liandi

Jonathan Liandi adalah salah satu kreator YouTube yang dikenal di Indonesia, yang berhasil membangun komunitas pengikut yang besar dan loyal melalui konten-konten interaktif dan informatif. Dikenal karena gaya penyampaian yang ramah dan menyenangkan, Jonathan telah berhasil memanfaatkan *platform* YouTube untuk tidak hanya berbagi informasi tetapi

juga untuk menghubungkan dirinya dengan audiensnya secara emosional. Kanal Youtube Miliknya telah menjadi sumber hiburan, edukasi dan interaksi sosial bagi pengikutnya.



Gambar 2. 6 Tampilan profile youtube Jonathan Liandi
(sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

Pada tahun 2021, kanal YouTube Jonathan Liandi telah mencapai lebih dari 1 juta *subscriber*, yang menandakan keberhasilannya dalam menarik perhatian audiens yang beragam. Dengan jumlah penonton yang terus berkembang, kreator mampu menciptakan konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga relevan dengan kebutuhan audiensnya. Hal ini memperkuat hubungan parasosial yang terbangun antara kreator dan pengikutnya, yang sering kali menjadi faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas audiens. Seperti dijelaskan oleh Lueck (2015), kepribadian *online* yang menarik dan konsisten dapat membentuk persepsi hubungan yang intim dan nyata di benak audiens.

Menurut Tukachinsky et al. (2020) hubungan parasosial adalah bentuk hubungan sepihak yang terjadi ketika audiens merasa terhubung dengan figur publik meskipun tidak ada interaksi nyata. Di YouTube, terutama dengan adanya fitur *live streaming*, hubungan ini semakin diperkuat. Jonathan Liandi adalah contoh dari seorang kreator yang berhasil mengembangkan hubungan semacam ini dengan audiensnya melalui *live streaming* dan konten interaktif.

7. Jenis Konten yang Diproduksi oleh Jonathan Liandi

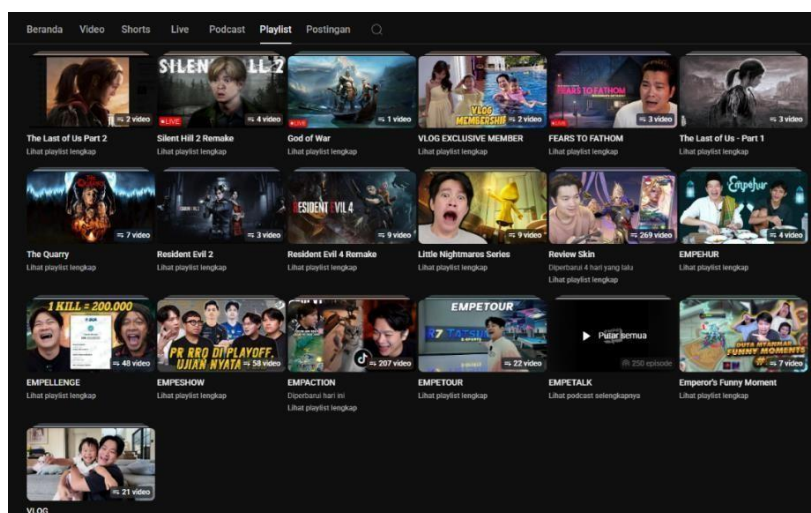
Jonathan Liandi dikenal dengan berbagai jenis konten yang ia produksi, yang meliputi *gaming*, *vlogging*, edukasi, dan hiburan. Salah satu aspek yang membedakan kanal Jonathan Liandi adalah kemampuannya untuk menggabungkan berbagai *genre* konten, yang membuat kanalnya dapat menjangkau audiens dari berbagai latar belakang.

Konten *gaming* adalah salah satu jenis konten utama yang sering muncul di kanal Jonathan Liandi. Dalam sesi *game*-nya, Jonathan tidak sekadar memainkan permainan, tetapi juga secara aktif berinteraksi dengan audiens melalui *live streaming*. Penonton dapat mengomentari, memberi saran, atau bercakap-cakap sambil menonton *gameplay*. Interaksi *real-time* seperti menanggapi chat secara personal dengan menyebut nama pengguna atau langsung menjawab pertanyaan yang dilontarkan audiens, ditemukan secara empiris mampu meningkatkan pengalaman *parasocial interaction (PSI)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketika *streamer* menanggapi secara individual atau kolektif terhadap chat audiens, persepsi kedekatan dan keterikatan emosional pelanggan meningkat signifikan Wulf et al., (2021)

Selain *gaming*, Jonathan juga memproduksi konten *vlog* yang memberikan gambaran kehidupan pribadinya. Konten *vlog* ini tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan ruang bagi audiens untuk merasa lebih dekat dengan kreator. Berdasarkan studi Fazli-Salehi et al., (2022), ketika *vlogger* membagikan pengalaman pribadi dalam kontennya, hal ini terbukti meningkatkan interaksi parasosial dengan penonton. Dalam konteks ini, praktik yang dilakukan oleh Jonathan Liandi dalam *vlog*-nya mencerminkan strategi *self-disclosure* yang efektif.

Konten edukasi juga menjadi salah satu pilar utama dalam kanal YouTube Jonathan Liandi. Ia kerap berbagi pengetahuan dalam berbagai topik seperti teknologi, *game development*, dan *tutorial* digital. Dalam kontennya, Jonathan tidak sekadar menghibur, ia juga memberikan informasi atau nilai tambah edukatif yang baru bagi penonton. Dengan menggabungkan edukasi dalam format yang ringan dan menyenangkan, misalnya menjelaskan strategi, tips, atau pengetahuan sambil tetap bersikap *engaging*. Jonathan

menciptakan pengalaman yang lebih dalam dan bermanfaat. Penonton tidak hanya tertarik, tetapi juga merasa terlibat secara kognitif dan emosional pada salurannya. Pendekatan ini selaras dengan temuan Beege et al. (2017), yang menunjukkan bahwa bentuk penyampaian langsung dalam video edukatif dapat memperkuat koneksi dengan pemirsa dan meningkatkan keterlibatan serta motivasi belajar



Gambar 2. 7 Playlist konten pada channel Jonathan Liandi
(sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

8. Pengaruh Interaksi Parasosial dalam Live Streaming Jonathan Liandi

Sebagai seorang kreator yang sangat aktif dalam *live streaming*, Jonathan Liandi memanfaatkan fitur ini untuk membangun ikatan emosional yang lebih kuat dengan pengikutnya. *Live streaming* memungkinkan audiens untuk berinteraksi dengan Jonathan secara *real-time*, yang memberi mereka kesempatan untuk merasa lebih dekat dengan kreator. *Live chat* menjadi fitur utama dalam *live streaming* Jonathan Liandi, di mana audiens dapat langsung berkomentar, memberikan dukungan, atau bertanya langsung kepada Jonathan mengenai berbagai hal.

Menurut Lee et al., (2024) menemukan bahwa paparan terhadap siaran langsung, partisipasi aktif audiens (seperti *chat*, donasi, atau reaksi dari kreator), serta kesamaan sikap terhadap kreator, secara signifikan meningkatkan persepsi *parasocial relationship (PSR)* antara penonton dan kreator melalui *live streaming*. Selama sesi *live streaming*, penonton merasa

bahwa mereka berpartisipasi dalam pengalaman tersebut, bukan hanya sekadar menonton. Hal ini meningkatkan rasa keterlibatan mereka, yang pada gilirannya memperdalam hubungan emosional mereka dengan kreator. Jonathan Liandi secara aktif merespons komentar dan pertanyaan audiens dalam sesi *live chat*, yang semakin memperkuat perasaan terhubung di antara keduanya.

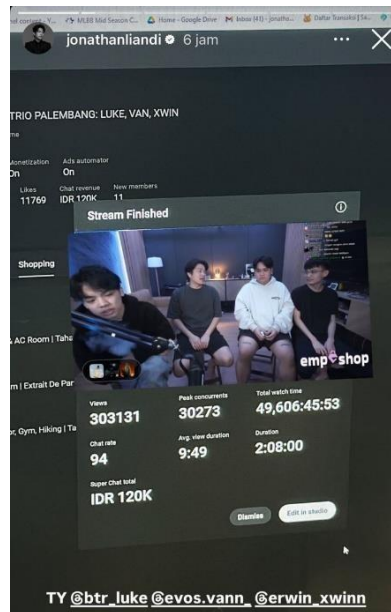


Gambar 2. 8 Jonathan merespon penonton melalui pesan donasi (sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

Dalam konteks gaming live stream, penonton sering memberikan komentar atau saran terkait permainan yang sedang dimainkan, dan Jonathan secara langsung menanggapi masukan tersebut. Interaksi semacam ini tidak hanya membuat audiens merasa dihargai tetapi juga menciptakan suasana yang lebih interaktif dan sosial. Hal ini menciptakan pengalaman yang lebih personal bagi audiens, di mana mereka merasa bahwa mereka memiliki hubungan yang lebih nyata dengan creator.

9. Audiens dan Komunitas Kanal YouTube Jonathan Liandi

Audiens kanal YouTube Jonathan Liandi terdiri dari beragam kelompok usia dan minat, namun sebagian besar adalah pemuda dan orang dewasa muda yang tertarik dengan *gaming*, teknologi, dan topik digital lainnya. Analisis audiens menunjukkan bahwa pengikut Jonathan Liandi merasa terhubung tidak hanya dengan konten yang ia sajikan, tetapi juga dengan cara Jonathan berinteraksi dengan merek



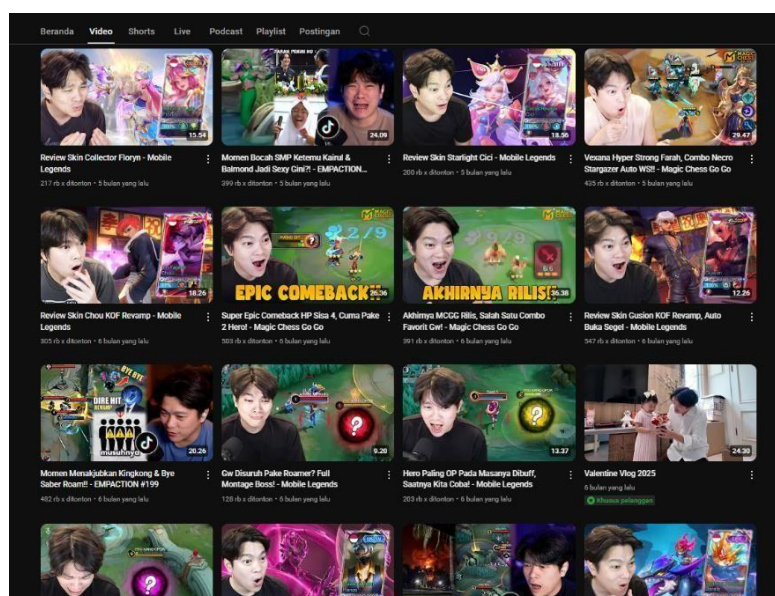
Gambar 2. 9 Recap livestreaming Empetalk dengan 3 bintang tamunya
(sumber : Tangkapan layer Instagram story, 2025)

Menurut Wolff & Shen, (2022), menunjukkan bahwa keterlibatan aktif dalam *chat streaming* meningkatkan modal sosial struktural (hubungan interaksi) dan relasional (kepercayaan sesama penggemar). Walaupun *parasocial relationship* tidak secara langsung memediasi hubungan ini, komunitas tetap terbentuk dan memberikan dukungan emosional dan sosial. Komunitas ini berkembang seiring waktu, dengan banyak audiens yang tidak hanya mengikuti konten Jonathan, tetapi juga berinteraksi dengan sesama pengikutnya. Hal ini memperkuat rasa kepemilikan audiens terhadap kanal dan menciptakan ikatan emosional yang lebih dalam. Pengikut Jonathan Liandi seringkali menunjukkan loyalitas yang tinggi terhadap kanal tersebut. Mereka tidak hanya menonton video, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam diskusi, memberikan masukan, dan bahkan memberikan dukungan finansial melalui fitur *Super Chat* atau langganan *membership premium*. Menurut Tukachinsky et al., (2020), loyalitas audiens yang terbentuk melalui hubungan parasosial ini sering kali mengarah pada

tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dan dukungan yang lebih besar terhadap kreator

10. Strategi Pengembangan Kanal YouTube Jonathan Liandi

Sebagai kreator yang sangat terlibat dalam membangun hubungan parasosial dengan audiensnya, Jonathan Liandi menggunakan berbagai strategi untuk meningkatkan keterlibatan dan interaksi dengan audiens. Salah satu strategi utama yang ia gunakan adalah menyajikan konten yang relevan dan konsisten, yang membantu mempertahankan minat audiens dan memperkuat loyalitas mereka. Dengan tetap setia pada tema yang sudah dikenal seperti *gaming*, teknologi, dan edukasi, Jonathan memastikan bahwa audiens selalu mendapatkan konten yang mereka harapkan.



Gambar 2. 10 Konten-konten yang telah diunggah pada YouTube Jonathan (sumber : Tangkapan layer Instagram story, 2025)

Selain itu, Jonathan Liandi juga mengoptimalkan live streaming untuk menciptakan pengalaman yang lebih intim dan personal dengan audiens. Dengan sering berinteraksi langsung melalui live chat dan membaca komentar audiens, ia berhasil menciptakan atmosfer yang lebih interaktif dan mengundang audiens untuk berpartisipasi dalam percakapan. Studi Lee et al.

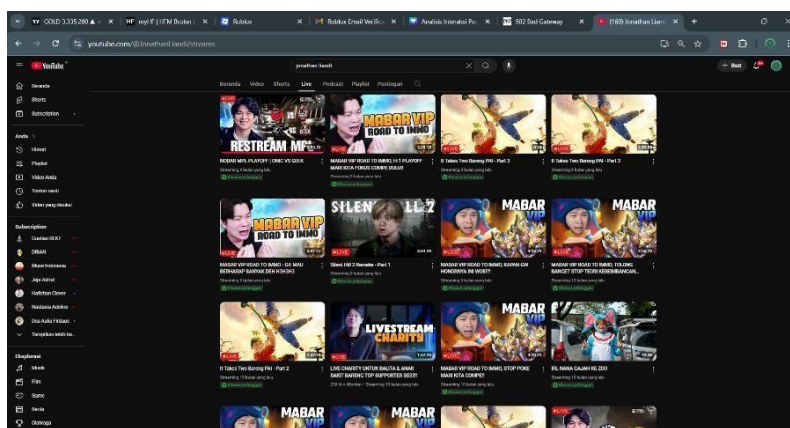
(2024) dan reaksi dari *creator*, berkorelasi positif dengan kekuatan hubungan parasosial serta keterlibatan audiens.

B. Detail Fitur di Youtube Jonathan Liandi

YouTube sebagai platform berbagi video tidak hanya menyajikan konten dalam bentuk satu arah, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial digital yang mendorong terjadinya interaksi antara kreator dan audiens secara aktif. Kehadiran berbagai fitur interaktif di dalam YouTube menjadikannya bukan hanya sebagai media konsumsi pasif, tetapi juga sebagai platform partisipatif yang memungkinkan terjadinya keterlibatan emosional, afektif, dan kognitif antara penonton dan kreator konten. Dalam konteks penelitian ini, fitur-fitur tersebut memainkan peranan penting dalam memfasilitasi terjadinya *interaksi parasosial*. Berikut adalah uraian fitur-fitur YouTube yang relevan dalam konteks pembentukan hubungan parasosial, khususnya pada kanal Jonathan Liandi:

1. Live Streaming

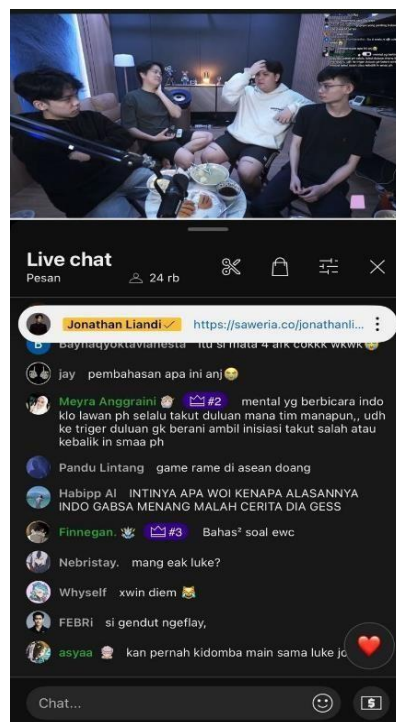
Live streaming merupakan fitur siaran langsung yang memungkinkan kreator berkomunikasi dengan audiens secara *real-time*. Fitur ini menjadi salah satu aspek penting dalam memperkuat hubungan parasosial karena menciptakan kesan kehadiran langsung dan spontanitas yang tinggi. Dalam sesi *live*, audiens merasa seperti sedang berada dalam satu ruang yang sama dengan kreator, sehingga meningkatkan intensitas kedekatan emosional. (Hutchins et al., 2019) menyebutkan bahwa partisipasi *real-time* dalam *live streaming* dapat menciptakan bentuk keterlibatan emosional yang lebih tinggi dibandingkan konten rekaman biasa.



Gambar 2. 11 Live Streaming Channel Jonathan Liandi
(sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

2. *Live Chat*

Live chat adalah fitur yang menyertai sesi *live streaming* dan memungkinkan penonton untuk mengirim komentar, pertanyaan, atau pesan secara langsung kepada kreator. Kreator dapat merespons chat tersebut secara verbal selama siaran berlangsung. Fitur ini menciptakan kesan dialog dan atensi *personal* yang mendorong tumbuhnya interaksi parasosial. Wolff & Shen (2024) menyebutkan bahwa keterlibatan dalam *live chat* berkorelasi positif dengan penguatan modal *social structural* dan kesejahteraan psikologis audiens.



Gambar 2. 12 *Live Chat Channel Jonathan Liandi melalui Empetalk*
(sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

3. **Komentar dan Balasan**

Fitur komentar pada setiap video YouTube memberikan ruang bagi audiens untuk menyampaikan opini, pertanyaan, atau dukungan mereka terhadap konten yang ditonton. Kreator dapat membalas komentar tersebut, menciptakan bentuk interaksi dua arah meskipun tetap dalam bingkai yang sepihak. Studi oleh Khan (2017) menunjukkan bahwa partisipasi aktif audiens dalam ruang komentar dapat memperkuat *engagement* dan menciptakan kesan bahwa mereka diperhatikan oleh kreator.



Gambar 2. 13 Interaksi Jonathan dengan penontonnya melalui fitur komentar (sumber : Tangkapan layar YouTube, 2020)

4. Super Chat dan Donasi

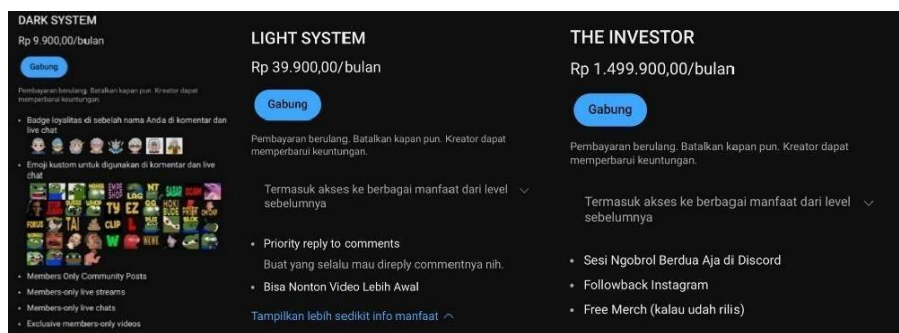
Super Chat adalah fitur monetisasi dalam *live streaming* yang memungkinkan penonton mengirim pesan berbayar agar lebih menonjol dan dibaca oleh kreator. Praktik ini tidak hanya memberikan dukungan finansial tetapi juga simbol pengakuan sosial. Studi (C.-P. Chen, 2021) menyatakan bahwa pemberian hadiah digital dan donasi menjadi bentuk simbolik dari kedekatan emosional antara penonton dan kreator.



Gambar 2. 14 Super chat atau Donasi dibaca Channel Youtube Jonathan (sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

5. Membership Channel

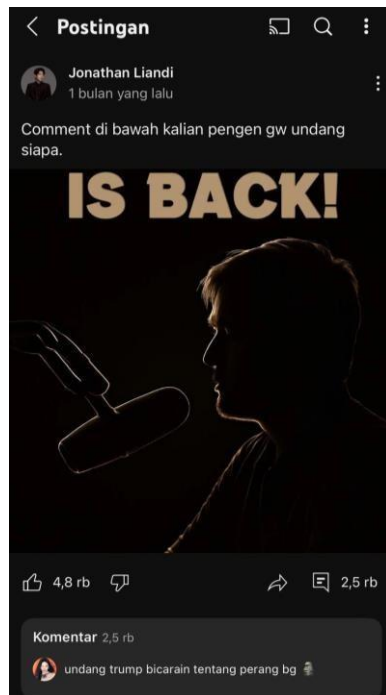
YouTube menawarkan fitur keanggotaan berbayar (*channel membership*), yang memberikan akses khusus kepada penonton seperti emoji eksklusif, *badge*, atau konten *premium*. Penonton yang tergabung dalam *membership* cenderung merasa menjadi bagian dari komunitas eksklusif, yang memperkuat loyalitas dan hubungan parasosial mereka. Studi oleh Jiao et al., (2024) menunjukkan bahwasanya fitur keanggotaan atau *membership* memperkuat keterlibatan emosional yang bersifat mendalam karena audiens merasa dihargai dan memiliki tempat khusus di *channel creator*



Gambar 2. 15 Tipe-tipe Membership Channel Youtube Jonathan Liandi
(sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

6. Community Tab dan Polling

Fitur *Community Tab* memungkinkan kreator memposting pesan, *polling*, gambar, dan *update* secara berkala. Fitur ini berfungsi layaknya media sosial dalam *platform* YouTube itu sendiri. *Polling* memungkinkan penonton terlibat dalam pengambilan keputusan konten atau opini publik, menciptakan ilusi keterlibatan yang nyata. Hal ini memperkuat persepsi bahwa audiens memiliki andil dalam konten yang dibuat oleh kreator, sebagaimana ditemukan oleh (Wohn et al., 2018).



Gambar 2. 16 Postingan Jonathan di channel youtube
(sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

C. Informan Penelitian

Data dan informasi penelitian ini juga diambil dari beberapa informan dengan kriteria yang sudah ditetapkan, yaitu laki-laki atau perempuan minimal berusia 17 tahun, penggemar dari Jonathan Liandi, dan pernah atau aktif melakukan aktivasi membership pada Channel Youtube Jonathan Liandi. Jumlah informan yang terpilih sebanyak 6 orang, berikut daftar kelima informan:

NO	NAMA	KETERANGAN	PEKERJAAN
1.	NAA	Laki-laki, 23 Tahun	Atlit Esport, Coach Academy Esport
2.	ZH	Laki-laki, 24 Tahun	Mahasiswa, Teknisi perusahaan
3.	EAGD	Laki-laki, 24 Tahun	Mahasiswa, tim dokumentasi dan tim verifikasi disuatu perusahaan
4.	DNA	Laki-laki, 24 Tahun	Mahasiswa

5.	ANS	Laki-laki, Tahun	21	Mahasiswa
6.	SMR	Laki-laki, Tahun	23	Mahasiswa

Tabel 2. 1 Tabel data informan penelitian

1. NAA

Seorang atlet Academy Magelang. Informan merupakan penggemar dari Jonathan Liandi ketika ia masih berada di tim Evos Esport. Informan mengetahui dan mengikuti Channel Youtube Jonathan Liandi pada tahun 2019 hingga sekarang ia juga pernah melakukan pembelian langganan membership selama 3 bulan.

2. ZH

Seorang mahasiswa di universitas Magelang yang bekerja sampingan sebagai teknisi di suatu Perusahaan. Informan merupakan sebuah fans dari tim REVO ESPORT, yang terdapat pemain idola didalamnya seperti Donkey, Eiduart dan salah satunya yaitu Jonathan Liandi. Informan telah mengenal Jonathan tepatnya pada tahun 2018 ketika Jonathan masih bernaung di tim Evos Esport. Informan tidak pernah melakukan pembelian membership, namun ia pernah memenangkan giveaway membership 2 kali yang berlangsung selama 2 bulan

3. EA

Seorang *freshgraduate* dari Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang sekarang tengah bekerja sebagai tim dokumentasi dan tim verifikasi diperusahaan berlokasi Bantul, Yogyakarta. Informan merupakan salah satu penonton Jonathan Liandi semenjak dirinya bergabung di Evos Esport. Informan sering melakukan donasi kepada Jonathan Liandi untuk melakukan sebuah interaksi entah bertanya, memberi kritik dan saran, bahkan untuk *charity*

4. DN

Seorang mahasiswa dari Universitas Tidar Magelang. Narasumber merupakan penggemar dari tim esport Rex Regum Qeon yang Dimana pada masa itu merupakan rival dari tim Evos Esport. Narasumber mulai mengikuti Jonathan Liandi ketika Evos Esport melakukan sebuah transfer

player yang mendatangkan Jonathan Liandi dari Bigetron Esport. Narasumber seringkali melakukan pesan donasi untuk memesan jasa mabar dari Jonathan Liandi.

5. AN

Seorang mahasiswa semester 5 dari Universitas Tidar Magelang. Narasumber merupakan *player* pindahan dari game Arena of Valor (AOV) yang beradaptasi ke Mobile Legends. Dalam beradaptasi, narasumber dibantu oleh channel Jonathan Liandi melalui *tutorial*, *tips* dan *trick* ketika bermain suatu *hero* tertentu. Karena itu, sekarang narasumber selalu mengikuti konten Jonathan Liandi terlebih konten Empaction

6. SM

Seorang mahasiswa dari Universitas Terbuka jurusan Sistem Informasi dan bekerja sampingan dirumah membantu ayahnya. Narasumber merupakan penggemar dari tim EVOS ESPORT Dimana Jonathan berada didalamnya. Seiringin dengan bermain Mobile Legends, narasumber juga mulai mengikuti channel Jonathan Liandi yang senantiasa aktif baik melakukan *live streaming* dan mengunggah sebuah konten yang berkaitan dengan Mobile Legends

BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan

1. Penampilan *Persona* pada channel Youtube Jonathan Liandi sebagai Strategi Mencapai *Illusion of Intimacy*

Dalam kajian interaksi parasosial, persona atau tokoh media dipandang sebagai faktor kunci yang memediasi hubungan antara kreator dan audiens. Horton & Wohl (1956) mengartikan persona sebagai figur publik yang menampilkan dirinya secara konsisten kepada audiens, sehingga memunculkan persepsi kedekatan meskipun tidak ada interaksi langsung yang sejati. Di media digital seperti YouTube, pembentukan persona dilakukan melalui gabungan aspek visual, verbal, perilaku, dan teknis yang membentuk pengalaman menyeluruh bagi audiens.

Jonathan Liandi, sebagai mantan atlet profesional *Mobile Legends* yang kini aktif sebagai kreator konten dan *streamer*, membentuk persona yang menggabungkan profesionalisme, kedekatan emosional, dan gaya komunikasi santai. Caughey (1984) menjelaskan bahwa persona yang sukses mempertahankan ciri khasnya akan lebih mudah membangun keterikatan emosional dengan audiens. Dalam konteks Jonathan, ciri khas tersebut tercermin pada gaya bercanda yang spontan, penggunaan bahasa gaul, dan interaksi langsung dengan penonton melalui *live chat*.

Leary & Allen, (2011) menekankan bahwa dalam interaksi sosial, respon audiens sering kali diarahkan pada citra yang dikonstruksi kreator, bukan pada “diri asli” individu tersebut. Hal ini sejalan dengan Goffman, (1959) yang menyebutkan bahwa individu mengelola impresi melalui *front stage performance*, di mana kreator secara sadar memilih perilaku, gaya komunikasi, dan topik untuk membentuk persepsi tertentu. Pada kasus Jonathan, yang tampil di layar adalah versi dirinya yang telah dikurasi untuk menonjolkan keramahan, humor, dan rasa kebersamaan dengan audiens.

Sejalan dengan konsep *illusion of intimacy* yang dikemukakan Horton & Wohl (1956), penampilan persona Jonathan Liandi di YouTube dapat dianalisis melalui empat *principal strategies* berikut:

a. Intensitas Informasi

Intensitas informasi merujuk pada tingkat keterbukaan kreator dalam berbagi pengalaman, opini, dan cerita personal kepada audiens. Jonathan sering membagikan kisah di luar konteks permainan, seperti pengalaman mengikuti turnamen internasional, interaksi dengan pemain profesional lain, atau cerita keseharian yang tidak berkaitan dengan gim. Rubin & McHugh (1987) menemukan bahwa keterbukaan informasi personal meningkatkan *social attractiveness* kreator dan memperkuat interaksi parasosial.

Salah satu strategi interaksi parasosial yang tampak jelas dalam live streaming Jonathan Liandi adalah bagaimana ia membagikan informasi kepada penonton secara intensif. Jonathan tidak hanya menampilkan permainan, tetapi juga sering menceritakan aktivitasnya di luar konten gaming. Informasi tersebut meliputi kesehariannya, pengalaman saat menghadiri turnamen, hingga rencana konten yang sedang ia persiapkan. Dengan cara ini, audiens merasa seakan-akan mereka mendapat “akses langsung” terhadap kehidupan personal kreator.

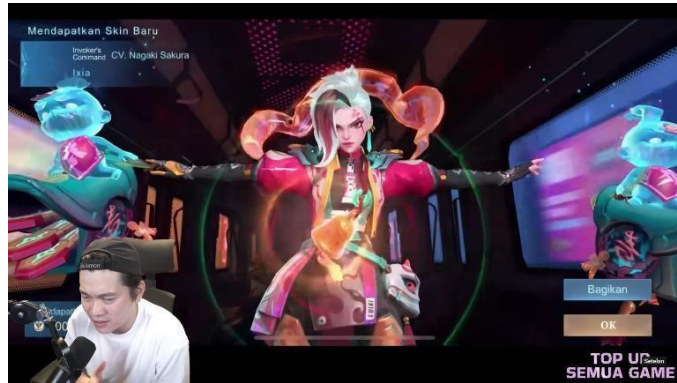


Gambar 3. 1 Jonathan membangun partisipasi dalam berinteraksi dengan penggemar
(sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

Hal ini serupa dengan temuan Baym (2020) bahwa keterbukaan yang terkontrol dapat membuat audiens merasa menjadi bagian dari lingkaran dekat kreator, walaupun informasi yang dibagikan telah melalui seleksi strategis. Gambar diatas merupakan salah satu strategi interaksi parasosial yang tampak jelas dalam live streaming Jonathan Liandi adalah bagaimana ia membagikan informasi kepada penonton secara intensif. Jonathan tidak hanya menampilkan permainan, tetapi juga sering menceritakan aktivitasnya di luar konten gaming. Informasi tersebut meliputi kesehariannya, pengalaman saat menghadiri turnamen, hingga rencana konten yang sedang ia persiapkan. Dengan cara ini, audiens merasa seakan-akan mereka mendapat “akses langsung” terhadap kehidupan personal creator.

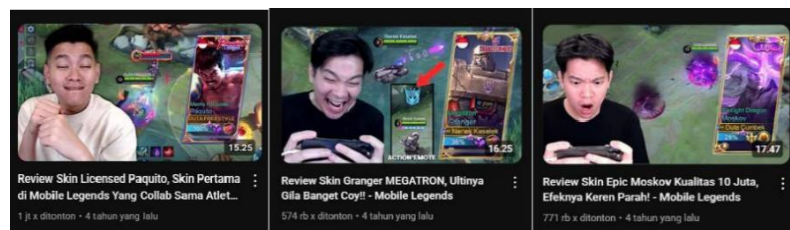
Kebiasaan Jonathan dalam menyampaikan informasi detail menciptakan kesan keakraban. Ia tidak menempatkan dirinya semata-mata sebagai figur publik, tetapi juga sebagai “teman ngobrol” yang terbuka pada audiens. Hal ini sejalan dengan konsep Horton dan Wohl (1956) yang menyatakan bahwa intensitas penyampaian informasi personal dapat memperkuat ilusi interaksi dua arah dan memperdalam ikatan emosional.

Ditinjau dari hasil wawancara dengan para informan, intensitas interaksi dan informasi yang diperoleh melalui konten Jonathan Liandi di YouTube menunjukkan pola keterlibatan yang cukup kuat. Informasi yang dibagikan Jonathan tidak hanya berupa ulasan teknis mengenai hero atau skin dalam Mobile Legends, tetapi juga konten yang bersifat personal seperti *Empetalk* atau live streaming.



*Gambar 3. 2 Cuplikan YouTube Jonathan Liandi dengan konten review hero dan skin
(sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)*

Hal ini menjadikan audiens merasa memperoleh informasi eksklusif yang tidak tersedia di platform lain serta menghadirkan kedekatan emosional yang memberikan kesan sedang berinteraksi langsung.

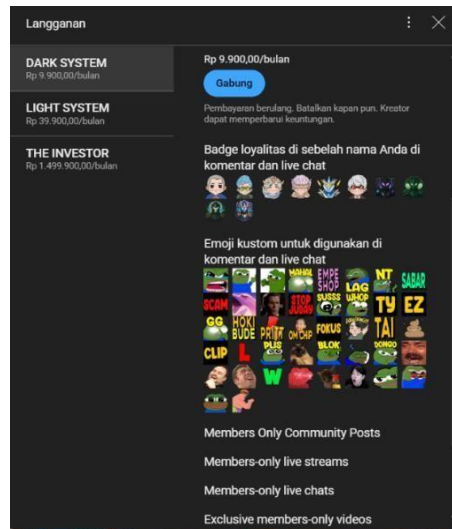


*Gambar 3. 3 Konten review hero dan skin sebagai pintu awal interaksi audiens
(sumber : Tangkapan layar YouTube, 2021)*

NA misalnya, mengaku mengenal Jonathan pertama kali melalui konten YouTube berupa review hero dan skin. Dari sana ia kemudian rutin mengikuti berbagai video Jonathan, terutama program *Empetalk* yang dianggap menarik karena menghadirkan sisi lain dari para profesional player maupun tokoh esports.

“Awalnya saya tahu Jonathan Liandi itu dari konten-konten YouTube dia, khususnya review hero dan skin. Dari situ saya mulai sering nonton channelnya. Konten yang saya sukai yaitu konten Empetalk, soalnya bisa dengerin Jonathan mengobrol dengan bintang tamunya yang biasanya profesional player atau tokoh esports lain. Dari situ juga saya jadi tau sisi lain dari mereka yang ga cuma soal game, dan jadi tahu sudut pandang dari mereka. Saya juga mengikuti livestreaming dia, sering komen juga di live chat walaupun ga semuanya kebaca, tapi kalo ada momen terbaca olehnya itu nyenengin banget” (NA, 2025).

NA juga pernah mengikuti live streaming Jonathan dan merasa senang ketika komentarnya dibacakan, meskipun tidak selalu terbaca. Bahkan, ia menekankan keikutsertaannya dalam membership yang memberikan badge dan emoji khusus sehingga menghadirkan rasa lebih eksklusif dibanding penonton biasa.



Gambar 3. 4 Tampilan badge dan emoji khusus membership Jonathan
(Sumber : Tangkapan layar fitur membership Youtube 2025)

Sementara itu, ZH menuturkan bahwa dirinya mengenal Jonathan melalui konten gameplay Mobile Legends. Baginya, video yang disajikan bukan hanya hiburan tetapi juga sarana belajar mengenai strategi permainan. Konten *Empetalk* pun menjadi favoritnya karena menyajikan kisah personal dari para bintang tamu esports.

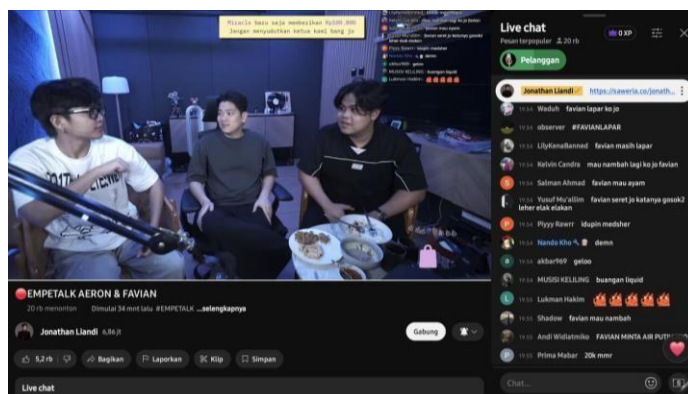
“Awalnya saya kenal Jonathan dari YouTube, dia sering bahas hero sama gameplay gitu. Dari situ aku jadi suka nontonin videonya. Kalau konten Podcast Empetalk itu menarik buat saya, karena bisa dengar cerita langsung dari profesional player. Jadi nggak cuma tentang game doang, tapi lebih personal juga. saya pernah ikut live chat, walau nggak semua dibaca olehnya, tapi rasanya udah seneng banget kalau bisa ikutan. Kalau dia lama nggak upload tuh kayak ada yang kurang, soalnya udah kebiasaan nontonin dia” (ZH, 2025)

ZH juga pernah ikut berpartisipasi dalam live chat saat Jonathan melakukan siaran langsung. Walau komentarnya tidak selalu dibaca, ia tetap merasa terlibat dan dekat dengan kreator. Ia menambahkan bahwa ketika Jonathan jarang mengunggah video, ia merasakan ada yang kurang dari rutinitas menontonnya.

Pengalaman serupa juga disampaikan EA. Ia mengenal Jonathan dari rekomendasi beranda YouTube dan mulai rutin menonton karena kontennya dianggap menarik serta bermanfaat. Program *Empetalk* menjadi favoritnya karena memberikan kesempatan untuk mengetahui sisi lain *profesional player* yang jarang diekspos.

”Aku tahu Jonathan dari YouTube, awalnya karena sering muncul di beranda. Lama-lama jadi sering nonton karena videonya seru juga. Kalau konten favorit sih Empetalk, soalnya bisa lihat Jonathan ngobrol sama profesional player. Jadi bisa tahu sisi lain kehidupan mereka, bukan cuma gameplay. Aku pernah ikut live streaming, coba ngetik di chat, walau nggak selalu dibaca, tapi rasanya senang aja bisa ikut. Kalau dia nggak upload atau nggak live, rasanya kosong aja. Jadi kayak ada yang kurang gitu” (EA, 2025)

EA juga pernah mengikuti live streaming Jonathan, menuliskan komentar di kolom chat, meskipun tidak semua dibalas. Walaupun demikian, pengalaman itu sudah cukup membuatnya merasa lebih dekat dengan sang kreator. Menurutny, ketika Jonathan tidak mengunggah konten atau melakukan *livestreaming*, ia merasakan kekosongan.



Gambar 3. 5 Tampilan program konten *Empetalk* Jonathan Liandi (sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

Hal senada disampaikan DN, yang awalnya mengenal Jonathan dari konten YouTube dan kemudian tertarik mengikuti channel tersebut

karena konsistensinya dalam berbagi informasi seputar Mobile Legends. DN mengaku kerap menonton konten *Empetalk* karena menghadirkan cerita dari para *profesional player* yang jarang dibagikan di media lain

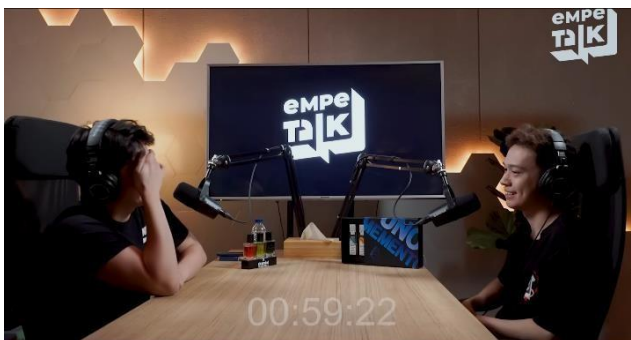
” Aku tahu Jonathan pertama kali dari YouTube, dia sering muncul di beranda. Dari situ jadi nontonin terus, apalagi kalau ada Empetalk..” (DN, 2025)

Menurut DN, ketika Jonathan tidak aktif mengunggah video, ia merasa kehilangan rutinitas menonton yang biasa dilakukannya. Hal ini menunjukkan adanya intensitas keterikatan yang cukup kuat.

AN juga menyampaikan pengalaman serupa. Ia menekankan bahwa program *Empetalk* memberinya informasi berbeda mengenai dunia esports, khususnya pengalaman personal para pemain profesional.

“Kalau nonton Empetalk itu berasa beda, kayak lebih kenal sama orangnya, nggak cuma liat mereka main.” (AN, 2025)

Bagi AN, kehadiran konten Jonathan di YouTube bukan sekadar hiburan, tetapi juga sarana memperoleh informasi eksklusif mengenai dunia *esports* dari perspektif pemain.



*Gambar 3. 6 Cuplikan narasumber professional player dari Onic Esport dalam Empetalk
(sumber : Tangkapan layar YouTube, 2024)*

Sementara itu, SM menuturkan bahwa ia kerap mengikuti live streaming Jonathan. Menurutnya, sesi ini menghadirkan pengalaman yang berbeda karena memungkinkan adanya interaksi secara langsung dengan kreator. Walaupun tidak semua komentar mendapat balasan, momen ketika Jonathan merespons membuatnya merasa diperhatikan.

“Aku pernah ikut live, tulis komen, terus dibaca sama

Jonathan. Seneng banget sih, rasanya kayak dia beneran nyapa”
(SM, 2025)

Ditinjau secara keseluruhan, pengalaman yang disampaikan oleh keenam informan (NA, ZH, EA, DN, AN, dan SM) memperlihatkan adanya pola yang relatif serupa. Mayoritas informan mengenal Jonathan Liandi melalui konten YouTube yang membahas Mobile Legends, baik berupa review hero maupun gameplay. Selanjutnya, hampir semua informan menekankan ketertarikan pada program *Empetalk* karena menghadirkan sisi *personal profesional player* yang jarang ditampilkan di media lain.

Selain itu, keterlibatan dalam live streaming juga menjadi aspek penting dalam membangun kedekatan. Walaupun interaksi yang terjadi bersifat sepihak, para informan merasa senang ketika komentar mereka dibaca atau sekadar bisa ikut berpartisipasi di kolom live chat. Beberapa informan bahkan menyatakan adanya perasaan kehilangan ketika Jonathan tidak mengunggah konten dalam jangka waktu tertentu, menunjukkan bahwa rutinitas menonton sudah menjadi bagian dari keseharian mereka.

Kesamaan pengalaman yang diungkapkan para informan ini menunjukkan konsistensi intensitas interaksi dan informasi yang terbangun antara audiens dengan Jonathan Liandi. Hal ini sejalan dengan konsep hubungan parasosial, di mana keterulangan pola konsumsi konten, interaksi terbatas di media, dan eksklusivitas informasi menciptakan rasa akrab dan kedekatan emosional meskipun interaksi yang terjadi tidak berlangsung secara langsung.

b. Pengaruh Emosional

Pengaruh emosional terbentuk melalui ekspresi yang mampu memicu resonansi afektif pada audiens. Jonathan menunjukkan respons emosional yang kuat dalam berbagai situasi, seperti ekspresi kegembiraan saat memenangkan pertandingan atau raut kecewa ketika kalah. Ekspresi ini diperkuat dengan *facecam* yang menyorot jelas mimik wajahnya, sehingga memicu *affective resonance* sebagaimana dijelaskan oleh Rubin, Perse, & Powell (1985).

Dalam beberapa sesi *streaming*, Jonathan mengucapkan terima kasih kepada penonton yang memberikan dukungan melalui *superchat* atau *membership*. Bahkan, ia kadang menunda permainan sejenak untuk membaca pesan dukungan dan memberikan respons personal, seperti “Makasih banyak, semoga rezeki kamu lancar terus ya.” Momen seperti ini menciptakan kesan interaksi timbal balik yang emosional. Tukachinsky et al. (2020) mencatat bahwa *emotional reciprocity*, walaupun semu, dapat memperkuat keterikatan psikologis audiens dan memperpanjang durasi keterlibatan mereka.



Gambar 3. 7 Jonathan berekspresi terhadap pesan donasi ketika *Livestreaming*
(sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

Observasi juga menunjukkan bahwa Jonathan tidak ragu mengekspresikan empati, misalnya saat ada penonton yang berbagi pengalaman pribadi di *chat*. Ia merespons dengan kata-kata dukungan dan nada suara yang menenangkan. Respons ini meniru interaksi dalam dunia nyata, sehingga memperkuat *illusion of intimacy*. Selain dari segi informasi, Jonathan mampu menciptakan suasana emosional yang membuat audiens merasa terikat. Gestur ramah, ekspresi wajah, serta gaya penyampaian yang penuh energi mampu membangun kedekatan emosional yang mendalam. Hasil wawancara dengan keenam informan menggambarkan hal ini secara beragam

NA misalnya, mengungkapkan bahwa dirinya merasa senang ketika komentar yang dituliskannya dibacakan oleh Jonathan saat live streaming. Momen sederhana tersebut membuatnya merasa diperhatikan dan semakin dekat dengan kreator.

“Saya pernah ikut live streaming dia, sempet komen juga di live chat. Walaupun nggak semua kebaca, tapi pas ada yang dibacain itu senang banget.” (NA,2025)

Hal yang sama disampaikan ZH, yang mengaku merasakan kekosongan ketika Jonathan tidak mengunggah konten. Bagi ZH, rutinitas menonton video Jonathan sudah menjadi bagian dari keseharian, sehingga ketidakhadiran konten menimbulkan rasa kehilangan.

“Kalau lama nggak upload tuh kayak ada yang kurang, soalnya udah kebiasaan nontonin dia..”(ZH, 2025).

EA juga menuturkan pengalaman serupa. Ia mengaku merasa “kosong” ketika Jonathan tidak melakukan live atau upload video. Perasaan ini menunjukkan adanya ketergantungan emosional terhadap keberadaan Jonathan di YouTube.

“Kalau dia nggak upload atau nggak live, rasanya kosong aja. Kayak ada yang hilang” (EA, 2025).

Senada dengan itu, DN menyampaikan bahwa ia merasa sepi ketika Jonathan tidak mengunggah video baru. Padahal, awalnya ia hanya menonton karena video Jonathan muncul di beranda, tetapi kemudian menjadi terbiasa dan menjadikannya bagian dari rutinitas.

”Aku tahu Jonathan pertama kali dari YouTube, dia sering muncul di beranda. Dari situ jadi nontonin terus, apalagi kalau ada Empetalk. Kalau lagi nggak upload, rasanya jadi sepi aja” (DN, 2025)

AN lebih menekankan kedekatan personal yang ia rasakan melalui konten *Empetalk*. Menurutny, konten ini menghadirkan sisi lain seorang *profesional player* sehingga ia merasa lebih mengenal tokoh yang diwawancarai..

“Kalau nonton Empetalk itu berasa beda, kayak lebih kenal sama orangnya, nggak cuma liat mereka main.” (AN, 2025)

SM bahkan menekankan rasa bahagianya ketika komentarnya dibacakan Jonathan dalam sebuah live streaming. Menurutny, interaksi singkat itu sudah cukup membuatnya merasa dekat dengan sang kreator, meskipun ia sadar hubungan tersebut hanya terjadi melalui media

”Saya pernah ikut live, tulis komen, terus dibaca sama Jonathan. Seneng banget sih, rasanya kayak dia beneran nyapa.” (SM, 2025)



Gambar 3. 8 Ekspresi Jonathan menanggapi pesan donasi (sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

Ditinjau dari keseluruhan informan, terlihat adanya pola emosional yang relatif serupa. Audiens tidak hanya menonton untuk mencari hiburan atau informasi, tetapi juga merasakan kedekatan personal dengan Jonathan. Rasa senang, kehilangan, bahkan kepuasan emosional ketika memperoleh respons sederhana menunjukkan bahwa intensitas interaksi di media digital dapat membentuk ikatan emosional yang nyata. Hal ini memperkuat konsep hubungan parasosial sebagaimana dijelaskan Horton dan Wohl (1956), di mana keterlibatan media menimbulkan pengalaman emosional yang memberikan Kesan nyata, meskipun berlangsung sepihak.

c. Personalisasi

Personalisasi adalah strategi yang membuat audiens merasa diperlakukan secara khusus, meskipun interaksi dilakukan pada skala besar. Jonathan memanggil penonton dengan sapaan akrab seperti “Guys” atau menyebut langsung *nickname* dari *live chat*. Ketika ada penonton lama yang kembali, ia kerap berkomentar, “Wah, lama nggak nongol, kangen nih.” Labrecque (2014) menyatakan bahwa personalisasi memperkuat persepsi hubungan personal dan meningkatkan loyalitas audiens.

Dalam beberapa kasus, Jonathan menyesuaikan topik pembicaraan dengan minat penontonnya. Misalnya, saat banyak penonton membicarakan pembaruan *patch* gim tertentu, ia menghentikan permainan untuk berdiskusi bersama audiens. Hal ini sejalan dengan temuan Baym (2018) bahwa fleksibilitas konten

berdasarkan umpan balik langsung menciptakan rasa kepemilikan (*sense of ownership*) pada audiens terhadap komunitas kreator.

Personalisasi juga dilakukan melalui pengakuan kontribusi penonton, seperti menyebut nama pendukung *superchat* di layar dan memberikan ucapan terima kasih langsung. Marwick & boyd, (2011) menekankan bahwa pengakuan publik seperti ini dapat meningkatkan rasa keterhubungan dan memvalidasi peran audiens sebagai bagian dari komunitas kreator.

Upaya personalisasi yang dilakukan Jonathan Liandi melalui interaksi langsung dengan audiens menjadi salah satu aspek penting yang memperkuat hubungan parasosial. Personalisasi ini tercermin dari bagaimana Jonathan menyebut nama penonton, merespons pertanyaan spesifik, menyesuaikan obrolan dengan minat audiens, hingga memberi kesempatan mereka untuk berpartisipasi melalui fitur *polling*. Hal tersebut membuat audiens merasa terlibat langsung dan dianggap sebagai individu, bukan sekadar penonton anonim di layar.

NA misalnya, menilai bahwa Jonathan tampak humble dan senang berbagi pengalaman. Hal ini membuatnya merasa lebih dekat meskipun interaksi yang terjadi sebenarnya hanya melalui media.

“Kalau di YouTube, Jonathan itu kelihatan humble dan suka sharing pengalaman. Jadi ngerasa kayak temen aja walau sebenarnya dia kan public figure.” (NA, 2025)

ZH juga menyampaikan hal serupa. Menurutnya, cara Jonathan membawakan konten tidak menggurui dan justru membuatnya merasa seperti diajak ngobrol secara personal.

“Dia nggak kayak ngajarin, tapi lebih ke sharing. Jadi kayak ngobrol aja gitu, nggak terasa kayak nonton orang jauh.” (ZH, 2025)

EA menambahkan bahwa gaya komunikasi Jonathan yang santai dan penuh humor membuat penonton merasa nyaman. Bagi EA, hal ini menimbulkan kesan bahwa Jonathan bukan sekadar konten kreator, tetapi juga sosok yang bisa dianggap dekat.

“Dia sering bercanda juga, jadi nontonnya nggak bosan. Rasanya kayak ngobrol sama temen aja.” (EA, 2025)

DN mengaku bahwa personalisasi Jonathan membuat kontennya lebih mudah diterima. Dengan cara bercerita dan menyelipkan pengalaman pribadi, Jonathan tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga menghadirkan nilai emosional yang membuat penonton merasa lebih terhubung.

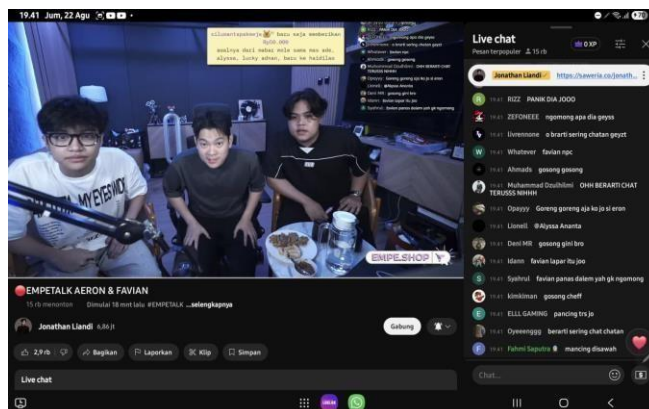
“Kadang dia suka cerita juga, nggak cuma soal game. Jadi rasanya kayak kita ikut denger cerita kehidupannya.”
(DN, 2025)

AN lebih menyoroti konten *Empetalk*, di mana Jonathan membangun suasana akrab bersama bintang tamu. Bagi AN, cara Jonathan memosisikan diri sebagai teman ngobrol, bukan pewawancara formal, membuat program ini terasa lebih personal dan menyenangkan untuk ditonton.

“Kalau nonton Empetalk, kerasa kayak nongkrong aja. Jadi lebih enak, kayak mereka temenan lama gitu.” (AN, 2025)

SM pun menyatakan bahwa gaya Jonathan yang interaktif, baik saat membacakan komentar maupun saat bercanda dengan penontonnya, membuat pengalaman menonton terasa lebih dekat dan personal.

“Pas live, dia suka becandain komen yang masuk. Jadi kerasa deket aja, kayak dia ngobrol sama kita langsung.” (SM, 2025)



Gambar 3. 9 Interaksi Jonathan Liandi dengan audiens dalam konten *Empetalk*
(sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

Secara umum, keenam informan sepakat bahwa personalisasi yang dilakukan Jonathan membuat mereka merasa diperhatikan dan

dilibatkan secara langsung. Strategi seperti menyebut nama audiens, menjawab pertanyaan, menyesuaikan obrolan, hingga membuat polling dalam live streaming menggeser posisi audiens dari sekadar penonton pasif menjadi bagian dari interaksi aktif. Dengan demikian, personalisasi bukan hanya teknik komunikasi, melainkan juga strategi membangun *sense of belonging* serta loyalitas jangka panjang dalam komunitasnya.

Praktik personalisasi seperti penyebutan nama, polling, atau pembacaan komentar memperlihatkan bagaimana audiens merasakan kedekatan dengan Jonathan. Hal ini sejalan dengan konsep hubungan parasosial yang dijelaskan Horton dan Wohl (1956), yaitu ketika interaksi yang sifatnya massal justru dipersepsikan audiens sebagai pengalaman yang “unik” dan personal. Fenomena serupa juga ditemukan oleh Baym (2015) dalam studi komunitas digital, yang menekankan pentingnya *personal touch* dalam mempertahankan ikatan penggemar. Dengan demikian, strategi personalisasi dapat dipahami sebagai elemen penting yang memperkuat keterlibatan audiens dalam konstruksi hubungan parasosial di media digital.

d. Technical Device

Perangkat teknis (*technical devices*) memainkan peran penting dalam menciptakan *illusion of intimacy*. Jonathan memanfaatkan *facecam*, *live chat overlay*, efek transisi kamera, dan tampilan *alert* saat ada dukungan penonton. Horton & Wohl (1956) mencatat bahwa perangkat teknis yang meniru komunikasi tatap muka dapat memperkuat interaksi parasosial dengan menghadirkan keintiman secara visual dan auditif.

Selain itu, Jonathan menggunakan tata letak *streaming* yang memadukan layar permainan, wajahnya, dan kolom *chat* dalam satu frame. Tata letak ini membuat penonton dapat melihat reaksi Jonathan secara langsung sambil tetap mengikuti jalannya permainan. Stever & Lawson (2013) menemukan bahwa kehadiran visual kreator memperkuat keterlibatan audiens karena memberikan sinyal nonverbal yang memperkaya interaksi.

Penggunaan perangkat teknis di YouTube juga mendukung fitur monetisasi seperti *superchat* dan *membership badge*, yang memberikan simbol khusus di samping nama pengguna. Simbol ini berfungsi sebagai penanda status dalam komunitas dan mendorong interaksi lebih intens antara kreator dan audiens (Törhönen et al., 2019).

Secara keseluruhan, kombinasi empat strategi ini membentuk citra Jonathan Liandi sebagai kreator yang hangat, autentik, dan dekat dengan penontonnya. Meski hubungan ini sepihak, strategi komunikasi dan teknis yang digunakan membuat audiens merasa terlibat secara personal. Seperti yang diingatkan Horton & Wohl (1956), *illusion of intimacy* memungkinkan penonton merasa mengenal kreator secara mendalam, padahal interaksi yang terjadi sepenuhnya dikontrol oleh kreator.

Faktor teknis juga berperan besar dalam memperkuat interaksi parasosial Jonathan Liandi dengan audiens. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, beberapa perangkat teknis yang menonjol antara lain kamera, live chat, efek suara, serta fitur donasi.

NA misalnya menyoroti fitur membership yang membuatnya merasa lebih eksklusif sebagai penonton. Dengan adanya *badge* dan emoji khusus, ia merasa ada pembeda antara dirinya dengan audiens lain.

“Membership juga bikin kontennya terasa lebih eksklusif. Kayak dapet badge sama emoji khusus, rasanya beda aja kalau udah join.” (NA, 2025)

ZH menekankan pentingnya fitur live chat. Menurutnya, kehadiran live chat memungkinkan audiens berpartisipasi secara langsung dalam interaksi meskipun peluang untuk dibacakan komentarnya terbatas.

”Kalau live chat itu bikin rame, jadi kayak ngobrol bareng. Walaupun nggak semua kebaca, tapi tetep seru ikut komen.” (ZH, 2025)

EA juga menyoroti peran live streaming dan notifikasi. Baginya, fitur notifikasi membantu memastikan ia tidak ketinggalan konten terbaru, sedangkan live streaming menghadirkan suasana yang lebih

interaktif dibanding menonton video biasa.

“Saya aktifin lonceng biar nggak ketinggalan. Terus kalau live lebih asik sih, soalnya bisa langsung komen.” (EA, 2025)

DN mengungkapkan bahwa kolom komentar menjadi ruang lain untuk mengekspresikan diri. Meski Jonathan tidak selalu membalas, komentar yang ditinggalkan tetap menjadi sarana untuk merasa terhubung dengan kreator dan komunitas penonton lain.

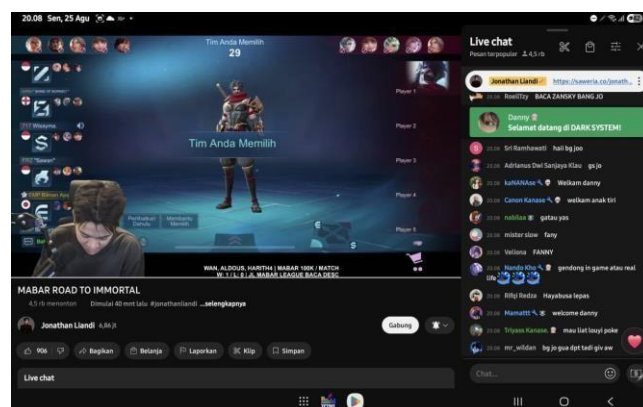
“Kadang sayang komen juga di video, walau nggak dibales tapi rasanya kayak tetap nyambung. Bisa lihat juga komen orang lain.”(DN, 2025)

AN lebih menekankan pada fitur live streaming yang menurutnya menciptakan nuansa real time. Ia merasa fitur ini membuat interaksi lebih hidup dibanding platform lain yang hanya menampilkan konten statis.

“Kalau live itu beda banget, kerasa lebih dekat aja soalnya interaksinya langsung, kayak real time gitu..”(AN, 2025)

SM menambahkan bahwa emoji dan sticker khusus di live chat memberi warna tersendiri dalam interaksi. Menurutnya, fitur teknis semacam ini memperkaya suasana percakapan dan menambah rasa kebersamaan dengan audiens lain.

“Pas live banyak yang pake emoji atau sticker khusus. Jadi suasananya lebih rame, kayak lagi nongkrong bareng.”(SM, 2025)



Gambar 3. 10 Tampilan fitur live chat dan badge membership penonton di channel Jonathan Liandi

Ditinjau dari pengalaman para informan, terlihat bahwa perangkat teknis YouTube memainkan peran penting dalam membentuk kedekatan parasosial. Fitur-fitur seperti notifikasi, live chat, komentar, dan membership bukan hanya sarana teknis, tetapi juga menciptakan pengalaman emosional yang menambah keterlibatan audiens. Horton dan Wohl (1956) menyebut *technical device* sebagai medium yang menjembatani audiens dengan figur publik, membuat interaksi terasa nyata meskipun sebenarnya bersifat mediasi. Senada dengan itu, Baym (2015) menegaskan bahwa keberadaan fitur interaktif dalam komunitas digital memperkuat rasa kebersamaan sekaligus membangun ikatan jangka panjang antara kreator dan penggemarnya.

2. Konstruksi Penonton terhadap Persona Jonathan Liandi

Persona adalah tokoh atau figur yang tampil di media, dalam hal ini Jonathan Liandi, yang menghadirkan konten video dan live streaming. Persona semacam ini memberikan peluang untuk membangun hubungan yang berkelanjutan dengan audiens, melalui pembagian kegiatan, cerita pribadi, gestur, dan interaksi di platform. Sehingga audiens dapat merasa berkesan mengenal Jonathan secara pribadi, merasa memiliki ikatan pertemanan, merasakan kesenangan saat konten muncul, dan mengalami rasa kehilangan ketika persona tidak hadir di media (Horton & Wohl, 1956).

Upaya persona untuk membangun ilusi kedekatan, seperti telah dijelaskan di sub bab sebelumnya (*personalization*, intensitas informasi, pengaruh emosional dan *technical device*), berpengaruh pada bagaimana audiens mengkonstruksi persona. Horton dan Wohl (1956) menjelaskan bahwa audiens mengenal persona melalui observasi dan interpretasi terhadap penampilan, gestur, suara, percakapan, dan perilaku dalam berbagai situasi, sama seperti mereka mengenal teman di kehidupan nyata.

Dalam konteks ini, peneliti menyoroti perspektif audiens Jonathan Liandi. Hall (1972) menyatakan bahwa pemaknaan pesan oleh audiens tidak otomatis sama dengan maksud pengirim (*encoding*), melainkan dibentuk secara aktif oleh audiens (*decoding*), yang dipengaruhi latar belakang

individu, sosial, budaya, dan pengalaman pribadi. Pesan yang sama dapat dimaknai berbeda oleh setiap penonton.

Berdasarkan wawancara mendalam dengan enam informan yang merupakan penonton setia Jonathan Liandi, konstruksi audiens terhadap persona Jonathan dianalisis dari posisi pemaknaan dan struktur pemaknaannya. Hasil wawancara menunjukkan beberapa posisi pemaknaan

Posisi Pemaknaan	Nama Responden
Dominant-Hegemonic Position Dalam kategori ini, audiens menerima persona Jonathan sebagaimana ia tampilkan: ramah, dekat, dan autentik. Penonton merasa interaksi Jonathan di live streaming sungguh tulus dan membuat mereka seakan menjadi bagian dari lingkaran sosialnya.	1. NA (23) 2. ZH (24) 3. DN (23)
Negotiated Position Pada posisi ini, audiens umumnya menerima citra positif Jonathan, namun menegosiasikannya dengan pandangan pribadi. Mereka tetap menilai Jonathan sebagai sosok yang menyenangkan, meskipun terdapat hal-hal yang kurang sesuai dengan preferensi mereka	1. EA (24) 2. ZH (24) 3. DN (23) 4. SM (23)
Oppositional Position Kategori ini muncul ketika audiens menolak konstruksi persona Jonathan dan menganggapnya tidak otentik. Mereka menilai kedekatan yang ditampilkan hanyalah strategi branding untuk mempertahankan loyalitas penonton.	1. AN (21)

Tabel 3. 1 Posisi pemaknaan informan

Menurut Stuart Hall (1980), *dominant-hegemonic decoding* terjadi ketika audiens menerima sepenuhnya makna yang dikodekan oleh komunikator sesuai dengan kerangka ideologi dominan yang ingin disampaikan. Dalam konteks penelitian ini, audiens menafsirkan pesan Jonathan Liandi sebagaimana yang ia maksudkan, tanpa melakukan negosiasi atau penolakan.

Penonton menunjukkan beragam bentuk decoding terhadap persona Jonathan Liandi sebagaimana dijelaskan Stuart Hall (1973). Beberapa narasumber menerima penuh citra Jonathan sebagai figur yang ramah dan dekat dengan audiens. Respon semacam ini dapat dikategorikan sebagai *dominant-hegemonic decoding*, karena mereka tidak meragukan keaslian persona Jonathan. Misalnya, salah satu narasumber mengatakan:s.

“Kalau di YouTube, Jonathan itu kelihatan humble, ramah, nggak jaim dan suka sharing pengalaman. Jadi ngerasa kayak ngobrol sama temen aja walau sebenarnya dia kan public figure.” (NA, 2025)

ZH juga memperlihatkan kecenderungan serupa. Ia mengaku menikmati cara Jonathan membagikan pengalaman bermain game, sekaligus menilai bahwa Jonathan berhasil menghadirkan konten yang informatif dan menyenangkan.

“Dia nggak kayak ngajarin, tapi lebih ke sharing. Jadi kayak ngobrol aja gitu, nggak terasa kayak nonton orang jauh.” (ZH, 2025)

Penerimaan penuh terhadap pesan Jonathan juga ditunjukkan oleh DN. Menurutnya, *Empetalk* memberikan perspektif baru tentang kehidupan pro player yang selama ini tidak banyak diketahui, dan ia menerima itu sebagai informasi yang berharga.

“Aku tahu Jonathan pertama kali dari YouTube, dia sering muncul di beranda. Dari situ jadi nontonin terus, apalagi kalau ada Empetalk.” (DN, 2025)

Dari kutipan tersebut dapat dilihat bahwa audiens menafsirkan representasi Jonathan Liandi sesuai dengan posisi yang diinginkan sang kreator. Ia berhasil membangun citra sebagai sosok yang rendah hati, terbuka, dan dekat dengan penontonnya. Dengan demikian, Hal ini menunjukkan bentuk *dominant-hegemonic decoding* (Hall, 1973).

Sebaliknya, ada pula audiens yang menafsirkan secara berbeda. Mereka tetap menikmati konten Jonathan, tetapi menyadari bahwa sebagian interaksi adalah bagian dari strategi pencitraan. Respon ini sesuai dengan *negotiated decoding*, di mana audiens berkompromi antara kenikmatan menonton dan kesadaran akan konstruksi persona

Berbeda dengan penerimaan penuh, terdapat informan yang memposisikan diri secara *Negotiated Position*. Mereka tetap mengakui dan menikmati persona Jonathan, namun menyesuaikan makna yang diterima dengan kebutuhan atau kondisi pribadi. Menurut Hall (1980), *negotiated decoding* terjadi ketika audiens menerima pesan yang disampaikan komunikator, tetapi menafsirkannya dengan cara mereka sendiri. Dengan kata lain, audiens setuju dengan sebagian besar pesan, namun tetap menyesuaikan maknanya sesuai dengan pengalaman atau konteks pribadi. Pada posisi *negotiated*, audiens menempatkan diri pada wilayah kompromi, di mana mereka tetap menikmati konten Jonathan Liandi, namun sekaligus mengajukan kritik atau perbedaan pandangan terhadap hal-hal tertentu. Mereka tidak serta-merta menerima semua yang disampaikan Jonathan, tetapi memilih menyaring dan menyesuaikan dengan perspektif pribadi.

EA misalnya, mengaku menikmati gaya Jonathan Liandi yang santai dan penuh humor, tetapi sekaligus sadar bahwa interaksi yang terjalin tetap sebatas media. Ia menerima citra Jonathan sebagai sosok yang dekat, namun dengan pemahaman bahwa kedekatan tersebut tidak sepenuhnya nyata.

“*Dia sering bercanda juga, jadi nontonnya nggak bosen. Rasanya kayak ngobrol sama temen aja... tapi ya sadar juga kalo sebenarnya kan cuma di YouTube.*” (EA, 2025)

Narasumber SM tetap menikmati konten Jonathan karena terhibur, tetapi juga menyaring bagian-bagian tertentu yang menurutnya kurang sesuai dengan preferensi pribadi.

“Kalau lagi live suka sih, soalnya rame dan seru. Cuma kalau udah bahas yang jauh dari game kadang jadi males, ya tinggal skip aja. Tapi tetep ditonton lagi kalau udah balik ke gameplay.” (SM, 2025)

Namun dalam konteks lain, ZH menyadari adanya keterbatasan interaksi dalam live streaming

“Kalau live chat rame banget, jadi kayak numpuk. Ya nggak semua bisa dibales, jadi kadang kerasa jauh juga.” (ZH, 2025)

Begitu pula DN yang menilai *Empetalk* memberi informasi, namun tetap ada batasan.

“Kalau nonton Empetalk ya dapet informasi, tapi tetep aja nggak semua bisa diceritain. Jadi ya ada batasannya juga.” (DN, 2025)

Dengan demikian, Respon ini mencerminkan *negotiated decoding* terlihat pada audiens yang menerima representasi Jonathan sebagai sosok yang akrab dan terbuka, tetapi sekaligus menegosiasikan makna dengan menyadari adanya batasan antara kedekatan media dan kedekatan nyata.

Berbeda dengan dua kategori sebelumnya, *oppositional decoding* menurut Hall (1980) terjadi ketika audiens menolak atau tidak sepenuhnya menerima makna yang dikodekan komunikator. Alih-alih menyetujui, audiens menafsirkan pesan tersebut secara berlawanan atau mengkritisi keterbatasan komunikasi yang ada.

Narasumber AN menolak ilusi kedekatan yang dibangun Jonathan, dengan menekankan bahwa hubungan yang terjadi hanyalah konstruksi media.

“Ya gimana ya, dia kan cuma streamer. Nggak mungkin juga deket beneran sama kita. Aku nonton ya karena kontennya aja, bukan karena ngerasa akrab atau gimana..” (AN, 2025)

Kasus ini memperlihatkan bahwa tidak semua audiens menerima citra kedekatan yang dibangun Jonathan. Sebaliknya, mereka justru menafsirkan

adanya jarak yang menegaskan keterbatasan interaksi media. Pernyataan ini bisa dikategorikan sebagai *oppositional decoding*

Berdasarkan pemetaan di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas audiens Jonathan Liandi berada pada posisi *dominant-hegemonic* dan *negotiated decoding*. Mereka menerima citra Jonathan sebagai figur yang humble, dekat, dan informatif, namun sekaligus menegosiasikan makna dengan menyadari adanya keterbatasan media. Hanya sebagian kecil audiens yang memperlihatkan *oppositional decoding* melalui ungkapan kecewa ketika interaksi yang diharapkan tidak terpenuhi.

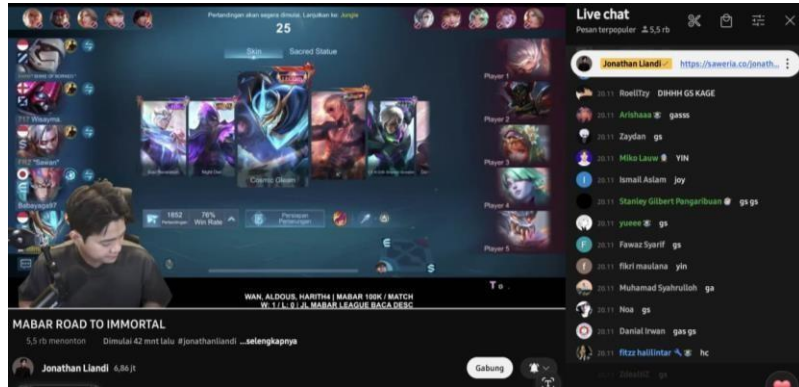
Perlu dicatat bahwa dalam model decoding Stuart Hall, seorang narasumber dapat menempati lebih dari satu posisi decoding tergantung konteks percakapan. Namun, dalam penelitian ini peneliti menempatkan informan pada posisi yang paling dominan sesuai kecenderungan jawaban mereka.

a. ***Technical Infrastructure***

Menurut Hall (1980), *technical infrastructure* adalah perangkat teknis dan medium yang memungkinkan pesan diproduksi, disebarkan, dan diterima audiens. Dalam penelitian ini, YouTube berperan sebagai medium utama Jonathan Liandi untuk membangun interaksi dengan penggemar. Fitur seperti live streaming, kolom komentar, serta layanan membership menjadi sarana penting dalam membentuk pengalaman audiens.

NA menyoroti keunggulan YouTube dibandingkan media lain karena sifatnya yang lebih interaktif, terutama melalui fitur live streaming.

“Kalau di YouTube lebih interaktif, terutama karena ada live streaming. Dibandingkan kalau dia muncul di TV atau Instagram, nggak bisa seintens itu interaksinya.” (NA,2025)



Gambar 3. 11 Tampilan fitur live chat saat Jonathan Live streaming (sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

SM menambahkan bahwa live streaming memberi peluang audiens untuk berkomunikasi langsung, meski tidak semua komentar dapat terbaca karena jumlahnya terlalu banyak

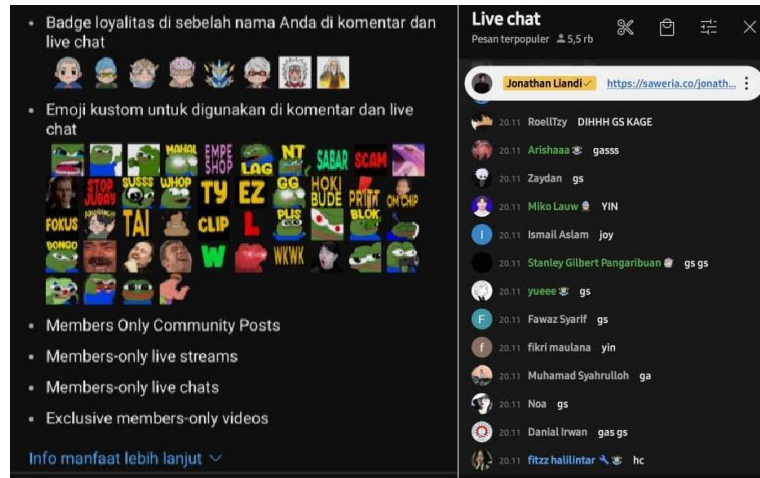
“Pas live streaming komen tuh banyak banget, jadi nggak semua kebaca. Kadang kecewa juga kalo udah ngetik panjang tapi nggak dibaca.” (SM, 2025)

Hal serupa diungkapkan ZH yang menyadari padatnya live chat membuat interaksi terasa terbatas.

“Kalau live chat rame banget, jadi kayak numpuk. Ya nggak semua bisa dibales, jadi kadang kerasa jauh juga.” (SM, 2025)

Selain live streaming, fitur membership di YouTube juga dimanfaatkan Jonathan untuk memberikan pengalaman eksklusif kepada audiens. Hal ini diungkapkan oleh NA yang merasa bahwa fitur tersebut menambah nilai interaksi karena adanya badge dan emoji khusus.

“Membership juga bikin kontennya terasa lebih eksklusif. Kayak dapet badge sama emoji khusus, rasanya beda aja kalau udah join.” (NA, 2025)



Gambar 3. 12 Tampilan fitur membership YouTube Jonathan Liandi (Badge dan emoji khusus untuk anggota) (sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

Dari kutipan-kutipan tersebut terlihat bahwa *technical infrastructure* dalam bentuk fitur YouTube tidak hanya menjadi sarana penyebaran konten, tetapi juga membentuk pengalaman interaksi yang lebih intens. Namun, keterbatasan teknis seperti padatnya live chat juga memengaruhi sejauh mana pesan Jonathan dapat diterima oleh audiens. Dengan demikian, *technical infrastructure* berperan penting dalam menentukan kualitas hubungan parasosial yang terbangun di YouTube.

b. ***Relations of Production***

Hall (1980) menyebut *relations of production* sebagai relasi sosial dan institusional yang membingkai produksi pesan media. Dalam penelitian ini, posisi Jonathan sebagai mantan *profesional player* sekaligus kreator konten esports berpengaruh pada cara ia memproduksi pesan dan bagaimana audiens memaknainya.

NA menilai Jonathan bukan hanya seorang Youtuber, tetapi juga sosok yang mampu menghadirkan suasana akrab berkat cara penyampaian yang sederhana.

“Kalau di YouTube, Jonathan itu kelihatan humble dan suka sharing pengalaman. Jadi ngerasa kayak teman aja walau sebenarnya dia kan public figure” (NA, 2025)

EA menambahkan gaya komunikasi Jonathan yang humoris membuat audiens betah, dan hal ini mencerminkan strategi produksi konten yang diarahkan untuk mendekatkan diri dengan penonton.

"Dia sering bercanda juga, jadi nontonnya nggak bosen. Rasanya kayak ngobrol sama temen aja..." (EA, 2025)

Konten *Empetalk* juga menjadi contoh konkret bagaimana relasi produksi dibangun. AN mengungkapkan bahwa melalui *Empetalk*, ia bisa mengenal sisi lain profesional player yang tidak selalu terlihat di panggung pertandingan.

"Kalau nonton Empetalk itu berasa beda, kayak lebih kenal sama orangnya, nggak cuma liat mereka main" (AN, 2025)

DN juga menyoroti *Empetalk* sebagai sarana informatif yang menampilkan interaksi Jonathan dengan tokoh esports lain, sehingga memperluas wawasan audiens tentang dunia game.

"Aku tahu Jonathan pertama kali dari YouTube, dia sering muncul di beranda. Dari situ jadi nontonin terus, apalagi kalau ada Empetalk." (DN, 2025)

Dengan demikian, *relations of production* di sini tidak hanya menggambarkan posisi Jonathan sebagai seorang kreator konten, tetapi juga menunjukkan bagaimana ia memanfaatkan latar belakangnya di dunia esports untuk membangun kredibilitas dan kedekatan dengan audiens. Produksi konten seperti *Empetalk* memperkuat relasi antara Jonathan, narasumber profesional esports, dan penonton yang menjadi bagian dari komunitasnya.



Gambar 3. 13 Thumbnail konten Empetalk di kanal YouTube Jonathan Liandi
(sumber : Tangkapan layar YouTube, 2024)

c. ***Frameworks of Knowledge***

Menurut Hall (1980), framework of knowledge adalah kerangka pengetahuan, nilai, dan pengalaman yang digunakan audiens untuk menafsirkan pesan media. Pemaknaan konten Jonathan Liandi oleh audiens juga sangat dipengaruhi oleh latar belakang pengetahuan mereka tentang game, esports, maupun pengalaman pribadi sebagai penonton setia.

Narasumber EA menilai bahwa gaya Jonathan yang santai dan penuh humor membuatnya merasa terkesan sedang berbicara dengan teman sebaya. Hal ini menunjukkan bagaimana kerangka pengalaman personal digunakan untuk menafsirkan pesan.

"Dia sering bercanda juga, jadi nontonnya nggak bosen. Rasanya kayak ngobrol sama temen aja... tapi ya sadar juga kalo sebenarnya kan cuma di YouTube" (EA, 2025)

AN menekankan bahwa melalui *Empetalk*, ia memperoleh pemahaman baru tentang kehidupan *profesional player* di luar permainan, sesuatu yang jarang ia dapatkan dari media lain.

"Kalau nonton Empetalk itu berasa beda, kayak lebih kenal sama orangnya, nggak cuma liat mereka main." (AN, 2025)

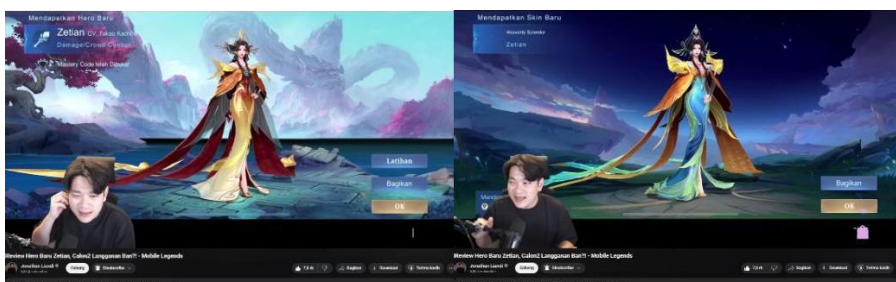
ZH juga menyatakan bahwa Jonathan menyajikan konten dengan cara berbagi (sharing), bukan menggurui, sehingga audiens dapat lebih mudah memahami dan mengaitkannya dengan pengalaman mereka sendiri.

"Dia nggak kayak ngajarin, tapi lebih ke sharing. Jadi kayak ngobrol aja gitu, nggak terasa kayak nonton orang jauh." (ZH, 2025)

DN mengungkapkan bahwa dirinya pertama kali mengenal Jonathan lewat konten review hero dan skin. Pengetahuan awalnya tentang game menjadi pintu masuk untuk kemudian mengikuti konten lain seperti *Empetalk*.

"Awalnya saya tahu Jonathan Liandi itu dari konten-konten YouTube dia, khususnya review hero dan skin. Dari situ saya mulai sering nonton channelnya." (DN, 2025)

Dengan demikian, *framework of knowledge* audiens berperan penting dalam menentukan bagaimana mereka menafsirkan pesan Jonathan. Audiens tidak sekadar menerima konten secara natural, tetapi mengaitkannya dengan pengalaman bermain game, ketertarikan pada dunia esports, serta kebutuhan akan hiburan yang dekat dengan keseharian mereka.



Gambar 3. 14 Tampilan konten review hero dan skin Zetian di kanal YouTube Jonathan Liandi
(sumber : Tangkapan layar YouTube, 2025)

2. Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena yang terjadi pada kanal YouTube Jonathan Liandi mencerminkan bentuk nyata dari interaksi parasosial di era media digital. Hubungan yang terjalin antara kreator dan audiens terbentuk melalui komunikasi yang berlangsung secara intens, emosional, dan personal. Hubungan ini memperlihatkan konsep yang telah lama dijelaskan oleh Horton dan Wohl (1956), yaitu ilusi hubungan timbal balik antara figur media dan audiens, di mana penonton merasa memiliki kedekatan emosional dengan sosok yang mereka lihat di media, meskipun kedekatan tersebut sejatinya bersifat semu.

Kedekatan tersebut muncul karena berbagai faktor yang saling memperkuat. Salah satunya adalah intensitas informasi yang dihadirkan oleh Jonathan Liandi dalam setiap sesi *live streaming*. Melalui gaya komunikasi yang rutin, terbuka, dan interaktif, audiens memperoleh kesan seolah-olah mereka menjadi bagian dari aktivitas Jonathan sehari-hari. Pembaruan informasi yang konsisten dan tanggapan cepat terhadap komentar membuat penonton merasa dekat dan terlibat, bahkan memunculkan perasaan memiliki terhadap komunitas yang terbentuk di sekitar kanal tersebut.

Selain intensitas informasi, kedekatan emosional menjadi faktor penting dalam pembentukan hubungan parasosial. Jonathan Liandi menampilkan

kepribadian yang hangat, humoris, dan tidak berjarak dengan audiensnya. Sikap tersebut memunculkan kenyamanan psikologis bagi penonton yang kemudian menganggap Jonathan sebagai sosok yang “mengerti” mereka. Perasaan tersebut merupakan inti dari *illusion of intimacy*, yaitu keintiman yang seolah nyata, padahal tidak pernah terjadi hubungan saling mengenal secara utuh. Penonton merasakan kehadiran Jonathan dalam kehidupan mereka, meskipun sebenarnya interaksi yang terjadi hanya bersifat satu arah dan terbatas pada layar.

Personalisasi turut memperkuat hubungan tersebut. Ketika Jonathan menyebut nama penonton, menanggapi komentar, atau merespons dukungan finansial, penonton merasa dirinya diakui secara personal. Pengakuan ini, meskipun bersifat simbolik dan sesaat, memberikan kesan bahwa hubungan yang terjalin bersifat timbal balik. Inilah yang disebut Horton dan Wohl sebagai bentuk *simulasi keintiman*, di mana audiens merasakan kehadiran sosial yang kuat meskipun tanpa komunikasi nyata. Dalam konteks ini, personalisasi berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang memperkuat kedekatan emosional antara kreator dan audiens.

Penggunaan teknologi digital seperti fitur *live chat*, *membership*, dan *donation system* juga menjadi instrumen yang memperkuat interaksi parasosial. Teknologi tersebut memungkinkan terjadinya bentuk partisipasi simbolik di mana audiens dapat mengekspresikan dukungan, kasih sayang, atau keterlibatan emosional secara langsung melalui layar. Fitur-fitur tersebut menciptakan kesan adanya komunikasi dua arah, padahal kenyataannya masih berada dalam struktur komunikasi satu arah yang dikendalikan oleh kreator. Dengan demikian, teknologi berperan bukan hanya sebagai alat, tetapi juga sebagai mediator psikologis yang menghadirkan ilusi kedekatan di ruang digital.

Fenomena *illusion of intimacy* yang muncul dalam penelitian ini memperlihatkan paradoks antara kedekatan dan keterpisahan. Di satu sisi, audiens merasa sangat mengenal Jonathan, memahami kepribadiannya, dan terlibat secara emosional dalam kehidupannya. Namun di sisi lain, mereka menyadari bahwa hubungan tersebut tidak pernah benar-benar setara karena Jonathan tidak mengenal mereka secara pribadi. Keintiman yang dibangun

hanyalah hasil representasi diri yang diciptakan melalui media. Walaupun demikian, kedekatan semu ini tidak mengurangi nilai emosional yang dirasakan audiens. Justru di dalam ilusi itulah tercipta rasa kebersamaan dan loyalitas yang kuat.

Dalam perspektif teori *encoding/decoding* Stuart Hall (1980), proses ini dapat dijelaskan melalui dua arah yang saling berhubungan. Dari sisi kreator, Jonathan melakukan proses *encoding* dengan menyusun citra diri atau persona yang mencerminkan kehangatan, keterbukaan, dan profesionalisme. Ia mengirimkan pesan bahwa dirinya adalah figur yang dapat dipercaya, ramah, dan dekat dengan komunitasnya. Namun, proses penyandian ini tidak serta-merta diterima secara seragam oleh audiens. Melalui proses *decoding*, audiens menafsirkan figur Jonathan berdasarkan pengalaman, nilai, dan konteks sosial mereka masing-masing.

Bagi sebagian besar penonton, makna yang dibangun Jonathan diterima secara penuh. Mereka melihat Jonathan sebagai sosok yang autentik dan menganggap kedekatan yang terjalin sebagai bentuk hubungan yang nyata. Inilah yang disebut posisi *dominant-hegemonic* dalam teori Hall. Namun, ada juga penonton yang bersikap lebih kritis, menempatkan diri pada posisi *negotiated*. Mereka menyadari bahwa sebagian citra Jonathan mungkin merupakan hasil konstruksi media, tetapi tetap memilih untuk menikmati kedekatan tersebut sebagai bentuk hiburan dan partisipasi sosial. Sebagian kecil audiens lainnya berada pada posisi *oppositional*, yakni memahami bahwa kedekatan tersebut hanyalah bentuk komunikasi media yang dikemas dengan strategi tertentu, meskipun mereka tetap terlibat karena alasan komunitas dan hiburan.

Proses penerimaan ini memperlihatkan bahwa audiens bersifat aktif dalam membentuk makna hubungan parasosial. Mereka tidak hanya menerima pesan yang dikirimkan, tetapi juga menegosiasikan makna sesuai pengalaman mereka. Di sinilah letak relevansi teori Hall dalam menjelaskan fenomena parasosial. Hubungan antara Jonathan dan audiensnya tidak sekadar hasil dari penyiaran pesan, melainkan produk dari proses sosial di mana kreator dan penonton bersama-sama membangun kedekatan melalui representasi simbolik.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa figur Jonathan Liandi diterima oleh audiens bukan hanya sebagai pemain gim profesional, tetapi juga sebagai sosok yang dianggap dekat, memahami audiensnya, dan mampu menciptakan rasa kebersamaan di ruang digital. Kedekatan ini pada akhirnya membentuk loyalitas audiens, baik dalam bentuk partisipasi komunitas, dukungan finansial, maupun keterlibatan emosional yang berkelanjutan. Fenomena ini menegaskan bahwa dalam media digital kontemporer, interaksi parasosial telah menjadi bentuk relasi emosional baru, di mana *illusion of intimacy* berfungsi sebagai jembatan antara dunia nyata dan dunia representasi media.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana interaksi parasosial pada kanal YouTube Jonathan Liandi terbentuk serta bagaimana audiens memaknai persona Jonathan melalui kerangka encoding/decoding Stuart Hall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi parasosial terbentuk melalui komunikasi yang intens, spontan, dan emosional antara kreator dan audiens selama sesi live streaming berlangsung. Meskipun hubungan ini bersifat satu arah, audiens merasa memiliki kedekatan sosial dengan Jonathan melalui cara Jonathan merespons komentar, memberikan sapaan secara langsung, serta menunjukkan ekspresi yang autentik. Hal tersebut menciptakan ilusi interaksi timbal balik yang membuat penonton merasa dihargai dan diakui keberadaannya di ruang digital.

Terbentuknya interaksi parasosial ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya frekuensi dan intensitas tayangan, gaya komunikasi kreator, kredibilitas persona, serta fitur teknis YouTube seperti *live chat* dan *super chat*. Gaya komunikasi Jonathan yang terbuka, humoris, dan interaktif menciptakan suasana akrab yang memperkuat hubungan emosional dengan audiens. Selain itu, kesamaan minat dalam dunia gaming serta konsistensi Jonathan dalam menampilkan karakter positif turut memperkuat kedekatan tersebut. Semakin sering penonton menyaksikan dan berinteraksi, semakin kuat pula rasa kedekatan dan loyalitas yang mereka rasakan terhadap kreator.

Dalam konteks pembentukan persona, Jonathan Liandi menampilkan dirinya sebagai figur yang bersahabat, rendah hati, dan komunikatif. Ia berupaya menampilkan kepribadian yang dekat dengan audiens melalui bahasa yang santai, interaksi hangat, dan perilaku yang natural selama live streaming. Persona ini menjadi sarana utama untuk membangun ilusi kedekatan emosional, di mana penonton merasa mengenal Jonathan secara personal. Citra yang konsisten ini menjadikan Jonathan tidak hanya sebagai

seorang kreator konten, tetapi juga sebagai sosok teman atau panutan yang memiliki daya tarik sosial kuat di mata audiensnya.

Sementara itu, audiens berperan aktif dalam mengonstruksi persona Jonathan Liandi melalui pengalaman menonton dan interaksi yang mereka rasakan. Melalui proses *decoding*, penonton menafsirkan perilaku dan pesan Jonathan sesuai dengan konteks sosial dan nilai-nilai pribadi mereka. Sebagian penonton menganggap Jonathan sebagai figur inspiratif dan profesional, sedangkan lainnya melihatnya sebagai teman yang memberikan hiburan dan kenyamanan emosional. Proses ini menunjukkan bahwa audiens tidak bersifat pasif, melainkan aktif dalam membentuk makna hubungan parasosial yang mereka alami melalui tayangan live streaming di kanal YouTube Jonathan Liandi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa interaksi parasosial dalam live streaming YouTube Jonathan Liandi merupakan bentuk komunikasi digital modern yang tidak hanya menghadirkan hiburan, tetapi juga membangun keterikatan sosial dan emosional antara kreator dan audiens. Hubungan ini memperlihatkan bagaimana media digital mampu mengaburkan batas antara kedekatan nyata dan kedekatan semu, serta menegaskan bahwa persona kreator dan partisipasi audiens berperan penting dalam membentuk dinamika komunikasi parasosial di era media baru.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang penting untuk dicatat. Pertama, keterbatasan terletak pada jumlah informan. Penelitian hanya melibatkan enam narasumber yang dipilih dengan teknik *snowball sampling*. Meskipun data yang diperoleh cukup mendalam, jumlah yang terbatas membuat hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan ke seluruh audiens kanal YouTube Jonathan Liandi maupun penonton platform YouTube secara umum.

Kedua, penelitian ini hanya berfokus pada satu figur kreator, yaitu Jonathan Liandi. Fokus tunggal ini memberi kesempatan untuk menggali lebih mendalam mengenai persona Jonathan, namun sekaligus membatasi generalisasi pada konteks kreator lain. Fenomena interaksi parasosial bisa jadi menampilkan dinamika yang berbeda jika diteliti pada kreator non-

gaming atau platform lain seperti Twitch maupun TikTok.

Ketiga, keterbatasan juga terdapat pada metode pengumpulan data. Wawancara dilakukan secara daring, sehingga ekspresi non-verbal informan tidak seluruhnya dapat ditangkap. Selain itu, interpretasi data sepenuhnya mengandalkan narasi dari informan yang bersifat subjektif. Hal ini sejalan dengan sifat penelitian kualitatif, di mana subjektivitas peneliti dalam menafsirkan jawaban informan juga berpotensi memengaruhi hasil analisis.

Keempat, penelitian ini tidak mencakup analisis longitudinal. Data yang diperoleh hanya merepresentasikan pengalaman audiens dalam periode tertentu, sedangkan interaksi parasosial di media digital bersifat dinamis dan dapat berubah seiring perkembangan teknologi, algoritma platform, maupun gaya komunikasi kreator. Dengan demikian, keterbatasan penelitian ini terutama terletak pada jumlah informan, ruang lingkup objek penelitian, metode pengumpulan data, serta sifat waktu penelitian yang terbatas. Keterbatasan ini diharapkan dapat menjadi pijakan bagi penelitian selanjutnya agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

C. Saran dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang ada, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian berikutnya maupun bagi praktisi terkait.

Pertama, bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas jumlah dan keragaman informan. Melibatkan audiens dengan latar belakang usia, gender, dan pengalaman digital yang berbeda dapat memperkaya temuan serta memberi gambaran yang lebih komprehensif mengenai pola interaksi parasosial. Selain itu, pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang lebih bervariasi, seperti observasi partisipan atau *focus group discussion*, dapat membantu mendalami pengalaman audiens secara lebih detail.

Kedua, penelitian mendatang dapat membandingkan interaksi parasosial pada kreator dengan genre konten berbeda, misalnya antara kreator gaming, lifestyle, atau musik. Perbandingan lintas-genre ini akan memperlihatkan bagaimana karakteristik persona dan strategi komunikasi memengaruhi cara audiens membangun kedekatan parasosial. Selain itu,

studi perbandingan lintas platform (YouTube, Twitch, TikTok) juga berpotensi mengungkap perbedaan dinamika yang dipengaruhi oleh fitur teknis masing-masing media.

Ketiga, disarankan adanya penelitian yang lebih longitudinal untuk meneliti keberlanjutan interaksi parasosial dalam jangka waktu panjang. Hal ini penting karena hubungan audiens dengan kreator dapat berubah seiring perkembangan konten, perubahan algoritma, maupun dinamika komunitas digital. Penelitian longitudinal akan memberikan gambaran mengenai stabilitas maupun fluktuasi interaksi parasosial dari waktu ke waktu.

Bagi praktisi, khususnya kreator konten seperti Jonathan Liandi, penelitian ini menunjukkan pentingnya konsistensi dalam membangun persona digital. Konsistensi penyampaian informasi, gaya komunikasi egaliter, serta keterlibatan aktif dengan audiens melalui fitur interaktif terbukti menjadi faktor penting dalam memperkuat kedekatan. Namun, kedekatan ini tetap perlu dijaga dalam batas yang sehat, agar audiens tidak terjebak pada ekspektasi hubungan nyata yang tidak mungkin dipenuhi.

Selain itu, kreator disarankan untuk terus memperhatikan etika komunikasi dengan audiens. Transparansi, kejujuran, serta kepekaan terhadap respon penonton akan membantu menjaga hubungan yang saling menghargai. Dengan cara ini, interaksi parasosial dapat berkembang menjadi bentuk loyalitas positif yang mendorong keberlangsungan komunitas digital tanpa menimbulkan risiko fanatisme yang berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alasuutari, P. (1999). *Rethinking the Media Audience: The New Agenda*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446216996>
- Baym, N. K. (2020). *Playing to the Crowd*. New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9781479896165.001.0001>
- Beege, M., Schneider, S., Nebel, S., & Rey, G. D. (2017). Look into my eyes! Exploring the effect of addressing in educational videos. *Learning and Instruction*, 49, 113–120. <https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2017.01.004>
- Braun, V., & Clarke, V. (n.d.). *Using thematic analysis in psychology*.
- Brown, W. J. (2015). Examining Four Processes of Audience Involvement With Media Personae: Transportation, Parasocial Interaction, Identification, and Worship. *Communication Theory*, 25(3), 259–283. <https://doi.org/10.1111/comt.12053>
- Caughey. (1984). *Imaginary Social Worlds: A Cultural Approach*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Chen, C.-P. (2021). Digital gifting in personal brand communities of live-streaming: fostering viewer–streamer–viewer parasocial relationships. *Journal of Marketing Communications*, 27(8), 865–880. <https://doi.org/10.1080/13527266.2021.1910327>
- Chen, J. V., Pham, D. T., & Tran, S. T. T. (2025). Building Consumer Engagement in Live Streaming on Social Media: A Comparison of Facebook and Instagram Live. *International Journal of Human–Computer Interaction*, 41(2), 1119–1139. <https://doi.org/10.1080/10447318.2024.2313276>
- Cheng, X., Dale, C., & Liu, J. (2007). *Understanding the Characteristics of Internet Short Video Sharing: YouTube as a Case Study*. <http://arxiv.org/abs/0707.3670>
- Cohen. (2014). *Media and Social Life* (M. B. Oliver & A. A. Raney, Eds.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315794174>
- Cunningham, S., & Craig, D. (2017). Being ‘really real’ on YouTube: authenticity, community and brand culture in social media entertainment. *Media International Australia*, 164(1), 71–81. <https://doi.org/10.1177/1329878X17709098>
- DERRICK, J. L., GABRIEL, S., & TIPPIN, B. (2008). Parasocial relationships and self-discrepancies: Faux relationships have benefits for low self- esteem individuals. *Personal Relationships*, 15(2), 261–280. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6811.2008.00197.x>
- Fauziyah, A. N., & Sudradjat, R. H. (2025). Parasocial Relationships as a Mediator of YouTube Vlog Credibility and Gen Z Travel Intentions. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 10(2). <https://doi.org/10.18326/inject.v10i2.4653>
- Fazli-Salehi, R., Jahangard, M., Torres, I. M., Madadi, R., & Zúñiga, M. Á. (2022). Social

- media reviewing channels: the role of channel interactivity and vloggers' self-disclosure in consumers' parasocial interaction. *Journal of Consumer Marketing*, 39(2), 242–253. <https://doi.org/10.1108/JCM-06-2020-3866>
- Feby, L., Riza, F., & Kristanti, D. A. (2024). The Impact of Parasocial Interaction and Local Presence on Impulsive Buying Behavior on TikTok. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(6), 2618–2628. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i6.2999>
- Giles, D. C. (2002). Parasocial Interaction: A Review of the Literature and a Model for Future Research. *Media Psychology*, 4(3), 279–305. https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0403_04
- Giles, D. C., & Stever, G. S. (2024). *Parasocial Experiences*. Oxford University Press New York. <https://doi.org/10.1093/oso/9780197647646.001.0001>
- Goffman, Erving. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Penguin.
- Hall, S. (2018). Encoding and Decoding in the Television Discourse [Originally 1973; Republished 2007]. In *Essential Essays, Volume 1* (pp. 257–276). Duke University Press. <https://doi.org/10.1215/9781478002413-013>
- Ham, C.-D., Lee, J., Hayes, J. L., & Bae, Y. H. (2019). Exploring sharing behaviors across social media platforms. *International Journal of Market Research*, 61(2), 157–177. <https://doi.org/10.1177/1470785318782790>
- Hilvert-Bruce, Z., Neill, J. T., Sjöblom, M., & Hamari, J. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. *Computers in Human Behavior*, 84, 58–67. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.02.013>
- Hoffner, C. ; C. J. (1991). Perceiving and responding to media characters. In J. ; Z. D. Bryant (Ed.), *Responding to the screen: Reception and reaction processes* (pp. 63–101). Lawrence Erlbaum Associates.
- Hofstetter, R., & Gollnhofer, J. F. (2024). The creator's dilemma: Resolving tensions between authenticity and monetization in social media. *International Journal of Research in Marketing*, 41(3), 427–435. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2024.07.001>
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215–229. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Hutchins, B., Li, B., & Rowe, D. (2019). Over-the-top sport: live streaming services, changing coverage rights markets and the growth of media sport portals. *Media, Culture & Society*, 41(7), 975–994. <https://doi.org/10.1177/0163443719857623>
- Jensen, K. B. (1991). Reception analysis: Mass communication as the social production of meaning. In K. B. ; J. N. W. Jensen (Ed.), *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research* (pp. 135–148). Routledge.

- Jiao, Y., Sarigöllü, E., Lou, L., & Jo, M. (2024). How Streamers Enhance Consumer Engagement and Brand Equity in Live Commerce. *Journal of Global Information Management*, 32(1), 1–29. <https://doi.org/10.4018/JGIM.352039>
- John W. Cresswell. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*.
- Khan, M. L. (2017). Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube? *Computers in Human Behavior*, 66, 236–247. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.024>
- Klimmt, C. ; H. T. ; S. H. (2006). Parasocial interactions and relationships. In B. P. V. J (Ed.), *Psychology of Entertainment* (pp. 291–314). Lawrence Erlbaum Associates.
- Klimmt, C., Hartmann, T., & Schramm, H. (2006). Parasocial interactions and relationships. *Psychology of Entertainment*, 291–313.
- Koushik, M. V. S., Manikandan, Dr. A., Rushikesava, Dr. A., Premraj, Dr. J. A., Ajayendra, R., Gopikrishna, Dr. P., Dasigan, C. C. E., Nivardhan, R., & Sriyutha, R. L. (2024). The Influence of YouTube on the Growth and Success of Over-the-Top (OTT) Media: A Study. *International Journal of Advanced Engineering, Management and Science*, 10(4), 47–59. <https://doi.org/10.22161/ijaems.104.7>
- Kriyantono, R. (2020). Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif. *Jakarta: Prenadamedia Group*, 30.
- Kuckartz, U. (2014). *Qualitative Text Analysis: A Guide to Methods, Practice & Using*. SAGE Publications.
- Kusumadinata, A. A., & Arianti, S. (2023). HUBUNGAN POSITIF INTERKAKSI PARASOSIAL PENGGEAR BAND WHY DON'T WE TERHADAP PELAJAR. *Gema Kampus IISIP YAPIS Biak*, 18(1), 78–85. <https://doi.org/10.52049/gemakampus.v18i1.286>
- Kutha, N. (2010). *Metodologi penelitian: kajian budaya dan ilmu sosial humaniora pada umumnya*.
- Labrecque, L. I. (2014). Fostering Consumer–Brand Relationships in Social Media Environments: The Role of Parasocial Interaction. *Journal of Interactive Marketing*, 28(2), 134–148. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.12.003>
- Leary, M. R., & Allen, A. B. (2011). Personality and Persona: Personality Processes in Self-Presentation. *Journal of Personality*, 79(6), 1191–1218. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2010.00704.x>
- Lee, H., Sun, Y., & Rojas, H. (2024). Parasocial Relationships with Live Streamers: Evidence from South Korea and the United States. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 12(3), 166–183. <https://doi.org/10.15206/ajpor.2024.12.3.166>

- Lueck, J. A. (2015). Friend-zone with benefits: The parasocial advertising of Kim Kardashian. *Journal of Marketing Communications*, 21(2), 91–109. <https://doi.org/10.1080/13527266.2012.726235>
- Marwick, A., & boyd, danah. (2011). To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17(2), 139–158. <https://doi.org/10.1177/1354856510394539>
- McLaughlin, C., & Wohn, D. Y. (2021). Predictors of parasocial interaction and relationships in live streaming. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 27(6), 1714–1734. <https://doi.org/10.1177/13548565211027807>
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif* (Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. . (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Pires, K., & Simon, G. (2015). YouTube live and Twitch. *Proceedings of the 6th ACM Multimedia Systems Conference*, 225–230. <https://doi.org/10.1145/2713168.2713195>
- Qian, T. Y., & Seifried, C. (2023). Virtual interactions and sports viewing on social live streaming platforms: The role of co-creation experiences, platform involvement, and follow status. *Journal of Business Research*, 162, 113884. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113884>
- Rasmussen, L. (2018). Parasocial Interaction in the Digital Age: An Examination of Relationship Building and the Effectiveness of YouTube Celebrities. In *The Journal of Social Media in Society Spring* (Vol. 7, Issue 1). www.youtube.com
- Rubin, R. B., & McHugh, M. P. (1987). Development of parasocial interaction relationships. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 31(3), 279–292. <https://doi.org/10.1080/08838158709386664>
- Rubln, A. M., Perse, E. M., & Powell, R. A. (1985). LONELINESS, PARASOCIAL INTERACTION, AND LOCAL TELEVISION NEWS VIEWING. In *Human Communication Research* (Vol. 12, Issue 2).
- Stever, G. S. ; L. K. (2013). Twitter as a Way for Celebrities to Communicate with Fans: Implications for the Study of Parasocial Interaction. *North American Journal of Psychology*, 15(2), 339–354.
- Su, B.-C., Wu, L.-W., & Wu, J.-P. (2022). Exploring the Characteristics of YouTubers and Their Influence on Viewers' Purchase Intention: A Viewers' Pseudo-Social Interaction Perspective. *Sustainability*, 15(1), 550. <https://doi.org/10.3390/su15010550>
- Törhönen, M., Sjöblom, M., Hassan, L., & Hamari, J. (2019). Fame and fortune, or just fun? A study on why people create content on video platforms. *Internet Research*, 30(1), 165–190. <https://doi.org/10.1108/INTR-06-2018-0270>

- Tukachinsky, R. (2010). *Para-Romantic Love and Para-Friendships: Development and Assessment of a Multiple-Parasocial Relationships Scale*. https://digitalcommons.chapman.edu/comm_articles
- Tukachinsky, R., Walter, N., & Saucier, C. J. (2020). Antecedents and Effects of Parasocial Relationships: A Meta-Analysis. *Journal of Communication*, 70(6), 868–894. <https://doi.org/10.1093/joc/jqaa034>
- Wardani, E. P., & Kusuma, R. S. (2021). INTERAKSI PARASOSIAL PENGEMAR K-POP DI MEDIA SOSIAL (Studi Kualitatif pada Fandom Army di Twitter). *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 7(2), 243. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v7i2.2755>
- Wohn, D. Y., Freeman, G., & McLaughlin, C. (2018). Explaining viewers' emotional, instrumental, and financial support provision for live streamers. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, 2018-April*. <https://doi.org/10.1145/3173574.3174048>
- Wolff, G. H., & Shen, C. (2022). *Social Live-Streaming Use & Well-being: Examining Participation, Financial Commitment, Social Capital, and Psychological Well-being on Twitch.tv*.
- Wolff, G. H., & Shen, C. (2024). Social Live-Streaming Use and Well-Being: Examining Participation, Financial Commitment, Social Capital, and Psychological Well-Being on Twitch.tv. *Social Science Computer Review*, 42(6), 1338–1358. <https://doi.org/10.1177/08944393231224543>
- Wulf, T., Schneider, F. M., & Queck, J. (2021). Exploring Viewers' Experiences of Parasocial Interactions with Videogame Streamers on Twitch. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(10), 648–653. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0546>
- You, Z., Wang, M., & Shamu, Y. (2023). The impact of network social presence on live streaming viewers' social support willingness: a moderated mediation model. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 385. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01892-8>
- Zhao, J., & Kien, G. (2020). The YouTube celebrity: Parasocial relationships, community, and brand culture. *Celebrity Studies*, 11(3), 309–325.

WEB

<https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/>

<https://www.demandsage.com/youtube-stats/>

LAMPIRAN

TRANSKRIP WAWANCARA

Nama : NAA

Tanggal : 11 Agustus 2025

	MATERI WAWANCARA
Peneliti	Selamat siang mas, boleh perkenalkan nama, asal dan pekerjaan?
Informan	Oke, perkenalkan nama saya Arshy asal dari Magelang, pekerjaan saya sekarang masih menjadi bagian dari atlit Esport Magelang dan menjadi pelatih Esport Academy Magelang
Peneliti	Apa hobi anda mas?
Informan	Hobi saya sejak dulu bermain game, sejak dirilis saya mulai melirik Mobile Legends
Peneliti	Dari mana anda mengenal Mobile Legends?
Informan	Saya mulai mengenal Mobile Legends bertepatan dengan diadakannya Event Tournament MSC pada 2017
Peneliti	Siapa Profesional player yang paling anda gemari?
Informan	Jonathan Liandi adalah pemain profesional yang saya gemari ketika masih di Evos Esport. Karena persamaan Role saya ketika bermain Mobile Legends yaitu Mage

Peneliti	Apa saja aktivitas atau kegiatan yang berkaitan dengan Mobile Legends yang pernah anda lakukan sebagai penggemar?
Informan	Sebagai atlit Magelang, saya mengikuti beberapa event tournament Mobile Legends dari yang tournament sekedar daerah bahkan ke nasional seperti PON, Piala Mnepora, Piala Presiden, Liga 3 Nasional (Kualifikasi Play In MDL). Menonton baik livestreaming atau konten dari channel yang berkaitan dengan Mobile Legends untuk diserap ilmunya termasuk Jonathan Liandi. Saya juga aktif dalam komunitas Mobile Legends Magelang.
Peneliti	Bagaimana Anda pertama kali mengetahui channel YouTube Jonathan Liandi?
Informan	Pertama kali saya mengenal Youtube channel Jonathan Liandi saat awal pandemi corona, awalnya saya menonton dia (Jonathan) karena adanya persamaan <i>role</i> ketika bermain Mobile Legends. Saya awalnya hanya menonton hanya untuk menyerap ilmunya, lambat laun sekarang menjadi channel favorit saya.
Peneliti	Apa yang membuat Anda tertarik menonton Jonathan Liandi?
Informan	Saya menyukai kepribadiannya yang humoris ketika melakukan Livestreaming bermain

	Mobile Legends, ketika dia gimmick marah dan kecewa sangat menghibur saya.
Peneliti	Sudah berapa lama Anda menonton Jonathan Liandi di YouTube?
Informan	Kurang lebih saya menontonnya sejak tahun 2019 hingga sekarang masih sering nonton
Peneliti	Bagaimana Jonathan Liandi menampilkan dirinya di YouTube?
Informan	Dulu ia menampilkan dirinya dengan baju bergambar Barong berwarna biru, diimbangi oleh raut muka jonathan yang ketika marah atau kecewa ia sangat lucu. Bahkan terkadang ada moment moment tidak terduga ketika bermain game, menjadikan saya terhibur oleh tingkahnya.
Peneliti	Apakah persona di YouTube berbeda dari di platform lain?
Informan	Sedikit berbeda, di Youtube ia lebih interaktif dan komunikatif dengan para audiens
Peneliti	Apa saja jenis konten yang diunggah?
Informan	Banyak yang dia telah unggah jenisnya, seperti Gameplay Mobile Legends beserta tips dan tricknya, Review hero dan skin baru yang dirilis, Podcast Bernama Empetalk yang didalamnya terkadang terdapat Empellenge,

	<p>ada juga Empeshow ketika jalannya event MPL, ada Empaction dimana dia me <i>react</i> apa saja yang penggemarnya kirimkan padanya, EMPETOUR yang dimana dalam konten tersebut ia sering berkunjung ke beberapa Gaming House tim Esport dan beberapa ia melakukan <i>tour</i> ke beberapa rumah artis atau selebritas, dan mungkin yang satu terakhir ada episode VLOG entah sejak dulu jaman ia masih hidup di Gaming House bahkan masih ada sampai kini ia memiliki anak.</p>
Peneliti	Apakah konten membuat Anda merasa dekat dengan Jonathan Liandi?
Informan	Ya, menurut saya karena ia sering menerapkan seperti berbicara langsung menghadap ke kamera yang menjadikan seolah-olah ia sedang berbicara langsung kepada saya. Ia selalu menerapkannya entah ketika Livestreaming, Konten upload, Vlog, dan lain lain
Peneliti	Bagaimana Jonathan Liandi berinteraksi dengan penggemar di YouTube?
Informan	Ketika livestreaming, ia kerap melihat ke livechat dan membacanya. Seperti halnya ada yang meminta untuk “bang jo ucapin aku ulangtahun dong”, dan Jonathan langsung membaca dan membalasnya seperti contoh ini

	<p>“oh iya Rendy, happy birthdays, sehat selalu, Panjang umur Rendy ya”. Ketika ia hanya mengupload sebuah konten, ia membuka kolom komentar Youtube, disana audiens sering memberikan sebuah pesan, kritik, dan saran untuk Jonathan, seperti contoh “besok coba main game selain Mobile Legends bangjo”. Saran tersebut diterima dan dibalas oleh Jonathan Liandi ”oke baiklah, nanti dicoba ya” dan kini ia tidak hanya memainkan Mobile Legends saja</p>
Peneliti	Apakah pernah Jonathan Liandi merespons Anda secara pribadi?
Informan	<p>Ya pernah dulu ketika saya memberikan sebuah pedan donasi lewat Saweria di live streamingnya ketika ia melakukan open mabar (main bareng) dengan tarif 25 ribu atau 30 ribu saya lupa. Pesan donasi bertuliskan “Bang Jo ini id gua, 1841669086”. Ketika pesan tersebut masuk ke Jonathan ia membacanya “oke Arshy, bentar ya tunggu nextgame baru kita main”</p>
Peneliti	Apakah ada gaya bahasa khusus yang digunakan?
Informan	<p>Ya dia sering banget menggunakan Bahasa gaul, ga jarang juga dia menggunakan logat Palembangnya ketika dia marah marah atau</p>

	mengumpat. Dia juga yang menciptakan sebuah sound viral di tiktok “Freestyle dulu boshh”.
Peneliti	Bagaimana perbedaan gaya komunikasi di YouTube dan platform lain?
Informan	Ketika dia di Youtube ia sangat santai dan bisa untuk ngomong secara panjang yang menjadikan topik pembicaraan tiada habisnya.
Peneliti	Apakah YouTube memperkuat kedekatan idola-fans?
Informan	Menutrit saya iya, karena Youtube memiliki format video yang panjang yang menjadikan interaksi berjalan menjadi lebih dalam
Peneliti	Fitur apa yang mempengaruhi kedekatan itu?
Informan	Banyak mas, contoh ketika live streaming terdapat fitur live chat dimana kita bisa mengirimkan sebuah pesan kepada Jonathan, ada fitur langganan <i>membership</i> yang dimana ketika kita berlangganan ketika dia live, kita bakalan di welcome in seperti saya dulu “welcome Arshy 2 bulan membership ye”, ada juga fitur donasi istilahn ya seperti nyawer lah ya mas.
Peneliti	Bagaimana perbedaan interaksi di YouTube dan platform lain menurut Anda?

Informan	Dalam Youtube saya merasa lebih personal saja dan lebih mendalam, dibandingkan diplatform lain seperti Instagram, Jonathan hanya sebatas upload baik dari foto maupun videonya singkat update mengenai endors, keluarga kecilnya,
Peneliti	Bagaimana reaksi Anda ketika Jonathan Liandi berinteraksi langsung di YouTube?
Informan	Saya merasa senang ketika nama saya dipanggil olehnya, dan merasa terhibur ketika ada viewer lain yang berhasil memancing amarah Jonathan Liandi
Peneliti	Ceritakan momen yang membuat Anda merasa terhubung.
Informan	Seperti yang saya bilang sebelumnya, banyak viewer yang suka memancing amarah dan umpatan dari Jonathan ini. Ketika Jonathan memunculkan raut muka kesal, marah disitulah viewer pemancing amarah tersebut senang. Ketika dia marah memang saya akui lucu dan cukup menghibur saya
Peneliti	Bagaimana persepsi Anda terhadap penampilan Jonathan Liandi di YouTube?

Informan	Ia terlihat profesional ketika Livestreaming namun ia juga tetap santai sehingga membuat penonton merasakan kenyamanan tersendiri
Peneliti	Apakah Anda sadar bahwa kedekatan tersebut hanya ilusi atau merasa nyata?
Informan	Saya tahu hubungan ini hanya bersifat secara sepihak, saya tahu dia namun dia tidak tahu saya siapa. Meskipun demikian hubungan ini tetap terasa hangat, menghibur ketika saya sedang tidak dalam mood yang bagus, dan memberikan saya kesenangan tersendiri
Peneliti	Apakah Anda menganggap Jonathan Liandi sebagai sosok dekat (teman/keluarga)?
Informan	Saya merasa bahwa ia seperti teman saya sendiri meskipun dia tidak mengenali saya
Peneliti	Apakah ada interaksi tertentu yang membuat Anda merasa lebih terkoneksi?
Informan	Tentu saja ketika Jonathan memanggil nama saya ketika livestreaming berlangsung, seakan saya berteman dekat dengan Youtuber
Peneliti	Konten apa yang paling menarik menurut Anda? Mengapa?

Informan	Konten Podcast EmpeTalk, karena podcast tersebut mengundang beberapa tamu Profesional Player yang dimana saya sendiri ingin mengetahui perjalanan karir mereka
Peneliti	Bagaimana Anda menanggapi ketika Jonathan Liandi menunjukkan sisi pribadinya?
Informan	Saya merasa lebih mengenalnya dan semakin menghargai pribadinya. Seperti halnya ketika dia marah, bukannya saya kabur dari livestreamnya tapi malah saya yang menikmati kemarahannya dan lama kelamaan saya menganggap hal itu biasa.
Peneliti	Bagaimana Anda menyikapi perbedaan pandangan dengan penggemar lain?
Informan	Saya menghargai perbedaan pendapat selama dibahas dengan santai dan saling menghormati.
Peneliti	Bagaimana Anda merespons perbedaan antara citra Jonathan Liandi di YouTube dan di media lain?
Informan	Saya tetap fokus pada pengalaman pribadi saya menontonnya di YouTube, karena itu yang lebih konsisten saya ikuti.

Nama Informan : ZH

Tanggal 11 Agustus 2025

	MATERI WAWANCARA
Peneliti	Selamat siang mas, boleh perkenalkan nama, asal dan pekerjaan?
Informan	Baik mas, eee perkenalkan nama saya Zidant Hakim bisa dipanggil Zidant saja, asal saya Magelang dan sekarang saya sedang bekerja menjadi suatu teknisi di suatu perusahaan
Peneliti	Apa hobi anda mas?
Informan	Untuk saat ini hoby saya yaitu GYM dan bermain game, terutama Mobile Legends
Peneliti	Dari mana anda mengenal Mobile Legends?
Informan	Dulu saya tahu melalui group Facebook mas seperti komunitas game gitu tepatnya tahun 2017 pertengahan kalau tidak salah
Peneliti	Siapa Profesional player yang paling anda gemari?
Informan	Mungkin kalau dari saya mulai dari tim dulu kali ya mas, dulu saya mengidolakan tim bernama REVO ESPORT. Untuk player yang saya idolakan dulu bernama

	Donkey dan Eiduart rekan satu tim dengan Jonathan dulu.
Peneliti	Apa saja aktivitas atau kegiatan yang berkaitan dengan Mobile Legends yang pernah anda lakukan sebagai penggemar?
Informan	Dulu saya pernah mengikuti banyak tournament baik yang kecil sampai di tingkat Nasional seperti PON (Pekan Olahraga Nasional), saya seorang penjoki Mobile Legends atau lebih sering dikenal <i>boosting account rank</i> , dan saya sering menonton event tournamen yang diselenggarakan oleh Moonton baik MPL, MSC, bahkan MWorld Championship.
Peneliti	Bagaimana Anda pertama kali mengetahui channel YouTube Jonathan Liandi?
Informan	Awal mula saya tahu <i>channel</i> Youtube Jonathan Liandi yakni sejak tahun 2018 tepatnya ketika Jonathan masih dalam kontrak Evos Esport. Saat pertama <i>announce</i> nama Jonathan Liandi <i>as a player</i> Evos Esport saya langsung mencari channel Youtubenya.

Peneliti	Apa yang membuat Anda tertarik menonton Jonathan Liandi?
Informan	Kepribadiannya yang khas dengan raut mimik muka marah marah dan mengumpat spontan menjadi terkesan lucu dan menghibur bagi saya. Diiringi dengan cerita-cerita mengenai kegiatan kesehariannya, hingga ke hal-hal yang kecil yang menjadikan kesan saya yang nungguin
Peneliti	Sudah berapa lama Anda menonton Jonathan Liandi di YouTube?
Informan	Saya mulai rutin menonton Jonathan Liandi ketika ia sudah tidak lagi menjadi <i>player</i> dari tim Evos Esport. Saya rutin menonton ketika dia menjadi <i>Brand Ambassador</i> dari Evos Esport, disanalah ia mulai sering melakukan livestreaming.
Peneliti	Bagaimana Jonathan Liandi menampilkan dirinya di YouTube?
Informan	Dalam livestreaming bermain Mobile Legends, pembawaan Jonathan sangat santai bahkan ia <i>membranding</i> dirinya sendiri sebagai darksystem atau beban ketika bermain Mobile Legends. Entah

	disengaja atau tidak namun ketika dia <i>miss skill</i> atau mati konyol di suatu match dia pasti akan menampilkan raut muka emosi atau marah marah. Pembawaan tersebut yang menurut saya lucu dan menghibur
Peneliti	Apakah persona di YouTube berbeda dari di platform lain?
Informan	Sedikit berbeda, di Apps Intagram ia kerap menampilkan kepribadiannya yang <i>cool</i> ketika Bersama istrinya berbanding terbalik dengan Youtube ia memiliki <i>branding</i> tersendiri.
Peneliti	Apa saja jenis konten yang diunggah?
Informan	Banyak jenis konten yang dia upload, namun saya cenderung tidak tau semuanya karena rata rata saya kebanyakan menonton live streaming entah EMPETALK, atau ketika bermain Mobile Legends. Konten upload mentok saya hanya menonton konten review hero dan skin baru yang dirilis sebelum membelinya serta EMPACTION yakni reaction video tiktok hasil tag Jonathan oleh para penggemarnya.

Peneliti	Apakah konten membuat Anda merasa dekat dengan Jonathan Liandi?
Informan	Tidak terlalu, karena kontennya yang sering saya lihat seperti review skin, EEMP ACTION dan podcast EMPETALK. Dimana saya ingin mengetahui sudut pandang yang berbeda dari mata Jonathan Liandi.
Peneliti	Bagaimana Jonathan Liandi berinteraksi dengan penggemar di YouTube?
Informan	Melalui livestreaming nya di Youtube ia kerap merespons pesan donasi serta membaca notifikasi membership. Jadi Ketika ada pesan donasi masuk atau ada penonton lain yang gabung membership hal tersebut bakalan di notice oleh Jonathan. Ketika Konten EMP ACTION diupload, kita diperlihatkan oleh reaksi dari Jonathan yang membuka video tiktok hasil dari tag penonton lainnya. Seperti contoh terdapat sebuah video yang <i>relate</i> dengan kehidupan maka Jonathan akan memberikan respon “sama si guys, gue juga merasakan hal yang

	sama kaya yang divideo, jadi thanks buat pengirim sudah mengingatkan.....”
Peneliti	Apakah pernah Jonathan Liandi merespons Anda secara pribadi?
Informan	Pernah dulu ketika saya langganan membership 1 bulan, otomatis akun youtube saya namanya berubah menjadi warna hijau. Ketika akun saya berbeda dengan yang lain, disitulah Jonathan me <i>notice</i> saya dibandingkan yang lain. Walaupun saya hanya menuliskan pesan “Halo apa kabar bang Jo?” dan ia membalasnya seperti ini “halo zidant, kabar baik semoga kamu juga baik baik saja ya”.
Peneliti	Apakah ada gaya bahasa khusus yang digunakan?
Informan	Ya, ada. Ia sering menggunakan bahasa istilah-istilah dalam Mobile Legends hingga saya dan teman-teman saya sering terinfluence mengikuti perkataan Jonathan Liandi
Peneliti	Bagaimana perbedaan gaya komunikasi di YouTube dan platform lain?

Informan	Di YouTube lebih ekspresif dan lebih Santai, di platform lain seperti Instagram kebanyakan hanya untuk promosi sponsor dan mengenai hal privat keluarganya.
Peneliti	Apakah YouTube memperkuat kedekatan idola-fans?
Informan	Menurut saya, iya. Ketika saya menonton Jonathan Liandi di Youtube, Saya jadi mengetahui kebiasaan dia ketika bermain Mobile Legends seperti geser-geser map, jual-beli item dan kebiasaan lainnya. Hal tersebut menjadikan saya merasakan persamaan dengan Jonathan
Peneliti	Fitur apa yang mempengaruhi kedekatan itu?
Informan	Ketika live streaming bermain Mobile Legends, didalamnya terdapat fitur live chat yang digunakan Jonathan untuk berinteraksi dengan audiensnya, ia sering meminta rekomendasi <i>hero</i> yang ia gunakan kepada live chat bahkan dilakukan sebuah polling untuk menentukannya.
Peneliti	Bagaimana perbedaan interaksi di YouTube dan platform lain menurut Anda?

Informan	Tentu saja ini ya mas kalau di Youtube entah itu livestraming atau konten memiliki durasi yang lebih panjang seperti 1-3 jam untuk livestreaming dan konten seperti 10-30 menitan. Sedangkan diplatform lain seperti Instagram maksimal hanya 1-3 menit saja. Jadi sedikit yang kita dapat selain dari Youtube
Peneliti	Bagaimana reaksi Anda ketika Jonathan Liandi berinteraksi langsung di YouTube?
Informan	Tentu saja saya merasa terhibur akan ekspresi muka dia yang secara spontan entah itu ketika mengumpat, marah, dan berteriak. Ia juga menghibur saya ketika saya sedang stress banyak pikiran
Peneliti	Ceritakan momen yang membuat Anda merasa terhubung.
Informan	Ketika Jonathan Liandi pernah me <i>notice</i> komentar saya secara tidak sengaja yang bertuliskan “Hallo bang Jo” dan ia menjawab “Hallo juga Zidant’. Dimana saat itu membership saya sudah habis dan saya jarang berkomentar, tapi ketika

	berkomentar sekali langsung dibalas via livestreaming
Peneliti	Bagaimana persepsi Anda terhadap penampilan Jonathan Liandi di YouTube?
Informan	Ia terlihat santai dan tidak terlalu heboh, tetap profesional. Namun ketika livestreaming Nobar tournament Mobile Legends apalagi yang main adalah perwakilan Indonesia ia akan mengajak penontonnya untuk mendukung <i>indo pride</i>
Peneliti	Apakah Anda sadar bahwa kedekatan tersebut hanya ilusi atau merasa nyata?
Informan	Saya tahu, namun bagi saya itu tetap merasa nyata, karena pengalaman saya sendiri selama membership saya sering tanya-jawab dengannya via live streaming
Peneliti	Apakah Anda menganggap Jonathan Liandi sebagai sosok dekat (teman/keluarga)?
Informan	Kalau sebagai teman yang dekat menurut saya sih enggak juga ya mas, saya tetap menganggapnya sebagai seorang panutan. Karena saya tau sendiri <i>backstory</i> dia seperti apa yang menjadikan saya mengidolakannya.

Peneliti	Apakah ada interaksi tertentu yang membuat Anda merasa lebih terkoneksi?
Informan	Ketika dia kembali membalas sapaan saya dan menyebut nama saya, disitu saya merasa terhubung dengannya. Mungkin menurut orang lain itu hanyalah sapaan biasa, namun bagi saya disapa dan disebut namanya langsung oleh idola adalah hal yang menyenangkan bagi saya
Peneliti	Konten apa yang paling menarik menurut Anda? Mengapa?
Informan	Konten Podcast EmpeTalk, karena podcast tersebut dapat memberikan sudut pandang lain pada narasumber yang diundang seperti Profesional player, Psychology, dan bahkan konten creator lainnya.
Peneliti	Bagaimana Anda menanggapi ketika Jonathan Liandi menunjukkan sisi pribadinya?
Informan	Saya jadi lebih menghargainya dan mengetahui sudut pandang lainnya menjadi konten kreator dan profesional player pada masa ia bermain.

Peneliti	Bagaimana Anda menyikapi perbedaan pandangan dengan penggemar lain?
Informan	Saya tidak mempermasalahkan karena setiap penonton memiliki sudut pandang dan pemikiran yang berbeda. Tidak bisa saya paksakan opini saya untuk sama dengan penonton yang lain.
Peneliti	Bagaimana Anda merespons perbedaan antara citra Jonathan Liandi di YouTube dan di media lain?
Informan	Saya memakluminya karena tidak mudah menjadi seorang public figure yang menjadi sorotan banyak orang. Terkadang saya ambil baiknya, dan buang buruknya untuk diterapkan di kehidupan saya

Nama : EAGD

Tanggal : 12 Agustus 2025

	MATERI WAWANCARA
Peneliti	Selamat siang mas, boleh perkenalkan nama, asal dan pekerjaan?
Informan	Baik mas, nama saya Erwinsyah Arya bisa dipanggil Ryo, asal saya dari magelang tapi sekarang saya sedang bekerja di daerah Yogyakarta. Saya merupakan freshgraduate dari kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang saat ini sedang bekerja menjadi bagian tim dokumentasi dan tim verifikasi disuatu perusahaan
Peneliti	Apa hobi anda mas?
Informan	Kalau untuk hobby setaun belakang ini saya sedang menekuni gym, kalau untuk hobby dari dulu sampai sekarang masih bermain Mobile Legends sih mas
Peneliti	Dari mana anda mengenal Mobile Legends?
Informan	Dulu saya memainkan game Dota 2 di warnet, suatu ketika ada teman saya di Facebook mengajak saya untuk bermain Mobile Legends karena sama sama <i>moba</i> tapi lebih fleksibel karena bisa melalui

	handphone itu kira kira pada tahun 2016 saya mulai memainkannya
Peneliti	Siapa Profesional player yang paling anda gemari?
Informan	Dulu saya mengidolakan tim Evos Esport yang didalamnya berisikan beberapa player yang saya idolakan seperti Jessnolimit dan Emperor(nama panggung Jonathan). Namun sayangnya saat itu tim tersebut tidak pernah mendapatkan gelar juara
Peneliti	Apa saja aktivitas atau kegiatan yang berkaitan dengan Mobile Legends yang pernah anda lakukan sebagai penggemar?
Informan	Dulu saya mengikuti beberapa turnamen yang diselenggarakan ditempat daerah saya, walaupun jarang mendapatkan juara. Saya juga mengikuti turnamen yang diselenggarakan oleh pihak kampus saat saya berkuliah dulu
Peneliti	Bagaimana Anda pertama kali mengetahui channel YouTube Jonathan Liandi?
Informan	Saya mengenal channel youtube Jonathan Liandi semenjak 2019, tepatnya ketika dulu ia viral dibantai oleh Onic Esport saat

	livestreaming bermain rank Mobile Legends. K/D/A dia hingga 3/15/6 menjadikannya viral di media Tiktok atau Youtube saat itu
Peneliti	Apa yang membuat Anda tertarik menonton Jonathan Liandi?
Informan	Kepribadiannya yang khas sering marah-marah terkesan lucu dan menghibur bagi saya
Peneliti	Sudah berapa lama Anda menonton Jonathan Liandi di YouTube?
Informan	Saya mulai menonton ketika ia dulu berpindah kontrak dari Bigetron Esport menuju Evos Esport dimana Evos merupakan tim favorit saya, disitulah saya mulai menontonnya. Sejak 2019 sampai sekarang masih sering nonton
Peneliti	Bagaimana Jonathan Liandi menampilkan dirinya di YouTube?
Informan	Pandangan saya karakter Jonathan ketika livestreaming lucu, sering melakukan gerakan tambahan atau <i>troll</i> ketika bermain Mobile Legends. Ketika dalam podcast, Jonathan mampu memposisikan dirinya

	sebagai seorang host untuk tamunya bercerita dengan nyaman
Peneliti	Apakah persona di YouTube berbeda dari di platform lain?
Informan	Menurut saya berbeda, untuk di Apps Instagram lebih menampilkan kepribadian yang lebih formal dan profesional karena ada beberapa <i>paid promote</i> di feeds ig nya.
Peneliti	Apa saja jenis konten yang diunggah?
Informan	Banyak jenis konten yang Jonathan unggah, namun saya lebih <i>prefer</i> menonton konten podcast <i>Empetalk</i> , <i>review skin</i> dan <i>hero Mobile Legends</i> , dan konten <i>Empaction</i> .
Peneliti	Apakah konten membuat Anda merasa dekat dengan Jonathan Liandi?
Informan	Bagi saya iya, dalam konten <i>Empetalk</i> , ia dengan tamunya bisa menjalin obrolan yang nyaman dan nyambung sehingga enak untuk didengarkan, ditambah <i>guest</i> yang datang merupakan orang-orang yang berpengalaman di bidangnya jadi saya mendapat ilmu yang baru juga dari situ. Dalam konten pada konten <i>review skin</i> dan

	<p><i>hero</i>, saya sebagai orang yang sering membeli <i>skin</i> kerap melihat konten Jonathan guna melihat secara langsung skin tersebut sebelum saya membelinya dalam game, disana Jonathan kerap mendeskripsikan keunikan skin tersebut, apakah layak untuk dibeli atau tidak, secara tidak langsung saya membutuhkan sudut pandang dari Jonathan terhadap skin baru yang dirilis. Kalau untuk konten <i>Empaction</i> saya sering menontonnya ketika saya sedang makan sendiri dulu waktu habis kelas dari kampus, jadi saya tidak merasakan sendiri namun ditemani oleh hadirnya konten <i>Empaction</i> tersebut.</p>
Peneliti	Bagaimana Jonathan Liandi berinteraksi dengan penggemar di YouTube?
Informan	<p>Dalam live steaming Jonathan, ia kerap merespon pertanyaan-pertanyaan yang penontonnya lontarkan dalam kolom <i>live chat</i>, pesan donasi, dan membalas notifikasi selamat datang bagi para membership baru.</p> <p>Dari konten <i>Empetalk</i> yang ia upload, Jonathan kerap meminta kritik dan saran</p>

	bagi para penontonnya untuk tamu selanjutnya yang ia undang “guys komentar dibawah untuk kasih saran tamu siapa lagi yang bakalan kita undang” melalui kolom komentar seperti “bang Jo saran kedepannya undang pasti seru”
Peneliti	Apakah pernah Jonathan Liandi merespons Anda secara pribadi?
Informan	Pernah bahkan sering, selain menikmati konten yang Jonathan buat, saya juga sering melakukan komentar pada live chat, ikut melakukan polling yang Jonathan buat, dan kerap memberikan donasi entah itu live <i>Charity</i> maupun <i>live streaming</i> biasa.
Peneliti	Apakah ada gaya bahasa khusus yang digunakan?
Informan	Ya, ada mas. Jonathan sering menggunakan istilah bahasa Mobile Legends, contohnya Jonathan dulu sering berucap “yang penting kan <i>freestyle</i> dulu bos” ketika bermain Mobile Legends
Peneliti	Bagaimana perbedaan gaya komunikasi di YouTube dan platform lain?

Informan	Di channel Youtube nya, Jonathan lebih ekspresif dan lebih interaktif kepada penontonnya. Di platform lain seperti Instagram Jonathan kebanyakan hanya untuk <i>paid promote, endorse, event</i> Mobile Legends, serta mengenai hal privat di keluarg
Peneliti	Apakah YouTube memperkuat kedekatan idola-fans?
Informan	Menurut saya, iya.. ketika saya mengetahui <i>short movie backstory</i> dari seorang Emperor atau Jonathan ini, saya ikut merasakan kasihan dan respek kepada Jonathan atas pilihan hidupnya.
Peneliti	Fitur apa yang mempengaruhi kedekatan itu?
Informan	Menurut saya live streaming. Karena dalam fitur ini tersedia juga kolom live chat yang dimana terhubung langsung dengan Jonathan, Fitur donasi dan <i>membership</i> yang turut membantu <i>streamer</i> dalam membangun channel seakan ikut membesarkan channel

Peneliti	Bagaimana perbedaan interaksi di YouTube dan platform lain menurut Anda?
Informan	Dalam Youtube, Jonathan dapat secara langsung berinteraksi tanya-jawab dengan penonton melalui live chat tanpa adanya <i>delay</i> yang terjadi. Sedangkan dalam platform lain misalnya dulu ada aplikasi livestreaming juga bernama NIMO TV, disana pesan yang dikirim penonton dengan yang diterima Jonathan mengalami <i>delay</i> . Jadi tidak merasakan <i>feels</i> nya ketika mengobrol
Peneliti	Bagaimana reaksi Anda ketika Jonathan Liandi berinteraksi langsung di YouTube?
Informan	Saya merasa terhibur, soalnya sering terjadi interaksi antar penonton dengan Jonathan Liandi yang lucu dan spontan. Ada yang melawak, ada yang membuat Jonathan marah dan mengumpat, dan banyak lagi
Peneliti	Ceritakan momen yang membuat Anda merasa terhubung.
Informan	Ketika saya mendonate Jonathan, dengan text "bang Jo sapa aku dong", akhirnya dijawab oleh jonathan dengan baik, "halo,

	Erwinsyah, makasih ya donatonya, sehat selalu”
Peneliti	Bagaimana persepsi Anda terhadap penampilan Jonathan Liandi di YouTube?
Informan	Ia terlihat santai dan biasa saja apa adanya, justru karena untuk sekarang dia lebih cenderung kearah menghibur penonton. Disitu letak asiknya sekarang, Jonathan kerap livestreaming sambil bermain dengan <i>havefun</i> , tidak bermain dengan <i>competitive</i> . Sehingga semisal dia memutuskan untuk tidak <i>livestreaming</i> bahkan hingga semingguan, saya merasa kehilangan teman untuk saya ajak ngobrol
Peneliti	Apakah Anda sadar bahwa kedekatan tersebut hanya ilusi atau merasa nyata?
Informan	Bagi saya kedekatan itu terasa nyata, ketika ia menyebut nama saya secara langsung di livestreamingnya.
Peneliti	Apakah Anda menganggap Jonathan Liandi sebagai sosok dekat (teman/keluarga)?
Informan	Tidak samapai ke teman sih mas, saya menganggapnya sebagai seorang <i>idol</i> dalam bermain mobile legend dan sebagai

	penikmat konten yang dia sediakan untuk hiburan semata.
Peneliti	Apakah ada interaksi tertentu yang membuat Anda merasa lebih terkoneksi?
Informan	Ketika Jonathan memanggil nama saya di live streaming, dan ketika dia membaca pesan-pesan donasi yang saya kirimkan
Peneliti	Konten apa yang paling menarik menurut Anda? Mengapa?
Informan	Konten pada saat Jonathan bermain <i>rank</i> Mobile Legends yang kemudian dibantai oleh Onic Esport pada tahun 2019 dengan K/D/A 3/15/6. Menurut saya itu konten terbaik Jonathan yang pernah di <i>upload</i> selama ini. Karena membuat saya sangat terhibur dan banyak moment lucu yang terjadi pada saat itu
Peneliti	Bagaimana Anda menanggapi ketika Jonathan Liandi menunjukkan sisi pribadinya?
Informan	Menurut saya pribadi itu hal yang profesional yang tidak semua orang bisa lakukan. Dia paham waktu bagaimana memposisikan dirinya untuk menghibur

	penonton dan waktu memposisikan dirinya untuk serius dalam urusan tertentu.
Peneliti	Bagaimana Anda menyikapi perbedaan pandangan dengan penggemar lain?
Informan	Saya tidak terlalu memedulikan hal itu. Karena setiap orang memiliki opini atau pendapatnya sendiri. Jadi setiap orang berhak atas kritik atau saran yang dia sampaikan
Peneliti	Bagaimana Anda merespons perbedaan antara citra Jonathan Liandi di YouTube dan di media lain?
Informan	Menurut saya itu hal yang profesional sebagai <i>content creator</i> . Tidak mudah untuk membuat <i>personal branding</i> di setiap social media.

Nama : DNA

Tanggal : 13 Agustus 2025

	MATERI WAWANCARA
Peneliti	Selamat siang mas, boleh perkenalkan nama, asal dan pekerjaan?
Informan	Siang juga mas, perkenalkan nama saya Daffa Nizar Achmad, asal Salaman, Magelang, dan sekarang saya masih sebagai mahasiswa di kampus Univeristas Tidar Magelang
Peneliti	Apa hobi anda mas?
Informan	Dari SMP saya memiliki hoby bermain game online di warnet
Peneliti	Dari mana anda mengenal Mobile Legends?
Informan	Dulu ketika bermain di warnet, ada teman SMP saya yang merekomendasikan game Mobile Legends “Dapo mau main game ini gak?”, saya hanya memandang game tersebut dan berkata “lebih seruan Dota2”. Secara tidak langsung begitulah saya
	mengenal Mobile Legends saat itu. Lalu lama kelamaan saya <i>download</i> Mobile Legends tersebut.

Peneliti	Siapa Profesional player yang paling anda gemari?
Informan	Kalau dulu saya mengidolakan <i>player</i> bernama Tuturuu dari tim Rex Regum Qeon, karena persamaan <i>role</i> saya dengannya yaitu <i>Marksman</i> .
Peneliti	Apa saja aktivitas atau kegiatan yang berkaitan dengan Mobile Legends yang pernah anda lakukan sebagai penggemar?
Informan	Dari dulu sampai sekarang saya mengikuti beberapa event tournamen Mobile Legends yang diselenggarakan kebanyakan di kota Magelang dan beberapa tournamen yang diselenggarakan oleh kampus Universitas Tidar. Selain itu, saya juga mengambil <i>job</i> jokian sebagai sampingan mencari uang jajan.
Peneliti	Bagaimana Anda pertama kali mengetahui channel YouTube Jonathan Liandi?
Informan	Ketika dulu dia masih aktif livestreaming di tim Evos Esport, dimana ia disitu juga termasuk masih <i>new transfer</i> yang masuk ke Evos Esport. jadi ketika ada nama baru di tim tersebut, saya mencarinya ke Youtube.

Peneliti	Apa yang membuat Anda tertarik menonton Jonathan Liandi?
Informan	Pembawaanya ketika <i>livestreaming</i> yang lucu dan ketika ngomong cenderung spontan ceplas ceplos.
Peneliti	Sudah berapa lama Anda menonton Jonathan Liandi di YouTube?
Informan	Sudah agak lama mas, kayaknya sekitar tahun 2018 waktu Jonathan masih bernaung di Evos Esport
Peneliti	Bagaimana Jonathan Liandi menampilkan dirinya di YouTube?
Informan	Pembawannya yang menghibur ketika dia marah di <i>troll</i> oleh <i>public rank game</i> Mobile Legends menampilkan kesan yang natural dan spontan bagi saya
Peneliti	Apakah persona di YouTube berbeda dari di platform lain?
Informan	Di Instagram ia lebih condong ke real life entah itu endorsement, perihal mengenai istri dan anaknya, serta cuplikan konten
	Youtube yang diupload di Instagram. Di Youtube ia mem <i>branding</i> dirinya condong ke <i>entertainment</i>

Peneliti	Apa saja jenis konten yang diunggah?
Informan	Kayaknya kalau untuk jenis konten yang dia <i>upload</i> banyak ya mas, tapi yang sering saya tonton hanya konten tertentu seperti <i>Gameplay</i> ketika bermain Mobile Legends, podcast Empetalk, sama palingan Empaction untuk menemani makan siang saya..
Peneliti	Apakah konten membuat Anda merasa dekat dengan Jonathan Liandi?
Informan	Bagi saya tidak terlalu juga mas, mungkin karena saya yang kebanyakan nonton podcast Empetalk dimana Jonathan sebagai <i>host</i> dan akan lebih berfokus kepada obrolan bintang tamunya.
Peneliti	Bagaimana Jonathan Liandi berinteraksi dengan penggemar di YouTube?
Informan	Ketika <i>live streaming</i> Jonathan sering membaca pesan donasi seperti “halo bang Jo”, “sapa aku bang Jo”, “bang Jo aku ulang tahun, ucapin dong” kurang lebih seperti itu

	<p>untuk pesan donasi. Untuk live chat Jonathan juga sering membacanya, namun lebih cenderung membaca chat penonton yang telah <i>membership</i> karena berwarna hijau jadi mudah terbaca.</p>
Peneliti	<p>Apakah pernah Jonathan Liandi merespons Anda secara pribadi?</p>
Informan	<p>Pernah sesekali saya melakukan donasi ketika Jonathan <i>live streaming</i> untuk <i>charity</i>, saya berdonasi sekitar 50 ribu untuk <i>charity</i> korban gempa di Cianjur yang dimana total donasi mencapai kurang lebih 74 juta rupiah di Youtube Jonathan. dalam pesan donasinya, saya mengetik “ini bang Jo ada sedikit rezeki, semoga bisa membantu”, dan Jonathan merespon “nakasih Dapo, makasih banyak ya Dapo lancar rezekinya sehat selalu sekeluarga”. Kurang lebih seperti itu mas</p>
Peneliti	<p>Apakah ada gaya bahasa khusus yang digunakan?</p>
Informan	<p>Ada mas, dulu ketika masih di Evos Jonathan cenderung berbicara menggunakan logat Palembang dia, dari</p>

	<p>situ juga saya mulai sedikit mengerti istilah-istilah kata yang dia gunakan. Mungkin kalo paling khasnya bagi penonton Jonathan yaitu kalimat “freestyle dulu bos” diimbangi dengan momen kocaknya saat itu yang menjadikannya identitas atau ciri khasnya pada saat itu.</p>
Peneliti	<p>Bagaimana perbedaan gaya komunikasi di YouTube dan platform lain?</p>
Informan	<p>Di Youtube ia cenderung lebih ke bebas mengekspresikan karena mood dia jatuhnya tetep entertain ya mas, sedangkan kalau di Instagram ia lebih formal, struktur, karena adanya ketentuan dalam endorsment yang jelas berbeda dengan di Youtube bagi saya</p>
Peneliti	<p>Apakah YouTube memperkuat kedekatan idola-fans?</p>
Informan	<p>Bagi saya iya mas, bagi penonton mereka bebas berekspresi melalui fitur live chat kepada idolanya. Bagi idola khususnya Jonathan Liandi ia juga bebas berekspresi ketika menjawab pesan pesan entah itu di live chat, pesan donasi, entah di kolom komentar</p>

Peneliti	Fitur apa yang mempengaruhi kedekatan itu?
Informan	Bagi saya yang paling jelas melalui live chat mas apalagi dia seorang membership maka dia bakalan lebih gampang di <i>notice</i> . Namun jikalau ingin lebih di <i>notice</i> lebih gampang melalui fitur pesan donasi yang otomatis semakin mudah terbaca oleh streamer
Peneliti	Bagaimana perbedaan interaksi di YouTube dan platform lain menurut Anda?
Informan	Bagi saya interaksi di Youtube bisa di <i>setting</i> untuk <i>delay</i> atau <i>no delay</i> , tergantung ke streamer itu sendiri tapi rata rata streamer tidak mengaktifkan delay pada <i>live streaming</i> nya. Kalau di Instagram Live, terdapat delay 2-5 detik hingga pesan yang ditulis di komentar baru bisa dibaca oleh idolanya .
Peneliti	Bagaimana reaksi Anda ketika Jonathan Liandi berinteraksi langsung di YouTube?
Informan	Entah kenapa ya mas, kadang saya hanya melihat mimik muka Jonathan saja saya kadang tertawa gatau lucu saja gitu seakan

	<i>throwback</i> dengan kejadian-kejadian sebelumnya hahahaha seperti <i>troll game</i> , kejadian spontan dalam game yang tidak terlupakan.
Peneliti	Ceritakan momen yang membuat Anda merasa terhubung.
Informan	Mungkin karena humor saya yang agak receh ya mas, namun ketika melihat Jonathan <i>live streaming</i> ini sangat menghibur bagi saya seakan saya tenah bercanda dengan teman saya. Di sisi lain, dulu Jonathan sering membagikan ilmu-ilmu Mobile Legends yang saat ini masi sering saya terapkan, secara tidak langsung saya juga terhubung dengan Jonathan.
Peneliti	Bagaimana persepsi Anda terhadap penampilan Jonathan Liandi di YouTube?
Informan	Untuk Jonathan yang sekarang, ia cenderung untuk <i>live streaming</i> yang menghibur penonton dengan lawakan dan komedinya
Peneliti	Apakah Anda sadar bahwa kedekatan tersebut hanya ilusi atau merasa nyata?

Informan	Yaa saya sadar mas. Dari awal konsep media sosial juga saya mengetahui bahwasanya hubungan ini hanya bersifat satu arah, seperti halnya saya mengetahui kehidupan Jonathan, namun Jonathan tidak mengetahui kehidupan saya.
Peneliti	Apakah Anda menganggap Jonathan Liandi sebagai sosok dekat (teman/keluarga)?
Informan	Jatuhnya saya menganggap dia layaknya temen saya sendiri sih mas, ketika dia berbicara melewati <i>live streaming</i> saya cenderung untuk mendengarkan layaknya mendengarkan teman saya sendiri
Peneliti	Apakah ada interaksi tertentu yang membuat Anda merasa lebih terkoneksi?
Informan	Ketika saat itu aya pernah order mabar vip bersama Jonathan dengan cara mengirimkan pesan donate untuk meramaikan channelnya yang waktu itu sembari dengan live charity. Ketika mabar 1 game dengannya, dia selalu berteriak “woii gimana sih Dapo”, “semangat gendong nya Dapo”, “nooooo, Dapo kenapa matii...”. Interaksi tersebut menjadikan saya

	merasa terhubung seperti bermain satu tongkrongan dengannya.
Peneliti	Konten apa yang paling menarik menurut Anda? Mengapa?
Informan	Podcast Empetalk , ia banyak mengundang <i>profesional player</i> dari berbagai tim Mobile Legends Indonesia. Sebagai wadah bercerita bagi <i>profesional player</i> , Jonathan menjadi <i>host</i> dengan sangat baik ia mampu mengulik informasi dan ilmu dari bintang tamu dan membuka sudut pandang dari bintang tamu.
Peneliti	Bagaimana Anda menanggapi ketika Jonathan Liandi menunjukkan sisi pribadinya?
Informan	Ketika Jonathan mengalami emosi yang mendalam disana bahkan sampai mengumpat, justru menjadikan saya terhibur sih mas dengan dibarengin gimmick muka, badan dan tangan dia yang spontan jadi kesan lucunya dapat. Disisi lain saya tidak menganggap amarah dia betulan yang amarah dengan penonton, melainkan hanya gimmick semata.

Peneliti	Bagaimana Anda menyikapi perbedaan pandangan dengan penggemar lain?
Informan	Kalau dari saya pribadi mas, saya tidak terlalu ambil pusing sih mas. Kaya saya disini hanya menikmati apa Jonathan sajikan, jadi jikalau ada komentar negatif pun bagi saya hanya lewat semata dan mungkin lebih men support streamer.
Peneliti	Bagaimana Anda merespons perbedaan antara citra Jonathan Liandi di YouTube dan di media lain?
Informan	Setau saya Jonathan pernah diundang di stasiun televisi dalam acara Esport Star Indonesia dimana dia seperti memiliki citra yang berbeda seperti <i>cool</i> , tegas dan disiplin karena perannya sebagai <i>coach</i> disana. Sedangkan yang sudah mengetahui nya lewat Youtube mungkin akan tertawa lebar melihat dia yang seakan seperti memiliki kepribadian ganda hahaha.

Nama : ANS

Tanggal : 13 Agustus 2025

	MATERI WAWANCARA
Peneliti	Selamat siang mas, boleh perkenalkan nama, asal dan pekerjaan?
Informan	Siang juga mas, perkenalkan nama saya Arya Nanda Satria, asal dari Bumi Prayudan, Magelang, dan untuk sekarang saya masih kuliah semester 5 di kampus Universitas Tidar Magelang.
Peneliti	Apa hobi anda mas?
Informan	Untuk sekarang mungkin mengikuti pencak silat dan bermain game Mobile Legends mas
Peneliti	Dari mana anda mengenal Mobile Legends?
Informan	Berawal dari bermain game Arena of Valor yang kemudian diajakin untuk bermain Mobile Legends sama teman smp saya. Lama kelamaan saya berpaling tertarik ke Mobile Legends karena mekanik bermain AOV lebih susah.

Peneliti	Siapa Profesional player yang paling anda gemari?
Informan	Untuk sekarang ini mungkin Kairi dan Sanz dari tim Onic Esport
Peneliti	Apa saja aktivitas atau kegiatan yang berkaitan dengan Mobile Legends yang pernah anda lakukan sebagai penggemar?
Informan	Saya mengikuti beberapa event tournamen kampus Universitas Tidar Magelang, dan sambil dengan menjoki Mobile Legends
Peneliti	Bagaimana Anda pertama kali mengetahui channel YouTube Jonathan Liandi?
Informan	Saya mengetahui channel Jonathan dulu ketika saya mencari <i>tutorial hero</i> Gusion Mobile Legends di Youtube dan yang muncul video Jonathan liandi ketika masih berseragam Evos Esport
Peneliti	Apa yang membuat Anda tertarik menonton Jonathan Liandi?
Informan	Pembawaanya yang <i>fun</i> dan menghibur menjadikan saya terus kembali untuk menontonnya. Apalagi ketika dia melakukan <i>feed</i> atau <i>troll</i> ketika di dalam game Mobile Legends

Peneliti	Sudah berapa lama Anda menonton Jonathan Liandi di YouTube?
Informan	Sudah lama sih mas, semenjak dia pensiun dari dunia kompetitif <i>scene</i> Mobile Legends hingga sekarang
Peneliti	Bagaimana Jonathan Liandi menampilkan dirinya di YouTube?
Informan	Jonathan tampil dengan apa adanya, santai, natural, dan spontan aja gitu mas gaada apapun yang berbau setingan. Dia juga berfokus kepada <i>entertain</i> kepada para penontonnya
Peneliti	Apakah persona di YouTube berbeda dari di platform lain?
Informan	Sangat berbeda mas, saya melihat Jonathan melalui Instagram dirinya membranding sebagai Influencer yang Dimana setiap konten IG nya berisikan endors entah itu dari Mobile Legends sebagai KOL, bisnis dia dengan temannya Opor Susu Legendaris, bisnis ada <i>top up diamond</i> bernama @Empe.shop dan Brand parfumnya bernama @SKNDL.Fragrance. Sedangkan di Youtube terlihat berbanding

	<p>terbalik dengan yang di Instagram, ia di livestreamingnya sering melakukan hal hal tidak terduga baik dari perilaku, ucapan, reflek yang tidak terduga kayak ada aja tingkahnya gitu mas.gabisa diam.</p>
Peneliti	<p>Apa saja jenis konten yang diunggah?</p>
Informan	<p>Kayaknya untuk jenis kontennya sendiri ada banyak ya mas, dari Review skin dan hero, ada podcast Empetalk, ada Empetour dimana Jonathan melakukan <i>roomtour</i> di <i>gaming house</i> tim Esport, ada konten <i>react</i> video tiktok Empaction, ada podcast juga khusus recap match tournamen Empeshow, ada Empellenge dimana Jonathan menantang Youtuber lainnya, dan ada konten sahur bareng di Empehur, serta konten bermain game selain Mobile Legends</p>
Peneliti	<p>Apakah konten membuat Anda merasa dekat dengan Jonathan Liandi?</p>

Informan	Menurut saya iya mas, walaupun hanya melalui unggahan konten Youtube Jonathan tidak pernah memalingkan pandangannya dari kamera, dia selalu memandangnya seakan memang sedang berkomunikasi kepada kita para penontonnya. Dari hal tersebut saja saya sudah merasakan adanya kedekatan tersendiri mas layaknya ngobrol berdua.
Peneliti	Bagaimana Jonathan Liandi berinteraksi dengan penggemar di YouTube?
Informan	Ketika livestreaming berlangsung, saya mengamati bahwa notifikasi dari pesan donasi tidak pernah berhenti, banyak penonton yang mengirimkan pesan donasi kebanyakan sih kaya “halo bang Jo”, “Zee(anaknya) apa kabar bang Jo, “bang Jo ucapin ulang tahun dong” yang saya lihat gitu mas. Ga jarang juga ia membaca kolol <i>livechat</i> dan membacakannya ketika Live streaming. Kalau dalam konten Youtubenya, Jonathan kerap membuka kolom komentarnya guna menerima entah itu kritik atau saran yang memabngun untuk channelnya.

Peneliti	Apakah pernah Jonathan Liandi merespons Anda secara pribadi?
Informan	dalam konten <i>react</i> video tiktok EMPACTION yang dimana video saya berhasil di <i>react</i> oleh Jonathan Liandi. Saat di <i>react</i> Jonathan memberikan sebuah kesan, pujian, dan saran untuk saya kedepannya dalam membuat video tiktok “ini sih lucu banget ya guys, video siapa ini oh Arya”. Saya yang awalnya hanya iseng meng upload video di tiktok, ternyata berhasil untuk di <i>react</i> oleh Youtuber yang terhitung besar lah ya mas, menciptakan sebuah keakraban dengan fans atau penontonnya sendiri
Peneliti	Apakah ada gaya bahasa khusus yang digunakan?
Informan	Jonathan kerap menggunakan logat bahasa Palembang seperti “alahh siaa boyyy”, “apo kao ni”, “dak pacak kao ni”. Selain logat Palembang, Jonathan juga menggunakan gaul seperti “gaskeunn”, “santuy bet”

Peneliti	Bagaimana perbedaan gaya komunikasi di YouTube dan platform lain?
Informan	Melalui Youtube, memiliki durasi yang panjang hingga 1 jam ketika Empetalk, Empeshow, atau ketika live streaming MPL dengan gaya santai, natatif sering memanfaatkan logat Palembang di momen-momen lucu. Sedangkan di Instagram dia lebih <i>to the point</i> dan <i>visual</i> , banyak interaksi melalui polling, Q&A, atau DM via Instagram story
Peneliti	Apakah YouTube memperkuat kedekatan idola-fans?
Informan	Menurut saya, YouTube bikin saya merasa lebih dekat sama Jonathan Liandi. Soalnya di videonya dia sering ngobrol santai, kadang pake logat Palembang yang lucu, terus ceritanya panjang jadi kayak lagi dengerin temen cerita. Walaupun nggak kenal langsung, rasanya udah kayak ngerti sifat dan kebiasaannya dia
Peneliti	Fitur apa yang mempengaruhi kedekatan itu?

Informan	Menurut aku, yang bikin terasa dekat itu fitur YouTube kayak kolom komentar sama live chat pas dia streaming. Jadi walaupun nggak bisa ketemu langsung, kita bisa nitip pesan atau bercanda di situ, dan kadang dia bales di video atau di chat. Terus fitur rekomendasi video juga bikin aku sering nonton kontennya, jadi rasanya kayak dia selalu ada.
Peneliti	Bagaimana perbedaan interaksi di YouTube dan platform lain menurut Anda?
Informan	Kalau di YouTube, interaksinya lebih ke nonton video panjang dan ninggalin komentar. Jonathan biasanya balesnya nggak langsung, kadang di video selanjutnya. Tapi kalau di Instagram atau TikTok, interaksinya lebih cepat, kayak lewat story, DM, atau komentar singkat. Rasanya di YouTube lebih dalam dan berkesan, sedangkan di platform lain lebih spontan.
Peneliti	Bagaimana reaksi Anda ketika Jonathan Liandi berinteraksi langsung di YouTube?

Informan	Ketika Jonathan me <i>react</i> video tiktok saya dengan menyebut nama saya secara langsung, rasanya seneng gitu mas seakan diperhatiin secara langsung jadi merasa lebih dekat saja dengan dia
Peneliti	Ceritakan momen yang membuat Anda merasa terhubung.
Informan	Pernah waktu dia live streaming di YouTube, aku komentar pake logat Palembang, terus dia baca dan jawab sambil ketawa. Di situ aku ngerasa banget kalau dia tuh bener-bener ngeliat penontonnya, apalagi dia balesnya juga pake logat. Rasanya kayak lagi ngobrol langsung, padahal lewat layar.
Peneliti	Bagaimana persepsi Anda terhadap penampilan Jonathan Liandi di YouTube?
Informan	Menurut saya, penampilan Jonathan di YouTube itu santai tapi tetap rapi. Dia nggak terlalu formal, jadi enak ditonton, kayak lagi ngobrol sama temen. Gesturnya juga ekspresif, sering senyum atau ketawa, jadi bikin suasana videonya hidup dan nggak ngebosenin

Peneliti	Apakah Anda sadar bahwa kedekatan tersebut hanya ilusi atau merasa nyata?
Informan	Sebenarnya saya sadar kalau kedekatan itu cuma ilusi, karena kan kita nggak kenal langsung. Tapi rasanya tetap nyata aja, soalnya dari cara dia ngomong dan bercanda di YouTube, saya jadi merasa kayak temenan beneran. Jadi walaupun cuma di layar, perasaannya tetep hangat.
Peneliti	Apakah Anda menganggap Jonathan Liandi sebagai sosok dekat (teman/keluarga)?
Informan	Iya, saya nganggap dia kayak temen sendiri. Soalnya dari cara dia ngomong di YouTube, bercanda, dan nanggapi penonton, rasanya akrab banget. Memang kita nggak kenal secara langsung, tapi vibe-nya tuh kayak ngobrol sama temen lama
Peneliti	Apakah ada interaksi tertentu yang membuat Anda merasa lebih terkoneksi?
Informan	Iya, waktu dia nyebut nama saya pas live streaming di YouTube. Padahal cuma baca dari chat, tapi rasanya seneng banget. Momen itu bikin saya merasa dia bener-

	bener notice aku di antara banyak penonton, jadi makin terasa dekat
Peneliti	Konten apa yang paling menarik menurut Anda? Mengapa?
Informan	buat saya, konten <i>Empetalk</i> yang paling menarik. Soalnya di situ Jonathan ngobrol panjang sama bintang tamu, dan obrolannya sering nyentuh hal-hal pribadi atau pengalaman hidup. Saya bisa ketawa bareng pas bagian lucu, tapi juga ikut mikir dan termotivasi pas mereka bahas perjuangan di esports. Rasanya kayak ikut duduk di meja mereka, dengerin cerita langsung
Peneliti	Bagaimana Anda menanggapi ketika Jonathan Liandi menunjukkan sisi pribadinya?
Informan	Waktu Jonathan nunjukkin sisi pribadinya di YouTube, saya merasa lebih dekat sama dia. Misalnya dia cerita masa-masa susah atau pengalaman lucu di luar game, itu bikin saya ngerasa kayak lagi ngobrol sama temen, bukan cuma nonton idola. Rasanya jadi lebih ngerti siapa dia di balik layar..

Peneliti	Bagaimana Anda menyikapi perbedaan pandangan dengan penggemar lain?
Informan	Kalau ada perbedaan pandangan dengan penggemar lain, saya sih santai saja. Soalnya setiap orang punya cara sendiri menikmati konten Jonathan. Ada yang suka gameplay-nya, ada yang lebih suka podcast-nya. Selama kita sama-sama saling menghormati, perbedaan itu justru membuat diskusi di kolom komentar menjadi seru
Peneliti	Bagaimana Anda merespons perbedaan antara citra Jonathan Liandi di YouTube dan di media lain?
Informan	Kalau di YouTube, saya merasa Jonathan lebih santai, sering bercanda, dan pakai logat khasnya. Interaksinya juga terasa lebih personal karena kita bisa komentar dan dia bisa baca atau balas. Tapi waktu saya lihat dia di televisi, kesannya lebih formal dan teratur, mungkin karena ada aturan siaran. Jadi, walaupun sama-sama menonton, di YouTube rasanya lebih dekat dan akrab dibandingkan di TV.”

Nama : SMR

Tanggal : 15 Agustus 2025

	MATERI WAWANCARA
Peneliti	Selamat siang mas, boleh perkenalkan nama, asal dan pekerjaan?
Informan	Perkenalkan nama saya Sahrul Muhammad Rizki, asal dari Magelang, dan kesibukan saya sekarang sedang menjalani masa perkuliahan di Universitas Terbuka dan sambil bekerja di rumah membantu bapak saya
Peneliti	Apa hobi anda mas?
Informan	Hobi saya sejak dulu masih sama mas, bermain game
Peneliti	Dari mana anda mengenal Mobile Legends?
Informan	Dulu sejak SMP, saya sedang mencari game yang menarik di Playstore, tanpa saya sengaja saya melihat game Mobile Legends untuk pertama kalinya. Dimana tidak lama setelah itu diadakanlah tournamen MPL Season 1 dan saya pun ikut menontonnya.
Peneliti	Siapa Profesional player yang paling anda gemari?

Informan	Dulu saya mengidolakan berat pemain dengan <i>nickname</i> Donkey yang berasal dari tim Evos Esport
Peneliti	Apa saja aktivitas atau kegiatan yang berkaitan dengan Mobile Legends yang pernah anda lakukan sebagai penggemar?
Informan	Dulu di Magelang, saya mengikuti beberapa event tournamen yang dibuat oleh Community Heroes Magelang (komunitas Mobile Legends). Tidak lama mungkin cuma 1,5 tahun, setelah itu saya hanya menjadi pemain biasa tanpa jiwa <i>competitive</i>
Peneliti	Bagaimana Anda pertama kali mengetahui channel YouTube Jonathan Liandi?
Informan	Saya pertama kali mengenal channel Youtube Jonathan Liandi saat teman saya sendiri sedang menonton live streaming beliau sekitar tahun 2019 silam
Peneliti	Apa yang membuat Anda tertarik menonton Jonathan Liandi?
Informan	Dulu saya menontonnya karena saya beranggapan bahwa Jonathan jago dan bertalenta ketika bermain Mobile Legends

Peneliti	Sudah berapa lama Anda menonton Jonathan Liandi di YouTube?
Informan	Mungkin sudah sekitar 4-5 tahun mas
Peneliti	Bagaimana Jonathan Liandi menampilkan dirinya di YouTube?
Informan	Pembawaan dia yang humoris dan lucu secara spontan. Seperti ketika dia berusaha untuk memenangkan game, namun tetap hasilnya kalah.
Peneliti	Apakah persona di YouTube berbeda dari di platform lain?
Informan	Menurut saya berbeda, seperti contoh ketika dia livestreaming di Youtube ia cenderung blak-blakan ketika berbicara. Berbeda ketika di Instagram ia terlihat lebih
	rapi dari segi outfit, penataan rambut, dan ekspresi muka yang terstruktur
Peneliti	Apa saja jenis konten yang diunggah?
Informan	Yang saya tahu ada podcast Empetalk, <i>Review skin</i> dan <i>hero</i> , <i>reaction</i> video Empaction, dan vlog
Peneliti	Apakah konten membuat Anda merasa dekat dengan Jonathan Liandi?

Informan	Tidak, saya tidak pernah berkomunikasi dalam konten yang Jonathan unggah.
Peneliti	Bagaimana Jonathan Liandi berinteraksi dengan penggemar di YouTube?
Informan	Kebanyakan melalui <i>livestreaming</i> -nya, baik melalui kolom <i>live chat</i> entah dia <i>membership</i> atau tidak, pesan donasi yang terkadang sapaan atau orang yang pengen namanya disapa seperti “Halo bang Jo” “sapa aku bang Jo” “bang Jo aku mau tidur, ucapin selamat tidur dong”, ataupun <i>membership</i> yang bergabung
Peneliti	Apakah pernah Jonathan Liandi merespons Anda secara pribadi?
Informan	Kalau secara pribadi gitu belum sih mas
Peneliti	Apakah ada gaya bahasa khusus yang digunakan?
Informan	Dia menggunakan bahasa gaulnya seperti “hayuu gaskeunn”, “yooo whasap gengsss”. Selain itu dia juga menggunakan logat khas Palembang seperti “nak kemanoo kau ni”, “aidahhh cak manooo” dan lain lain mas
Peneliti	Bagaimana perbedaan gaya komunikasi di YouTube dan platform lain?

Informan	Mungkin kalau di Youtube Jonathan kerap melakukan <i>live streaming</i> yang menjadikan bahasa beliau lebih santai dan spontan ketika berucap, berbeda dengan di Instagram dia sedikit lebih sopan dan terkesan profesional.
Peneliti	Apakah YouTube memperkuat kedekatan idola-fans?
Informan	Menurut dari saya pribadi iya mas, YouTube bikin idola dan fans terasa lebih dekat karena kreator bisa berbagi momen pribadi, ngobrol langsung lewat komentar atau live, dan muncul rutin di layar kita, jadi rasanya seperti teman sendiri
Peneliti	Fitur apa yang mempengaruhi kedekatan itu?

Informan	Menurut saya, fitur yang paling bikin kreator dan penonton jadi dekat itu komentar, live streaming, dan community tab. Soalnya lewat komentar kreator bisa bales langsung, di live streaming bisa nyapa kita real-time, dan lewat community tab mereka sering kasih update atau polling yang bikin kita merasa dilibatkan.
Peneliti	Bagaimana perbedaan interaksi di YouTube dan platform lain menurut Anda?
Informan	Menurut saya, interaksi di YouTube itu terasa lebih dalam dibanding banyak platform lainnya. Soalnya, durasi video yang panjang bikin kreator punya ruang buat bercerita dan nunjukin sisi personal secara lebih lengkap. Komentar di YouTube juga biasanya lebih panjang dan nyambung ke isi video, jadi obrolannya nggak sekadar singkat-singkat kayak di Instagram atau TikTok. Kalau di platform lain seperti Instagram atau TikTok, interaksinya cenderung cepat, singkat, dan

	<p>sering hanya berbentuk <i>like</i> atau komentar singkat. Memang seru dan spontan, tapi rasanya nggak sedekat di YouTube yang kontennya bisa bikin kita “ngobrol” lebih lama sama kreator.</p>
Peneliti	<p>Bagaimana reaksi Anda ketika Jonathan Liandi berinteraksi langsung di YouTube?</p>
Informan	<p>alau saya pribadi, rasanya senang banget dan merasa dihargai ketika Jonathan Liandi berinteraksi langsung di YouTube, apalagi kalau sampai membalas komentar atau menyapa di live streaming. Momen itu bikin saya merasa lebih dekat dengannya, seolah dia benar-benar mengenal dan peduli sama penontonnya.</p>
Peneliti	<p>Ceritakan momen yang membuat Anda merasa terhubung.</p>
Informan	<p>Pernah waktu Jonathan Liandi lagi live streaming, dia baca komentar saya dan langsung nyebut nama sambil ketawa. Walaupun cuma sebentar, rasanya kayak dia bener-bener nyapa secara pribadi. Sejak itu, saya jadi makin sering nonton dan merasa punya kedekatan khusus sama dia,</p>

	<p>walaupun sebenarnya cuma lewat layar. Kadang saya mendengarkan ketika sedang memberikan analisa gameplay dan kadang saya tertawa karena kekonyolan beliau dan viewers yang lain.</p>
Peneliti	<p>Bagaimana persepsi Anda terhadap penampilan Jonathan Liandi di YouTube?</p>
Informan	<p>Menurut saya, penampilan Jonathan Liandi di YouTube itu terlihat santai tapi tetap profesional. Dia sering tampil dengan gaya khasnya yang ramah dan humoris, jadi nontonnya nggak bikin bosan. Cara dia berbicara juga jelas dan lugas, tapi tetap terasa hangat, sehingga mudah buat penonton merasa nyaman dan terhubung sama dia.</p>
Peneliti	<p>Apakah Anda sadar bahwa kedekatan tersebut hanya ilusi atau merasa nyata?</p>
Informan	<p>Kalau saya, sebenarnya sadar kalau kedekatan itu cuma ilusi karena interaksinya satu arah, tapi rasanya tetap seperti nyata. Soalnya momen-momen dia menyapa, membalas komentar, atau berbagi cerita pribadi di YouTube bikin seolah-olah</p>

	kami punya hubungan yang lebih dekat dari sekedar penonton dan kreator.
Peneliti	Apakah Anda menganggap Jonathan Liandi sebagai sosok dekat (teman/keluarga)?
Informan	Iya, saya sering merasa Jonathan Liandi seperti teman dekat. Walaupun nggak pernah ketemu langsung, cara dia berinteraksi di YouTube, berbagi cerita, dan bercanda sama penonton bikin saya merasa nyaman, seolah sudah kenal lama.
Peneliti	Apakah ada interaksi tertentu yang membuat Anda merasa lebih terkoneksi?
Informan	Ada, salah satunya waktu dia lagi live streaming dan membacakan komentar saya sambil menanggapi dengan candaan. Walaupun sederhana, momen itu bikin saya merasa diperhatikan dan seolah dia benar-benar mengenal saya sebagai penontonya.
Peneliti	Konten apa yang paling menarik menurut Anda? Mengapa?
Informan	Menurut saya konten paling menarik ini mas, ketika Jonathan melakukan <i>restreaming</i> menonton tournament entah itu MPL, MSC atau MWorld bersama dengan

	temannya. Disini Jonathan berfokus kepada <i>match</i> dan menganalisis ketika <i>match</i> berlangsung
Peneliti	Bagaimana Anda menanggapi ketika Jonathan Liandi menunjukkan sisi pribadinya?
Informan	Menurut saya, hal ini adalah hal yang wajar bagi setiap content creator untuk menunjukkan sisi pribadinya, jadi saya tidak memiliki masalah terhadap hal tersebut.
Peneliti	Bagaimana Anda menyikapi perbedaan pandangan dengan penggemar lain?
Informan	Perbedaan pandangan bagi saya adalah hal yang wajar, jadi saya merasa biasa saja dengan hal tersebut. Asal tidak mnyangkut pautkan dengan personal, rasisme, sara dan lain lain.
Peneliti	Bagaimana Anda merespons perbedaan antara citra Jonathan Liandi di YouTube dan di media lain?
Informan	Menurut saya, perbedaan citra Jonathan Liandi di YouTube dan di media lain nggak

	<p>terlalu saya pikirkan. Saya menonton dia di YouTube karena suka kontennya dan cara dia berinteraksi dengan penonton di platform itu. Jadi, meskipun di media lain dia mungkin terlihat lebih formal atau punya gaya yang berbeda, hal itu nggak memengaruhi pandangan saya. Selama kontennya di YouTube tetap menghibur dan membuat saya merasa terhubung, saya nggak terlalu peduli bagaimana dia tampil atau dibicarakan di tempat lain.</p>
--	---