

Ekonomi atensi dalam interaksi antaravatar : studi terhadap kanal pemerintah dalam platform Streaming Video Daring = Attention economy in inter-avatar interaction : study on government channels on Online Streaming Video platform

Reno Dalu Maharso, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20504556&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang ekonomi atensi yang terletak pada interaksi antaravatar dalam platform streaming video daring. Belum ada penelitian-penelitian yang mengaitkan ekonomi atensi dengan ruang digital yang diperantarai avatar, sehingga gagasan tersebut diangkat sebagai kebaruan dalam tesis ini. Penelitian ini menggunakan multimetode integratif untuk mengeksplorasi jenis-jenis interaksi antaravatar dalam platform serta strategi konten yang digunakan dalam kanal pemerintah untuk mendapatkan atensi khalayak. Metode analisis konten kuantitatif diterapkan pada 150 video dengan jumlah ditonton terbesar, lalu metode analisis konten kualitatif pada lima video dengan jumlah ditonton paling besar dan wawancara pada dua pembuat konten, kesemuanya berasal dari sepuluh besar kanal YouTube pemerintah populer. Penelitian menunjukkan interaksi antaravatar terjadi karena ada pertukaran antara atensi khalayak dan konten milik pembuat konten dalam platform serta kedua belah pihak memberikan akses ke atensi dan konten. Lalu, interaksi dalam platform streaming video daring menghasilkan konten yang dapat diamati. Penelitian ini mengajukan transaksi sosial sebagai bentuk konversi atensi bagi kanal pemerintah yang setara dengan monetisasi bagi kanal swasta. Kemudian, memilih strategi konten tertentu tidak menjamin sebuah konten bisa memperoleh jumlah ditonton yang besar. Alih-alih, strategi konten diperlakukan sebagai cara membuat momentum untuk memperbesar peluang agar mendapatkan lebih banyak khalayak yang menonton sebuah konten.

This research discusses about attention economy which takes place in the interaction between avatars in the online video streaming platform. This is proposed as the novelty, considering there have not been any publications that relate attention economy with the digital space that makes use of avatar as user representation. This research utilized multimethod in an integrative way to explore various types of inter-avatar interaction in the platform and content strategies performed in the platform's government channels. Quantitative method was applied to 150 videos with biggest number of views, then qualitative method on five videos with the most views and two content creators, all within the boundaries of top-10 most popular government YouTube channels. Result showed that inter-avatar interaction occurs when there is an exchange between audience's attention and content creator's content and both parties give access to each other's properties. Interactions also create contents observable by users as front-end of the platform. This research proposes social transaction as a form of attention conversion for government channels, which acts like monetization to private content creators. Then, utilizing a certain content strategy will not guarantee increase in view number. Instead, it helps increasing the momentum to gain more views.