

Bab 1 Pendahuluan

Dalam era digital yang terus berkembang, penelitian ini terinspirasi oleh karya sebelumnya dari Ge Zhang dan Larissa Hjorth (2017), yang menyelidiki persimpangan live streaming, terutama pada platform Nüzhubo di Tiongkok. Platform ini menciptakan ranah untuk keterlibatan dan ekspresi yang memadukan berbagai komponen, termasuk unsur-unsur gender. Ini memainkan peran dalam membentuk identitas dan norma-norma sosial. Penelitian ini menyoroti peran sentral para penyiar langsung, seperti Hani9 dan Nvliu, dalam memperagakan identitas dan peran gender, yang dapat mempengaruhi persepsi penonton dan niat pembelian. Konsep identitas dan peran gender dalam konvergensi live streaming menciptakan platform yang tidak hanya menyajikan informasi produk secara langsung tetapi juga mengintegrasikan elemen hiburan, interaksi, dan performativitas dalam satu ruang. Dalam kerangka ini, partisipasi aktif konsumen dalam live streaming, yang dipengaruhi oleh performa gender, diakui sebagai elemen yang berpotensi meningkatkan rasa keterlibatan dan kepercayaan terhadap produk atau merek yang ditampilkan selama siaran langsung.

Penelitian sebelumnya ini memberikan wawasan tentang bagaimana hubungan antara penonton dan penyiar langsung dapat memainkan peran kunci dalam membentuk niat pembelian. Jika konsumen merasa terhubung dengan siaran langsung dan merasakan nilai (baik hedonis maupun utilitarian) dari produk yang ditawarkan, maka niat pembelian dapat meningkat. Konvergensi live streaming, dengan menggabungkan aspek hiburan, interaksi, dan performativitas gender dalam satu platform, tidak hanya menyajikan informasi produk tetapi juga menjadi faktor signifikan dalam membentuk niat pembelian.

Data terbaru dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) mencatat tren signifikan di Indonesia, dengan 167 juta pengguna media sosial pada tahun 2023. Survei opini menunjukkan bahwa 83,7% orang Indonesia aktif menonton proses belanja online dan offline melalui live streaming. Dalam konteks ini, penelitian ini tidak hanya melibatkan fenomena konvergensi live streaming tetapi juga mengaitkannya dengan tinjauan literatur yang telah mengidentifikasi potensi pengaruh gender dalam pembentukan niat pembelian. Melalui pemahaman mendalam tentang konvergensi live streaming, keterlibatan pengguna, persepsi konsumen, dan potensi pengaruh gender, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan

komprehensif tentang dinamika perilaku konsumen dalam era digital yang terus berkembang. Informasi mengenai platform belanja online dan offline paling populer melalui live streaming juga disajikan.

No	Name	Mark
1	Shopee	83.4%
2	TikTok	42.2%
3	Instagram	34.1%
4	Tokopedia	30.4%
5	Facebook	25.9%
6	Lazada	20.5%
7	Bukalapak	20.5%
8	JD.ID	5.2%
9	Other	0.5%

Table 1 Live Streaming platform that is often used in Indonesia