

Fenomena Tren *Live Streaming* Pada Media Sosial Dalam Perspektif *Social Construction of Technology*

Edo Rinaldo¹⁾, Irwansyah²⁾

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pelita Harapan, ² Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia
email: ¹01689220015@student.uph.edu, ²dr.irwansyah.ma@gmail.com

Abstrak

Keberadaan teknologi digital saat ini memberikan perkembangan yang dari waktu ke waktu terus menunjukkan peningkatan dari segi pengguna dan fitur yang berkembang. Penggunaan internet saat ini seringkali dikaitkan dengan media sosial, dimana media sosial menunjukkan trend sosial yang terbentuk dari adanya komunitas online. Salah satu fenomena menarik adalah kehadiran live streaming sebagai salah satu fitur yang dimanfaatkan oleh pengguna media sosial saat ini. Pada penelitian ini akan menjawab pertanyaan penelitian, yaitu (1) Bagaimana pemanfaatan live streaming di media sosial di Indonesia; dan (2) Bagaimana pengaruh *live streaming* terhadap perilaku masyarakat di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah *systematic literature review* dengan menelaah publikasi artikel yang diterbitkan selama tahun 2012 hingga 2022. Penelitian ini menunjukkan bahwa kecenderungan *live streaming* dimanfaatkan untuk beberapa kegiatan yaitu media belajar, media bekerja, dan media pemasaran. Selain itu, adanya *live streaming* menunjukkan pengaruh terhadap perilaku penggunanya yang mana dikaitkan dengan konsep *social construction technology*, secara tidak langsung mengkonstruksi perilaku penggunaannya yang merujuk pada bagaimana mereka memiliki perilaku berbeda antara dunia nyata dan di mata publik.

Kata Kunci : *live streaming*, *social construction technology*, media sosial

Abstract

The existence of digital technology today provides developments that from time to time continue to show improvements in terms of users and developing features. Internet use today is often associated with social media, where social media shows social trends that are formed from the existence of online communities. One interesting phenomenon is the presence of live streaming as one of the features utilized by social media users today. This study will answer research questions, namely (1) How to use live streaming on social media in Indonesia; and (2) How does live streaming affect people's behavior in Indonesia. The research method used is a systematic literature review by examining the publications of articles published during 2012 to 2022. This study shows that live streaming tends to be used for several activities, namely learning media, work media, and marketing media. In addition, the existence of live streaming shows an influence on user behavior which is associated with the concept of social construction technology, indirectly constructing user behavior which refers to how they behave differently between the real world and in the public eye.

Keywords: *live streaming*, *social construction technology*, *social media*

1. PENDAHULUAN

Masyarakat dalam kehidupan saat ini lekat dengan penggunaan teknologi. Tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan teknologi tidak bisa dihindari, karena teknologi memiliki pengaruh dan dampak yang nyata terhadap segala aspek kehidupan di era digitalisasi saat ini (Ignat, 2017). Teknologi telah mengambil alih bagian dari kehidupan manusia, seperti dalam aspek sosial, dimana dengan adanya teknologi manusia dapat berkomunikasi dengan cepat dan mudah. Jejaring sosial dan media komunikasi sudah menjadi kebutuhan yang tak terpisahkan bagi masyarakat. Tidak dapat dipungkiri setiap orang selalu membagikan apa yang ingin dibagikan melalui jejaring sosial dapat lebih langsung berinteraksi dengan pengguna lain tanpa terpengaruh oleh faktor-faktor seperti waktu dan tempat.

Pesatnya perkembangan teknologi dalam kehidupan sosial dapat dilihat dari banyaknya pengguna internet dan media sosial secara luas. Tidak dapat dipungkiri bahwa di era digital saat ini, jejaring sosial menjadi platform digital paling populer untuk melakukan aktivitas sosial, yang memberikan berbagai kemudahan bagi setiap penggunanya (Turel et al., 2021). Media sosial kini juga menjadi sarana komunikasi jarak jauh untuk dapat menerima informasi dengan berinteraksi antara pengguna dengan pengguna internet.

Dalam lanskap media saat ini media sosial telah menjadi sangat berperan sebagai saluran utama arus informasi. Media sosial mempengaruhi hampir setiap aspek interaksi manusia, dimana setiap orang terhubung dan berkomunikasi, serta mendapatkan berita (Dewi et al., 2022). Media sosial juga muncul sebagai senjata ampuh, yang digunakan sejak perkembangannya di awal tahun 2000-an. Media sosial telah menjadi alat penting untuk mempengaruhi sikap orang, keyakinan dan perilaku (Cao et al., 2021). Namun seiring berkembangnya teknologi, kebiasaan konsumsi media dan model komunikasi juga berubah tak terduga, baik dari segi dari kecepatan dan arah.

Salah satu fitur media sosial yang saat ini banyak diminati adalah *live streaming*. *Live streaming* didefinisikan menjadi alat satu teknologi secara pribadi yang memungkinkan penggunanya menonton, membentuk, dan membuat video secara real time, seperti mirip siaran eksklusif TV (Li et al., 2020).

Platform *live streaming* hanyalah teknologi web yang muncul pada tahun 2010, dan pada tahun 2015, telah berkembang menjadi “*live*” yang memiliki kedekatan dan interaktivitas (Wang & Lu, 2019). Kedekatan *live streaming* adalah fitur paling menonjol dari platform siaran langsung, dimana sebuah fitur disajikan secara instan, terdapat proses umpan balik interaktif memungkinkan audiens untuk berinteraksi dengan penyiar langsung di saluran langsung.

Software live streaming populer saat ini antara lain Facebook Live, Instagram Live, Twitch TV serta TikTok yang ditampilkan secara *real time*. Adanya *live streaming* tidak mirip video pra-rekaman yang dapat dipotong serta diedit, *live streaming* secara tidak langsung dianggap sebagai konten eksklusif yang dibuat serta tanpa sensor. Beberapa *live streaming* dapat bersifat langsung misalnya, konferensi video, mirip Skype atau Zoom, menggunakan teknologi *streaming* pribadi yang memungkinkan penggunanya berbicara menggunakan orang yang diundang. Selain itu beberapa *live streaming* bersifat publik serta mungkin ditonton oleh ratusan atau bahkan ribuan orang.

Pada saat *live streaming* berlangsung, setiap pengguna media sosial yang menjadi penonton dapat berkomentar dan berinteraksi langsung dengan memposting pesan yang muncul di samping menonton siarannya (Sun et al., 2019). Mereka juga dapat berbagi emoji seperti hati, dan hadiah seperti koin yang muncul di layar. Fenomena *live streaming* dimulai berkembang di Amerika Serikat dimulai dengan mereka menghabiskan waktunya untuk menonton siaran video untuk kegiatan hiburan. Penduduk Amerika Serikat menjadikan *live streaming* sebagai sebuah pekerjaan sehingga tidak hanya sebagai pengonsumsi konten, tetapi mereka aktif menjadi bagian dari konten (Andanni, 2004). Berbeda dengan di Indonesia fenomena *live streaming* berkembang dimulai dari Facebook, Bigo Live, Instagram, hingga TikTok. Jika ditelaah lebih lanjut, adanya *live streaming* di Indonesia tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana untuk hiburan, tetapi seringkali digunakan untuk sarana strategi marketing dan juga sarana mengekspresikan diri. Hal ini menjadikan bahwa keberadaan *live streaming* menjadi salah satu ciri perkembangan digitalisasi yang terus menunjukkan inovasinya. Penggunaan *live streaming* menimbulkan

dengan cara yang positif, menjadi salah satu alat yang sangat baik untuk menciptakan identitas dan mengembangkan kepercayaan diri dan keterampilan komunikasi (Scheibe et al., 2016). Dengan demikian, fenomena *live streaming* menjadi salah satu fitur teknologi yang menjadikannya dapat dipandang sebagai sesuatu yang positif.

Pendekatan *social construction technology* (SCOT) fenomena *live streaming* menjadi bentuk transformasi kehidupan nyata yang dimediasi oleh teknologi. Dalam hal ini *live streaming* memainkan peran utama dalam konstruksi sosial dunia subjektif, dimana adanya proses dalam menginduksi indera seorang individu dengan lebih kuat (Yuanyuan Zhang & Qian Wang, 2017). Adanya *live streaming* dapat merangsang organ indera dan mengalihkan perhatian penonton, sehingga adanya bentuk konstruksi sosial yang dimediasi oleh teknologi. SCOT menjadi teori yang mengevaluasi sosial konstruksi dalam masyarakat, dimana penggunaan teknologi bukan sekadar ancaman tetapi teknologi dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna (Irwanto & Irwansyah, 2020). Manusia dapat menggunakan teknologi untuk memfasilitasi kegiatan mereka, dalam aspek konstruksi sosial teknologi mengarah pada aspek kehidupan sosial dalam masyarakat membentuk sebuah teknologi.

2. KAJIAN PUSTAKA

Live Streaming

Streaming adalah metode transfer data yang digunakan saat menonton video di Internet (Inoue et al., 2010). *Live streaming* didefinisikan merupakan sebuah video yang ditampilkan di Internet secara *real time*, tanpa direkam dan disimpan terlebih dahulu. Istilah *live streaming* biasanya mengacu pada bentuk siaran yang terkoneksi dengan banyak pengguna sekaligus. Fungsi media dari platform *live streaming* adalah menghadirkan pengalaman yang mendalam dan daya tarik yang kuat kepada audiens mereka.

Saat ini, ini populer di banyak negara di dunia, dan banyak platform *live streaming* populer yang sedang *booming*, seperti Instagram Live, Facebook Live, Youtube Live, Bigo, TikTok, Ustream TV, Afreeca, dan lain-lain. Adanya *live streaming* didukung oleh teknologi media *streaming*, dengan kombinasi dari teknologi internet dan teknologi audio-video.

Secara tidak langsung keberadaan *live streaming* telah membawa banyak kemudahan untuk belajar, bekerja, dan membantu sisi komunikasi marketing (M. Wang & Li, 2020). *Live streaming* menjadi bentuk baru komunikasi jaringan untuk interaksi waktu nyata antara host jaringan dan pemirsa (Inoue et al., 2010).

Menurut Zhang & Wang (2017) ciri khas dari *live streaming* dalam penyiaran, produksi, dan model keuntungan (Yuanyuan Zhang & Qian Wang, 2017). Pertama, berkenaan dengan konteks penyiaran dimana perkembangan teknologi informasi dan mempopulerkan perangkat jaringan dan seluler memungkinkan orang untuk menjadi tuan rumah *live streaming* dengan computer, ponsel pintar, setelah proses pendaftaran yang mudah di platform *live streaming*, untuk disiarkan kapan saja dan di mana saja, yang secara signifikan menurunkan ambang batas untuk siaran langsung. Kedua, berkenaan konteks produksi dengan proses desentralisasi, dimana tingkat produksi dan penyiaran *live streaming* tidak lagi sama dengan media resmi tradisional yang memerlukan standar terpadu, penyensoran berat sebelum disiarkan, atau berbagai pembatasan pendidikan latar belakang, tingkat profesional, waktu dan ruang khusus, sehingga semua orang dapat berpartisipasi *live streaming*, dan pilihan kontennya bisa lebih luas dan bebas. Terakhir, berkenaan dengan konteks model keuntungan, dimana seringkali konten hiburan pada *live streaming* digeneralisasi terus-menerus, dan mempromosikan oleh manfaat ekonomi.

Media Sosial

Media sosial adalah situs web dan program yang membantu orang berbicara satu sama lain, terlibat, berbagi informasi, dan bekerja sama (Cinelli et al., 2021). Orang-orang menggunakan media sosial memiliki tujuan untuk tetap berhubungan dengan teman, keluarga, dan orang yang mereka kenal. Media sosial juga menjadi teknologi komputer yang memungkinkan orang berbagi ide, pendapat, dan informasi melalui jaringan dan komunitas *online* (Kay et al., 2020).

Media sosial di Internet memudahkan berbagi informasi pribadi, dokumen, film, dan foto dengan cepat dan elektronik. Fungsi media sosial tidak hanya digunakan untuk tetap berhubungan dengan teman dan keluarga, tetapi saat ini digunakan oleh bisnis dalam menjangkau

pelanggan melalui cara baru yang populer untuk berbicara. Media sosial menjadi media yang menggambarkan apa yang Anda posting di situs web dan aplikasi seperti Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, dan aplikasi lainnya (Aichner et al., 2021).

Social Construction of Technology

Social Construction of Technology (SCOT) atau konstruksi sosial teknologi yang menjadi sebuah pendekatan teori yang muncul tahun 1980, dimana kebenaran fakta ilmiah dan cara kerja artefak teknis dipelajari sebagai pencapaian yang dibangun, bukan sebagai sifat intrinsik dari fakta dan mesin tersebut (Bijker, 2015). Istilah SCOT dapat digunakan dalam dua cara yang berbeda. Pertama, studi historis dan kontemporer mengacu pada pendekatan penelitian untuk mempelajari perubahan teknologi dalam masyarakat. Kedua, menandakan sebuah teori tentang perkembangan teknologi. Teori SCOT menyatakan bahwa teknologi tidak menentukan tindakan manusia tetapi sebaliknya manusia membentuk teknologi.

Frase konstruksi sosial pertama kali digunakan oleh Berger dan Luckmann (1966) dalam “risalah mereka dalam sosiologi pengetahuan” (Lynch, 2019). Berger dan Luckmann prihatin dengan realitas lembaga sosial dan fokus mereka adalah pada masyarakat luas, bukan pada sub-budaya seperti ilmu pengetahuan dan teknologi. Kemudian, beasiswa berkembang di sekitar tema-tema seperti konstruksi sosial penyakit mental, penyimpangan, gender, hukum, dan kelas. Berbeda dengan Alfred Schutz, mereka berpendapat bahwa realitas dikonstruksi secara sosial dan proses konstruksi sosial ini harus menjadi objek sosiologi pengetahuan (Pfadenhauer & Knoblauch, 2018). Studi konstruktivis ilmu pengetahuan dan teknologi menekankan pentingnya memasukkan konteks sosial ketika menggambarkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang tidak berasal dari alam, tetapi terbentuk dalam proses sosial.

Pinch dan Bijker (1984) kerangka SCOT terdiri dari lima konsep atau tahapan, yaitu, (1) kelompok sosial yang relevan; (2) masalah dan konflik; (3) fleksibilitas interpretatif; (4) fleksibilitas desain; dan (5) penutupan dan stabilisasi (Savic, 2021). Konsep

pertama mempertimbangkan semua kelompok yang memiliki minat pada teknologi yaitu, pencipta, pengguna, dan yang terpenting, bukan pengguna. Konsep kedua berkaitan dengan persepsi yang berbeda dan pola penggunaan kelompok sosial yang relevan, yang mengarah ke masalah dan konflik. Konsep ketiga sangat penting untuk setiap analisis karena mempengaruhi dan mendefinisikan konsep lain dalam SCOT.

Fleksibilitas interpretatif menunjuk pada persepsi teknologi yang sangat berbeda (yaitu, seseorang dapat menetapkan arti yang berbeda untuk artefak teknologi), dan pada akhirnya makna yang dibagikan dan diberikan ini lebih lanjut mendefinisikan kelompok sosial yang relevan. Konsep keempat menduga bahwa desain selalu dinegosiasikan di antara semua yang relevan kelompok sosial, yang bertentangan dengan proses searah dari pencipta ke pengguna. Akhirnya, konsep kelima menyarankan bahwa, pada akhirnya, konflik diselesaikan; makna yang lazim diberikan meskipun masih ada, interpretasi yang kurang populer; tidak ada lagi kebutuhan untuk mendesain ulang fitur, dan secara inheren stabilisasi yang tercapai. Namun, kelompok sosial baru yang relevan dapat muncul dan mengacaukan teknologi, serta mengaktifkan kembali salah satu tahap sebelumnya.

Social Construction of Technology menjadi pendekatan yang dapat menanggapi determinisme teknologi. Tanggapan ini menganggap bahwa teknologi adalah penentu kehidupan manusia, tetapi SCOT menyebutkan bahwa teknologi itu sendiri ditentukan oleh konstruksi sosial (Mahmudah, 2021). Teori SCOT menawarkan kekuatan kepada penikmat dan pengguna teknologi untuk memberikan gambaran kelompok sosial yang serupa atau relevan. Penggunaan teknologi dalam persepektif SCOT telah mempengaruhi satu sama lain sementara pada saat yang sama dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya tertentu di mana teknologi muncul dan sedang digunakan (Irwanto & Irwansyah, 2020). Dengan kata lain, SCOT menyoroti bahwa teknologi diciptakan dalam tanggapan terhadap konteks sosial dan budaya sementara itu juga tunduk pada adanya keberlanjutan di antara pencipta, pengguna, dan bukan pengguna atas tujuan dan desainnya.

3. METODE PENELITIAN

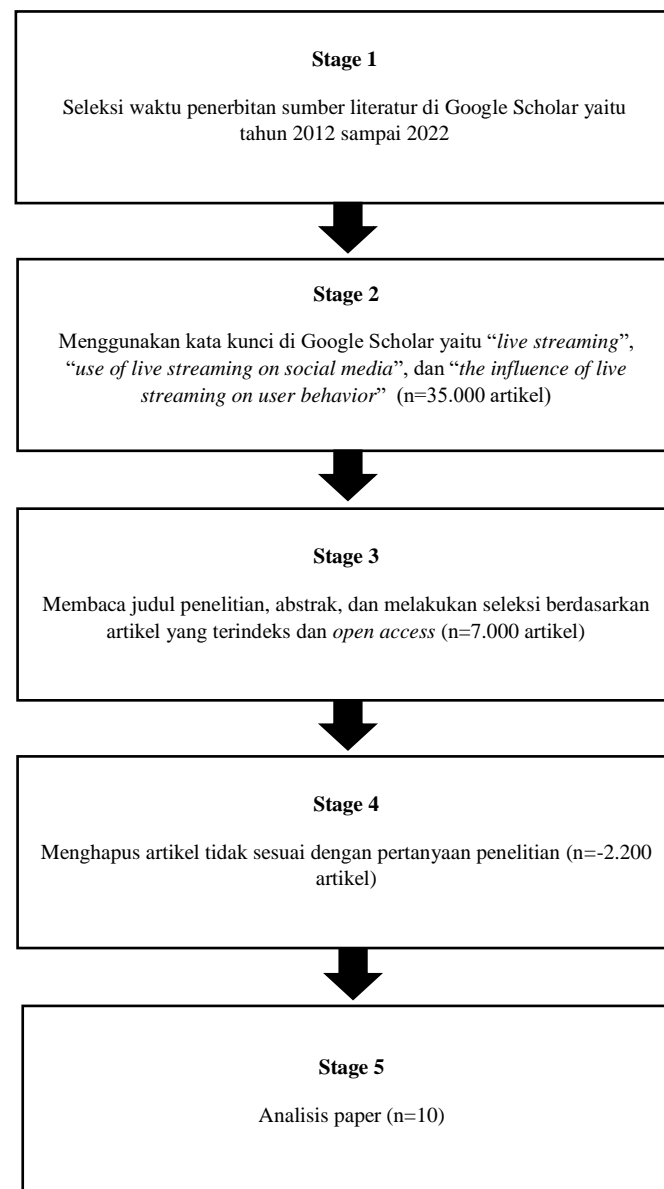
Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *systematic literature review* (SLR). Menurut Dewey & Drahota (2016) *systematic literature review* merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi, memilih, dan mengevaluasi secara kritis hasil penelitian untuk menjawab pertanyaan yang dirumuskan dengan jelas (Mohamed Shaffril et al., 2020). Tinjauan sistematis yang dilakukan menggunakan rencana yang ditetapkan dengan jelas di mana kriteria dinyatakan dengan jelas sebelum tinjauan dilakukan. Pada penelitian ini juga digunakan *Preferred Reporting Items for Reviews and Meta-Analysis* (PRISMA), yang digunakan untuk pencarian yang komprehensif dan transparan yang dilakukan melalui beberapa database dan literatur yang dilakukan peneliti lain (Page et al., 2021).

Proses pengumpulan data melibatkan perencanaan strategi pencarian yang spesifik, terfokus dan bijaksana serta menjawab pertanyaan spesifik. Tinjauan mengidentifikasi jenis informasi yang diminta, dikritik, dan dilaporkan dalam jangka waktu yang diketahui (Shamseer et al., 2015). Istilah pencarian, strategi pencarian (termasuk *database* nama, platform, tanggal pencarian) dan batasan semua harus disertakan dalam tinjauan. Pada penelitian ini pertanyaan penelitian yang menjadi fokus peneliti adalah (1) Bagaimana pemanfaatan *live streaming* di media sosial di Indonesia; dan (2) Bagaimana pengaruh *live streaming* terhadap perilaku masyarakat di Indonesia.

Untuk menjawab kedua pertanyaan penelitian tersebut, secara struktural peneliti memeriksa literatur antara 2012 dan 2022 untuk menemukan semua fungsi dan pengaruh *live*

streaming di media sosial dikaitkan dengan konsep SCOT. Setelah menganalisis artikel potensial, semua artikel itu dibaca untuk menemukan konsep yang dapat menjawab penelitian. Peneliti juga menggunakan teknik *backward snowballing* dan *forward snowballing*, dimana teknik ini digunakan penelitian akademis untuk menemukan sumber tambahan yang relevan berdasarkan referensi yang digunakan dalam publikasi asli dan mencari makalah yang mengutip artikel yang diterbitkan dalam buku-buku dan prosiding konferensi (Aichner et al., 2021).

Proses yang dilakukan oleh Peneliti pertama adalah melakukan setting durasi artikel yang akan menjadi fokus pencarian di Google Scholar yaitu publikasi yang diterbitkan selama 5 tahun dari tahun 2018 sampai 15 Oktober 2022. Selanjutnya tahap kedua, Peneliti menuliskan kata kunci pencarian yaitu "*live streaming*", "*use of live streaming on social media*", dan "*the influence of live streaming on user behavior*" sehingga didapatkan sejumlah 35.000 artikel. Tahap ketiga Peneliti fokus membaca berbagai publikasi dilihat dari judul, abstrak yang kemudian mengklasifikasikan kepada publikasi yang terindeks serta artikel bersifat *open access*, sehingga didapatkan sejumlah 7.000 artikel. Tahap keempat Peneliti mengidentifikasi kembali artikel dengan membaca abstrak yang disesuaikan pada bagaimana artikel yang dipilih dapat menjawab pertanyaan penelitian, sehingga Peneliti menghapus 2.200 Artikel. Proses akhirnya Peneliti memilih 10 artikel yang dianggap layak untuk dibahas secara mendalam. Berikut *framework* rincian proses yang pengumpulan data pada penelitian ini:



Gambar 1. Proses Pengumpulan dan Analisis Data yang Dilakukan Peneliti

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil penelusuran artikel jurnal dengan menggunakan metode penelitian *systematic literature review* (SLR), Peneliti mengelompokkan disesuaikan dengan karakteristik profil publikasi artikel jurnal mulai

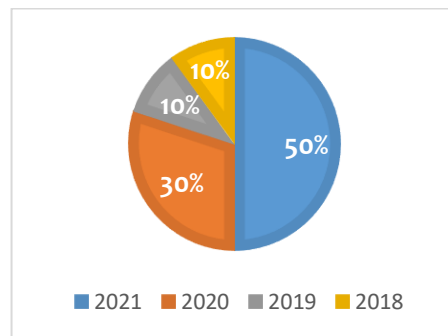
dari kategori tahun publikasi, afiliasi negara penulis, tipe publisher, disiplin ilmu, dan penggunaan metode penelitian. Selanjutnya, Peneliti juga mengklasifikasikan hasil penelitian untuk membahas konteks pertanyaan penelitian yaitu pemanfaatan *live streaming* di media sosial dan pengaruh *live streaming* terhadap perilaku masyarakat.

Tabel 1 Daftar Jurnal

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul	Pemanfaatan <i>live streaming</i>	Pengaruh <i>live streaming</i> terhadap perilaku
01	Cabeza-Ramírez, et al., 2021	<i>Exploring the Emerging Domain of Research on Video Game Live Streaming in Web of Science: State of the Art, Changes and Trends</i>	Media hiburan	Membentuk jaringan sosial antar pengguna
02	Li & Guo, 2021	<i>Virtual gifting and danmaku: What motivates people to interact in game live streaming?</i>	Media hiburan	Membentuk partisipasi aktif antar pengguna secara interaktif
03	Lin, 2021	<i>Virtual gift donation on live streaming apps: the moderating effect of social presence</i>	Media hiburan	Membentuk partisipasi aktif antar pengguna untuk melakukan donasi
04	Ham & Lee, 2020	<i>Factors Affecting the Popularity of Video Content on Live-Streaming Services: Focusing on V Live, the South Korean Live-Streaming Service</i>	Media hiburan	Membentuk perilaku konsumtif
05	Chen & Lin, 2018	<i>What drives live-stream usage intention? The perspectives of flow, entertainment, social interaction, and endorsement</i>	Media hiburan	Membentuk partisipasi aktif antar pengguna secara interaktif
06	Park & Lin, 2020	<i>The effects of match-ups on the</i>	Media marketing	Membentuk perilaku konsumtif

		<i>consumer attitudes toward internet celebrities and their live streaming contents in the context of product endorsement</i>		
07	Ming, et al, 2021	<i>How social presence influences impulse buying behavior in live Streaming commerce? The role of S-O-R theory</i>	Media marketing	Membentuk perilaku implusif
08	Singh, et al, 2020	<i>Assessing determinants influencing continued use of live streaming services: an extended perceived value theory of streaming addiction</i>	Media hiburan	Membentuk perilaku kecanduan menonton
09	Hou, et al, 2019	<i>Factors influencing people's continuous watching intention and consumption intention in live streaming Evidence from China</i>	Media hiburan	Membentuk perilaku kecanduan menonton
10	Jamalpur, et al, 2021	<i>A comprehensive overview of online education – Impact on engineering students during COVID-19</i>	Media pendidikan	Menjadikan pembelajaran lebih interaktif

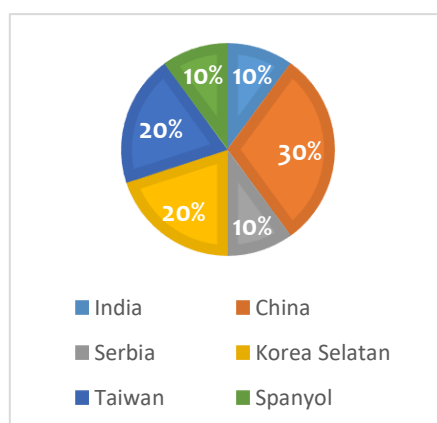
1. Tahun Publikasi



Gambar 2. Diagram Kategori Tahun Publikasi Artikel

Berdasarkan gambar 2 diatas, menunjukkan bahwa pada tahun 2021 sejumlah 50% banyak ditemukan penelitian mengenai *live streaming* di media sosial. Dalam hal ini penelitian merujuk pada bagaimana pengguna *live streaming* di media sosial didominasi pada minat dalam sarana marketing dan hiburan. Selain itu, pada tahun 2020 sejumlah 30%, dan masing-masing 10% pada tahun 2019 dan 2018 mengenai ketertarikan tema penulisan mengenai *live streaming* di media sosial.

2. Afiliasi Negara



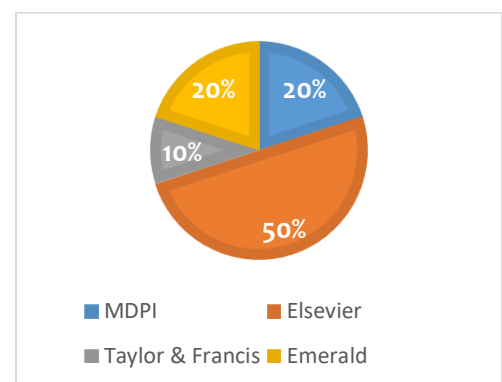
Gambar 3. Diagram Kategori Afiliasi Negara Publikasi Artikel

Berdasarkan gambar 3 diatas, menunjukkan bahwa negara China sejumlah 30% banyak memiliki ketertarikan dalam

melakukan penelitian *live streaming* di media sosial. Negara China menjadi negara pengguna *live streaming* media sosial yang cukup banyak baik melalui TikTok, Twitch, Facebook, dan Instagram. Negara Korea Selatan dan Taiwan dengan masing-masing 20% juga menunjukkan adanya ketertarikan melakukan penelitian *live streaming* di media sosial.

Selain itu, negara India, Serbia, Spanyol dengan masing-masing 10% juga banyak melakukan penelitian *live streaming* di media sosial. Dapat terlihat bahwa dominasi penelitian berasal dari Asia menunjukkan bahwa Asia merupakan negara potensial yang menggunakan fitur *live streaming* di media sosial.

3. Tipe Publisher



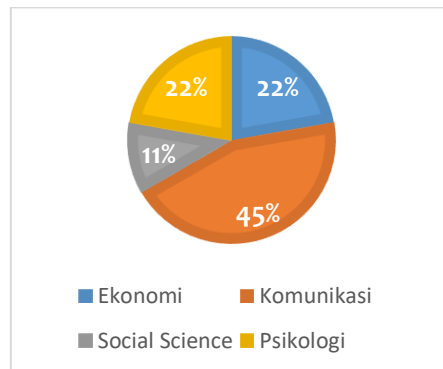
Gambar 4. Diagram Kategori Tipe Publisher Publikasi Artikel

Berdasarkan gambar 4 diatas, menunjukkan bahwa penelitian *live streaming* di media sosial banyak dipublikasikan di Elsevier sejumlah 50%. Hal ini menunjukkan bahwa jurnal Elsevier merupakan jurnal yang diminati oleh penulis dalam bidang *social science*. Selain itu, pada jurnal Elsevier dianggap lebih diminati juga karena pemaparan temuan pembahasan tidak terlalu memakan halaman cukup panjang.

Pada publisher MDPI dan Emerald yang masing-masing 20% juga diminati tidak hanya berkaitan dengan kesesuaian bidang, tetapi juga melihat aspek sistematika penulisan yang lebih mudah dipahami. Sedangkan publikasi Taylor

& Francis sejumlah 10% juga hanya sedikit artikel yang bersifat *open access*.

4. Jenis Disiplin Ilmu

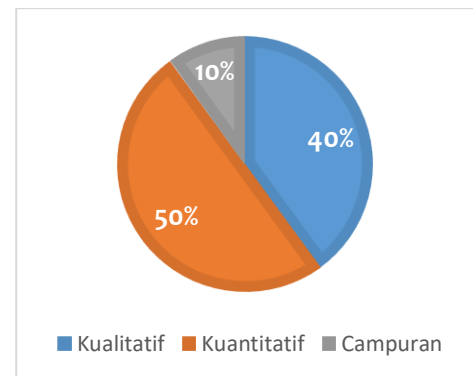


Gambar 5. Diagram Kategori Jenis Disiplin Ilmu Publikasi Artikel

Berdasarkan gambar 5 diatas, menunjukkan bahwa penelitian *live streaming* di media sosial banyak dibahas dalam penelitian komunikasi sejumlah 45%. Hal ini disebabkan bahwa penggunaan *live streaming* banyak dikaji dalam aspek pengaruhnya ke dalam hubungan interaksi sosial masyarakat. Selanjutnya, penelitian disiplin ilmu *live streaming* juga banyak diteliti oleh bidang ilmu psikologi dan ekonomi dengan masing-masing 22%.

Pada penelitian psikologi kajian *live streaming* di media sosial banyak ditelaah dengan mengkaitkannya dengan konsep perilaku pengguna. Sedangkan penelitian ekonomi kajian *live streaming* di media sosial seringkali dikaitkan dengan konsep marketing sebagai strategi baru meningkatkan penjualan dan menjangkau pelanggan baru. Dan pada penelitian *social science* dengan bentuk penelitian ilmu sosial secara umum kajian *live streaming* di media sosial banyak dibahas dengan menelaah berbagai perspektif keilmuan sosial.

5. Penggunaan Metode Penelitian



Gambar 6. Diagram Kategori Metode Penelitian Publikasi Artikel

Berdasarkan gambar 6 diatas, menunjukkan bahwa penelitian *live streaming* di media sosial banyak diteliti dengan menggunakan pendekatan metode penelitian secara kuantitatif. Penggunaan metode kuantitatif sejumlah 50% dinilai menjadi sebuah pendekatan yang dapat terukur baik dari sejauhmana pengaruhnya sampai ukuran faktor apa yang mempengaruhi secara statistik.

Selain itu pada penelitian kualitatif sejumlah 40% juga banyak digunakan dengan pertimbangan penelaahan *live streaming* di media sosial ditelaah secara mendalam tidak hanya berupa hasil perolehan data statistik. Dan terakhir sejumlah 10% juga menggunakan metode campuran yang tidak hanya menelaah aspek statistik semata tetapi juga deskriptif mengenai kajian *live streaming* di media sosial.

Pembahasan

Pengaruh dalam *live streaming* tidak hanya berbicara bagaimana memperlihatkan daya tarik mereka sendiri serta mendapatkan kredibilitas dengan konten berkualitas asli berdasarkan opini dan analisis. Keunggulan *live streaming* menjadi salah satu media populer yang tidak menjadikan audiensnya membuang waktu dalam mengunduh video, dan pengguna juga memiliki kemampuan untuk memundurkan atau meneruskan video. Aspek *live streaming* diminati atas beberapa alasan, pertama konten

menjadi daya tarik utama karena merupakan pendorong penting hubungan dengan penggemar, dan konten dan judul *live streaming* sangat terfokus. Kedua, *live streaming* bisa menjadi alat yang ampuh, berkenaan dengan aspek identitas dan partisipasi, yang akan mendorong audiens lain untuk bersosialisasi untuk mencapai komunikasi dari mulut ke mulut. Secara tidak langsung *live streaming*, menciptakan sebuah misteri interaksi dan pengalaman pengguna di platform *live streaming*. *Live streaming* dapat menjadikan bentuk media digital yang baru muncul, yang memungkinkan pembuatan dan konsumsi konten waktu nyata dan memfasilitasi interaksi sinkron antara streamer dan komunitas mereka (Giertz et al., 2020).

Pemanfaatan *live streaming* di media sosial saat ini banyak dimanfaatkan tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media untuk marketing pada sebuah lini bisnis. *Live streaming marketing* mengacu pada strategi siaran langsung ke audiens melalui platform media sosial, sehingga dapat menciptakan pengalaman belanja virtual bagi pelanggan *online* (Park & Lin, 2020). Menurut teori *social construction of technology* terungkap bahwa pengguna yang membuat teknologi, bukan teknologi yang menentukan tindakan manusia. Dalam hal ini pemanfaatan *live streaming* di media sosial sebagai sarana dalam marketing secara tidak langsung mengubah cara orang berinteraksi dalam melakukan pembelian. Video *live streaming* banyak digunakan oleh para penjual untuk menawarkan produknya dengan pertimbangan *cost-effective* apalagi dengan jumlah *view* yang cukup banyak dengan mudah didapatkan, cara ini menurut para penjual saat ini dirasa efektif dan efisien untuk digunakan sebagai strategi menawarkan produk dan memasarkannya (Chen & Lin, 2018).

Teknologi saat ini telah mengubah cara orang berinteraksi, dimana terjadi karena munculnya media baru atau yang biasa disebut dengan media baru (Ming et al., 2021). *Live streaming* di media sosial menjadi salah satu

pada media baru yang hadir sebagai hasil dari konstruksi komunitas dalam memanfaatkan teknologi informasi yang berkembang sangat pesat. Secara tidak langsung, saat ini keberadaan teknologi dipersepsikan sebagai sesuatu yang praktis dan instan dalam kehidupan manusia. Menurut Hariyanto, media digital sangat memudahkan manusia dalam melakukan pekerjaannya (Noviani, 2022). Adanya konstruktivisme sosial membuat teknologi yang ada terus berinovasi seperti halnya media sosial yang menjadikan adanya fitur *live streaming* sebagai sebuah teknologi untuk terus berinovasi.

Bentuk jaringan sosial virtual dan tautan kehidupan nyata, menciptakan nilai yang menkonstruksikan secara sosial bahwa teknologi dapat menciptakan sebuah peluang. Platform *live streaming* telah menciptakan lebih banyak peluang bisnis. Seperti halnya melakukan penggunaan *live streaming* di media sosial dalam konteks marketing yang menyajikan tidak hanya sebatas hiburan, tetapi bagaimana memiliki manfaat mempermudah urusan penggunaannya. *Live streaming* di media sosial yang digunakan untuk kebutuhan marketing telah mengubah cara sebuah produk dalam berinteraksi dengan audiens mereka (Singh et al., 2021). Strategi *live streaming* di media sosial yang melibatkan audiens dengan cara langsung dan otentik yang tidak dapat dilakukan oleh format media sosial lainnya. *Live streaming* di media sosial menjadi bentuk pemasaran konten yang berfokus pada pembuatan, distribusi, dan promosi konten video langsung dan bagaimana konten tersebut dapat mendukung tujuan bisnis.

Dalam rangka upaya pemasaran, seringkali *live streaming* di media sosial tidak terjadi dalam ruang hampa, artinya merujuk pada media yang lebih interaktif (Chen & Lin, 2018). Strategi *live streaming* di media sosial yang efektif, mengharuskan adanya gagasan tentang jenis konten langsung yang ingin dibuat, kapan dan bagaimana akan mendistribusikannya dan bagaimana potongan konten tersebut sesuai dengan strategi

pemasaran secara keseluruhan. Dalam memasarkan bisnis dengan *live streaming* di media sosial memerlukan strategi yang cermat dan berbasis data dalam hal konten sehingga mempromosikan merek (Park & Lin, 2020). Strategi untuk pemasaran *live streaming* di media sosial, merujuk pada konten pemasaran video sebagai titik pemasaran konten video yang membuat peta jalan untuk konten yang berkelanjutan bagi bisnis.

Pengalaman melakukan marketing *live streaming*, menjadikan adanya alat penjualan dan pemasaran lain yang memungkinkan tingkat interaksi seperti secara aktif. Selama acara belanja *live streaming*, audiens dapat memposting komentar mereka dan berinteraksi dengan rekanan merek semuanya secara waktu nyata. Kepuasan instan ini menciptakan hubungan yang mendalam antara audiens dan merek (Park & Lin, 2020). *Live streaming* dengan mengintegrasikan platform yang terhubung dengan audiens secara *real-time*, menjadi media dalam melakukan interaksi satu sama lain. Hal itu menciptakan rasa kebersamaan dan mereka akan mengasosiasikan sebuah merek dengan audiens lebih dekat.

Pada konteks pengaruh *live streaming* terhadap perilaku masyarakat yang mana tidak hanya sekedar membentuk sebuah jaringan sosial dan partisipasi aktif sebagai hal positif, tetapi adanya pengaruh negatif seperti munculnya perilaku konsumtif, implusif, dan kecanduan yang tidak dapat terkontrol. Kaitan dengan teori *social construction of technology* menjadikan *live streaming* di media sosial sebagai dampak pengaruh perilaku yang mengarah pada dampak teknologi. Penggunaan *live streaming* di media sosial menyebabkan beberapa pengaruh baik bersifat baik atau buruk. Adanya perilaku negatif pada *live streaming* di media sosial, menyebabkan pengaruh negatif pada masyarakat, dan telah merusak moralitas sosial secara serius. Fragmentasi *live streaming* di media sosial dapat mengalihkan perhatian orang dan memungkinkan orang untuk berada dalam

keadaan anonim tanpa atau relatif tidak ada disiplin sosial (Hou et al., 2020).

Pengguna platform *live streaming* dapat mengalami dua jenis hubungan sosial yang melibatkan aktor berbeda, yaitu audiens vs. streamer dan audiens vs. audiens. Untuk audiens, itu adalah wajar untuk fokus pada streamer karena platform ini menawarkan tempat bagi streamer untuk melakukan sesuatu (Lin, 2021). Bentuk keintiman yang dirasakan audiens membentuk perilaku hubungan parasosial dari audiens dengan karakter media saat menonton atau mendengarkan (Li & Guo, 2021). Selain hubungan parasosial, kehadiran sosial layak untuk eksplorasi, dimana platform *live streaming* menjadi tempat yang menyediakan berbagai jenis isyarat untuk menginformasikan keberadaan audiens lainnya.

Di dimensi keempat, *live streaming* di media sosial dikonstruksikan menempati posisi penting, yang berarti bahwa kebutuhan akan aplikasi akan menjadi tinggi. Hal ini menunjukkan perkembangan teknologi komunikasi, yang secara berkala memperbarui dan bergerak maju untuk memberikan kepuasan dan kenyamanan kepada pengguna (Mahmudah, 2021). Dalam perspektif SCOT pengaruh *live streaming* di media sosial juga terkait bahwa sebuah media menjadi wadah menyampaikan pesan, yang mana audiens diharapkan memiliki sebuah tindak dari pengaruh tersebut. Sebuah media baru juga membawa kekuatan ideologis yang lebih baik dan makna yang lebih menarik. Kemajuan sosial disampaikan oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dengan harapan bahwa media baru dapat membuka cakrawala kreatif dan komunikatif baru. Pada teori SCOT secara spesifik, *live streaming* di media sosial hadir sebagai media baru untuk menjawab pertanyaan masyarakat harapan akan keberadaan media yang mendorong produktivitas dan dapat membuka banyak peluang pengembangan. Media baru adalah istilah yang luas, jadi tidak terbatas pada satu bentuk media tertentu. Istilah tersebut dapat mewakili persepsi orang tentang berbagai bentuk media berbasis teknologi baru, seperti

televisi digital, media berbasis internet, lingkungan virtual, dan permainan komputer.

5. KESIMPULAN

Maraknya platform media sosial salah satunya *live streaming* sekarang menjadi tren baru di seluruh dunia, dimana sebuah dengan aplikasi dapat dibuat oleh siapa pun dan dapat menyiarkan apa saja. Fitur *live streaming* menjadi sangat populer di kalangan masyarakat dan dianggap sebagai alternatif hiburan dari model tradisional layanan penyiaran karena eksklusivitas serta kualitas dan variasi konten yang lebih baik. Adanya fitur dari hasil konstruksi sosial teknologi media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Dengan perkembangan zaman yang begitu pesat kita bisa berkomunikasi dengan seseorang tanpa bertatap muka untuk menghadapi dan dapat membangun jaringan sosial. Munculnya media sosial, cara hidup masyarakat telah berubah, dimana sesuatu hal menjadi praktis dan instan. Perkembangan teknologi media sosial, kita juga dituntut untuk memahami dampak dari media sosial agar kita tidak terpengaruh oleh pengaruh buruk yang terdapat di media sosial. Jika seseorang menggunakan media sosial dengan bijak, itu akan bermanfaat bagi individu itu sendiri. Namun, jika mereka menyalahgunakan media sosial, itu akan berdampak negatif, dan tidak akan mendapatkan keuntungan dari penggunaannya.

Live streaming telah hadir menjadi media yang penting untuk digunakan sebagai media komunikasi dengan memanfaatkan audio dan visual dan dilakukan secara *realtime*. Platform *live streaming* membuka saluran baru untuk sebuah dukungan yang menyediakan informasi seperti promosi atau rekomendasi produk dan membentuk minat pengikut. Pada intinya kesesuaian antara produk yang didukung dan media konten dapat mempengaruhi sikap terhadap audiens. SCOT memperhatikan bahwa perkembangan teknologi komunikasi merupakan proses interaksi dan wacana antara teknologi dan hubungannya dengan kelompok sosial. Memahami hubungan kompleks antara

teknologi dan masyarakat telah lama menjadi fokus bahwa SCOT dianggap sebagai kerangka kerja untuk mempelajari dan menganalisis perkembangan teknologi baru. Kontribusi dari penelitian ini adalah bahwa di masa lalu, banyak literatur telah membahas topik *live streaming* yang dikaitkan dengan konsep hiburan dan membangun jejaring sosial. Namun pada beberapa tahun terakhir, media telah *booming*, sehingga *live streaming* akan menjadi tren media sosial masa depan. Dalam proses *live streaming*, layanan dan fungsi disediakan oleh platform itu sendiri juga akan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi. Setiap faktor saling terkait, mempengaruhi kebiasaan pendengar, kesediaan untuk terlibat dalam penggunaan terus-menerus, dan tingkat keterlibatan, dan akhirnya bisnis kerja sama.

Sebenarnya, di masyarakat saat ini, internet telah menjadi salah satu alat yang sangat diperlukan bagi orang-orang. Tidak penting apakah data dikumpulkan atau didistribusikan, transmisi melalui jaringan dapat tepat waktu dan tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Era media baru datang dan berubah. Mendengarkan kebiasaan orang menggunakan media dan memperkuatnya interaksi antara jaringan interpersonal dan virtual. Secara praktis perlunya memberikan nilai bagi pengikut mereka dengan menawarkan *live streaming* yang bermanfaat atau menghibur. Kebanyakan dari mereka yang menggunakan *live streaming* adalah pengguna actual, seperti pengguna yang mempromosikan produk yang mereka alami kepada audiens potensial di antara pengikut ke dalam strategi pemasaran. Dalam hal ini peranan media sosial dapat memberikan lingkungan yang lebih efektif untuk interaksi daripada media massa tradisional. Konten berbasis pengguna ini lebih dapat dipercaya daripada strategi komersial tradisional, dimana adanya *live streaming* merupakan salah satu konten *real time*. Audiens alam konten *live streaming* dianggap berperan memberikan pengaruh untuk produk atau citra merek tertentu.

6. REFERENSI

- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 215–222. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134>
- Andanni, R. M. (2004). Analisis Tren Online Live Streaming Pada Website Dan Youtube Televisi Berita Di Indonesia. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 18(1), 35–50. <https://doi.org/10.24002/jik.v18i1.2215>
- Bijker, W. E. (2015). Technology, Social Construction of. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition* (Second Edi, Vol. 24). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.85038-2>
- Cabeza-Ramírez, L. J., Fuentes-García, F. J., & Muñoz-Fernandez, G. A. (2021). Exploring the emerging domain of research on video game live streaming in web of science: state of the art, changes and trends. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(6), 1–29. <https://doi.org/10.3390/ijerph18062917>
- Cao, D., Meadows, M., Wong, D., & Xia, S. (2021). Understanding consumers' social media engagement behaviour: An examination of the moderation effect of social media context. *Journal of Business Research*, 122(June), 835–846. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.025>
- Chen, C. C., & Lin, Y. C. (2018). What drives live-stream usage intention? The perspectives of flow, entertainment, social interaction, and endorsement. *Telematics and Informatics*, 35(1), 293–303. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.12.003>
- Cinelli, M., de Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 118(9). <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Dewi, K. Y. F., Endrayana, K., & Riawan, G. E. (2022). A life of social media: Tatanan Komunikasi dalam media. *DAIWI WIDYA Jurnal Pendidikan*, 09(1), 30–45.
- Giertz, J., Weiger, W. H., Törhönen, M., & Hamari, J. (2020). Understanding the what and how of successful social live streaming. *CEUR Workshop Proceedings*, 2637, 167–176.
- Ham, M., & Lee, S. W. (2020). Factors affecting the popularity of video content on live-streaming services: Focusing on V live, the South Korean live-streaming service. *Sustainability (Switzerland)*, 12(5), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su12051784>
- Hou, F., Guan, Z., Li, B., & Chong, A. Y. L. (2020). Factors influencing people's continuous watching intention and consumption intention in live streaming: Evidence from China. *Internet Research*, 30(1), 141–163. <https://doi.org/10.1108/INTR-04-2018-0177>
- Ignat, V. (2017). Digitalization and the global technology trends. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 227(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/227/1/012062>
- Inoue, M., Kimata, H., Fukazawa, K., & Matsuura, N. (2010). Interactive panoramic video streaming system over restricted bandwidth network. *MM'10 - Proceedings of the ACM Multimedia 2010 International Conference*, 1191–

1194.
<https://doi.org/10.1145/1873951.1874184>
- Irwanto, I., & Irwansyah, I. (2020). Pendekatan Social Construction of Technology untuk Teknologi Pendidikan di Indonesia. *Media Komunikasi FPIPS*, 19(1), 28. <https://doi.org/10.23887/mkfis.v19i1.24184>
- Jamalpur, B., Kafila, Chythanya, K. R., & Kumar, K. S. (2021). A comprehensive overview of online education – Impact on engineering students during COVID-19. *Materials Today: Proceedings*, xxxx, 1–4. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.01.749>
- Kay, S., Mulcahy, R., & Parkinson, J. (2020). When less is more: the impact of macro and micro social media influencers' disclosure. *Journal of Marketing Management*, 36(3–4), 248–278. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1718740>
- Li, Y., & Guo, Y. (2021). Virtual gifting and danmaku: What motivates people to interact in game live streaming? *Telematics and Informatics*, 62(April), 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101624>
- Li, Y., Wang, C., & Liu, J. (2020). A systematic review of literature on user behavior in video game live streaming. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(9). <https://doi.org/10.3390/ijerph17093328>
- Lin, L. C. S. (2021). Virtual gift donation on live streaming apps: the moderating effect of social presence. *Communication Research and Practice*, 7(2), 173–188. <https://doi.org/10.1080/22041451.2021.1889190>
- Lynch, M. E. (2019). The Sociology of Science and Social Constructivism. In *The Routledge Handbook of Social Epistemology*. Routledge.
- Mahmudah, N. E. M. (2021). New Media and Social Construction of Technology (SCOT) on Cak Ed Online Delivery Service in Lamongan Regency. *Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 4(01), 79–95. <https://doi.org/10.37680/muharik.v3i02.819>
- Ming, J., Jianqiu, Z., Bilal, M., Akram, U., & Fan, M. (2021). How social presence influences impulse buying behavior in live streaming commerce? The role of S-O-R theory. *International Journal of Web Information Systems*, 17(4), 300–320. <https://doi.org/10.1108/IJWIS-02-2021-0012>
- Mohamed Shaffril, H. A., Ahmad, N., Samsuddin, S. F., Samah, A. A., & Hamdan, M. E. (2020). Systematic literature review on adaptation towards climate change impacts among indigenous people in the Asia Pacific regions. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120595. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120595>
- Noviani, A. I. (2022). *Social Construction of Social Media Technology in Community in Indonesia*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/wprs6>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *Systematic Reviews*, 10(1), 1–11. <https://doi.org/10.1186/s13643-021-01626-4>
- Park, H. J., & Lin, L. M. (2020). The effects of match-ups on the consumer attitudes

- toward internet celebrities and their live streaming contents in the context of product endorsement. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52(May 2019), 101934. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101934>
- Pfadenhauer, M., & Knoblauch, H. (2018). *Social Constructivism as Paradigm?: The Legacy of The Social Construction of Reality*. Routledge.
- Savic, M. (2021). From Musical.ly to TikTok: Social Construction of 2020's Most Downloaded Short-Video App. *International Journal of Communication*, 15, 3173–3194. <http://ijoc.org>.
- Scheibe, K., Fietkiewicz, K. J., & Stock, W. G. (2016). Information Behavior on Social Live Streaming Services. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 4(2), 6–20. <https://doi.org/10.1633/jistap.2016.4.2.1>
- Shamseer, L., Moher, D., Clarke, M., Ghersi, D., Liberati, A., Petticrew, M., Shekelle, P., Stewart, L. A., Altman, D. G., Booth, A., Chan, A. W., Chang, S., Clifford, T., Dickersin, K., Egger, M., Gøtzsche, P. C., Grimshaw, J. M., Groves, T., Helfand, M., ... Whitlock, E. (2015). Preferred reporting items for systematic review and meta-analysis protocols (prisma-p) 2015: Elaboration and explanation. *BMJ (Online)*, 349(January), 1–25. <https://doi.org/10.1136/bmj.g7647>
- Singh, S., Singh, N., Kalinić, Z., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2021). Assessing determinants influencing continued use of live streaming services: An extended perceived value theory of streaming addiction. *Expert Systems with Applications*, 168, 114241. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.114241>
- Sun, Y., Shao, X., Li, X., Guo, Y., & Nie, K. (2019). How live streaming influences purchase intentions in social commerce: An IT affordance perspective. *Electronic Commerce Research and Applications*, 37(December 2018), 100886. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100886>
- Turel, O., Qahri-Saremi, H., & Vaghefi, I. (2021). Special Issue: Dark Sides of Digitalization. *International Journal of Electronic Commerce*, 25(2), 127–135. <https://doi.org/10.1080/10864415.2021.1887694>
- Wang, M., & Li, D. (2020). What motivates audience comments on live streaming platforms? *PLoS ONE*, 15(4), 1–12. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0231255>
- Wang, Y.-S., & Lu, Y.-Z. (2019). Using Grounded Theory to Explore the Words of Mouth in Live Broadcast Platform. *Progress in Human Computer Interaction*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.18063/phci.v2i1.994>
- Yuanyuan Zhang, & Qian Wang. (2017). Philosophical Analysis of Phenomena in Live Video Streaming. *Philosophy Study*, 7(6), 305–311. <https://doi.org/10.17265/2159-5313/2017.06.004>