

Kunci popularitas *streamer* YouTube, humor sopan santun ala Windah Basudara atau Bar-Bar ala Deankt

Moh. Faidatul Nur Imansyah*, Muhammad Evan Dibayana, Anggoro Saputra

Universitas Negeri Malang,

Jl. Semarang No.5 Malang, Indonesia

*Corresponding author, email: moh.faidatul.2404326@students.um.ac.id

doi: 10.17977/um064v6i22026p257-270

Kata kunci

Persona digital;
Personal branding;
Streaming langsung YouTube;
Interaksi parasosial;
Komunikasi digital

Keywords

Digital persona;
Personal branding;
YouTube live streaming;
Parasocial interaction;
Digital communication

Article History

Submitted: December 24, 2025
Revised: February 4, 2026
Accepted: April 6, 2026
Published: April 7, 2026

Abstrak

Penelitian ini mengkaji fenomena popularitas dua *streamer* YouTube Indonesia dengan persona yang kontras, yaitu Windah Basudara yang dikenal dengan gaya komunikasi sopan dan DeanKT dengan gaya komunikasi yang ekspresif dan tanpa filter. Berlandaskan konsep *personal branding* dan persona digital, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana perbedaan gaya bahasa membentuk identitas daring, memengaruhi persepsi audiens, serta berdampak pada aspek komersial seperti keamanan merek (*brand safety*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan strategi studi kasus dan observasi konten, yang didukung oleh data kuantitatif dari kuesioner daring yang diisi oleh 57 responden yang dipilih secara *purposif*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humor dan nilai hiburan merupakan faktor utama yang memengaruhi keterlibatan audiens, melampaui pentingnya persona *streamer*. Windah Basudara memiliki daya tarik yang lebih luas (68,4%), terutama karena kemampuannya membangun rasa komunitas dan citra yang aman bagi berbagai kalangan serta sponsor. Sebaliknya, popularitas DeanKT yang lebih tersegmentasi bertumpu pada persepsi keotentikan dan gaya komunikasi yang ekspresif. Meskipun audiens cenderung menyukai persona yang sopan, hasil penelitian menunjukkan adanya fleksibilitas, di mana sebagian besar responden dapat menikmati kedua gaya komunikasi sesuai dengan konteks siaran. Temuan ini menegaskan bahwa strategi komunikasi yang kontras dapat sama-sama efektif dalam membangun *personal branding* digital.

Abstract

This study examines the popularity of two Indonesian YouTube streamers with contrasting personas: Windah Basudara, known for his polite communication style, and DeanKT, known for his unfiltered and aggressive style. Grounded in the concepts of personal branding and digital persona, this research aims to analyze how differing language styles shape online identity, influence audience perception, and impact commercial aspects such as brand safety. This study employs a qualitative descriptive approach using a case study strategy and content observation, supported by quantitative data collected through an online questionnaire with 57 respondents selected purposively. The findings reveal that humor and entertainment value are the most significant factors influencing audience engagement, surpassing the importance of streamer persona. Windah Basudara demonstrates broader appeal (68.4%), driven by his ability to foster a strong sense of community and maintain a brand-safe image. In contrast, DeanKT's segmented popularity relies on perceptions of authenticity and expressive communication style. Although audiences tend to prefer a polite persona, the results indicate flexibility, as most respondents report enjoying both styles depending on context. These findings highlight the coexistence of contrasting communication strategies in shaping successful digital personal branding.

1. Pendahuluan

YouTube tidak hanya aplikasi untuk menonton video. Aplikasi milik Google ini memiliki berbagai komponen, salah satunya adalah *live streaming* atau siaran secara langsung. Fitur ini memungkinkan *creator* melakukan *streaming* video langsung untuk berbagai keperluan, mulai

dari menonton hiburan hingga menyiarkan acara penting seperti webinar (Daffy Al Farisi, 2023). YouTube adalah aplikasi berbagi video daring global yang dibuat pada tahun 2005. Awalnya berfungsi sebagai penyimpanan video yang diunggah *creator*, kini YouTube telah berkembang menjadi ekosistem media yang kompleks. Salah satu fiturnya adalah YouTube Live, yang memungkinkan para *creator* untuk melakukan siaran langsung (*live streaming*), berinteraksi secara *real-time* dengan penonton mereka, dan membangun komunitas yang solid. *Platform* ini tidak hanya menjadi sumber hiburan, tetapi juga panggung utama bagi munculnya profesi dan fenomena budaya baru, salah satunya adalah *streamer*.

Live-streaming adalah media yang merekam dan menyiarkan secara *real-time*. Transmisi dilakukan dengan menggunakan satu atau lebih jenis teknologi komunikasi yang memungkinkan gambar dan suara untuk segera dikirim dari satu lokasi ke lokasi lain sehingga membuat audiens merasa seperti hadir dalam acara atau kegiatan yang disiarkan secara *real-time* tersebut (Chen & Lin, 2018). Seorang *streamer* (penyiar daring) adalah individu yang menyiarkan dirinya sendiri secara langsung kepada penonton melalui *platform* digital seperti YouTube, Twitch, dan Facebook *Gaming*. Aktivitas utama mereka beragam, mulai dari bermain *video game*, bincang-bincang (*Just Chatting*), menampilkan bakat seperti musik atau seni, hingga sekadar berbagi aktivitas sehari-hari. Kunci dari *streaming* adalah interaksi dua arah yang intens antara *streamer* dan penonton melalui fitur obrolan langsung (*live chat*). Keberhasilan seorang *streamer* tidak hanya diukur dari keahliannya dalam bermain *game*, tetapi juga dari kemampuannya membangun persona yang menarik dan komunitas yang loyal.

Humor adalah fenomena unik manusia yang kompleks dan telah coba dijelaskan oleh beragam teori. Salah satu yang tertua adalah Teori Superioritas, yang memandang tawa sebagai bentuk rasa superior atas kelemahan orang lain, sebuah pandangan yang dianut dari Plato hingga Hobbes. Berbeda dengan itu, Teori Pelepasan (*Relief Theory*) menganggap tawa sebagai mekanisme terlepasnya tekanan pada sistem saraf, di mana menurut Freud, energi psikis yang terpendam akhirnya dibebaskan. Sementara itu, Teori Ketidakcocokan (*Incongruity Theory*) yang didukung oleh Kant dan Schopenhauer menyatakan bahwa humor muncul ketika terjadi sesuatu yang melanggar ekspektasi normal kita. Lebih lanjut, Teori Permainan (*Play Theory*) melihat humor sebagai tindakan yang dilakukan hanya demi kesenangan jiwa dan berfungsi sebagai pelumas hubungan sosial. Terakhir, Teori Simulasi (*Simulation Theory*) menjelaskan bahwa otak manusia selalu membuat model untuk mengantisipasi masa depan, dan humor adalah bagian dari permainan simulasi di mana tawa menjadi reaksi ketika ekspektasi tersebut dikecoh atau dipatahkan (Sugiharto, 2016)

Dalam industri *streaming* YouTube di Indonesia, muncul dua nama besar dengan persona yang sangat berbeda namun sama-sama meraih popularitas tinggi. Kedua figur tersebut itu adalah yang pertama Windah basudara Bernama asli Brando Franco Windah, ia dijuluki sebagai bapak *streamer gaming* Indonesia dengan 17,6 juta *subscriber* dan dikenal memiliki persona yang ramah, sopan, dan teatrikal. Kontennya menargetkan audiens yang luas, termasuk anak-anak dan keluarga ("bocil kematian"), dengan ciri khas menghindari kata-kata kasar, penuh humor *absurd*, dan sering kali menampilkan drama atau "pertunjukan" unik di akhir siarannya. Lalu yang kedua adalah DeanKT Bernama asli Aldean Tegar, dia dikenal sebagai *streamer gaming* dengan *youtube membership* terbanyak di Indonesia dengan 1,56 juta *subscriber* selain itu ia juga adalah figur yang sangat dikenal di komunitas *esports*, khususnya Mobile Legends. Gayanya sangat berbeda dari Windah. DeanKT dikenal dengan persona yang "bar-bar" ekspresif, blak-blakan, dan tidak ragu menggunakan bahasa kasar atau umpatan untuk mengekspresikan frustrasi atau kegembiraan. Gayanya yang tanpa filter ini justru dianggap otentik dan menghibur oleh basis penggemarnya yang lebih tersegmentasi.

Penelitian ini dimulai dari fenomena menarik Windah Basudara dan DeanKT yang sama-sama mampu meraih popularitas masif walaupun dengan strategi komunikasi yang saling bertolak belakang. Fokus utama analisis ini untuk meneliti bagaimana perbedaan fundamental dalam gaya Bahasa antara gaya sopan dan gaya "bar-bar" secara efektif membentuk persona digital yang unik dan menjadi fondasi *personal branding* mereka. Lebih jauh lagi, penelitian ini akan mendalami faktor psikologis yang membuat penonton bisa sama-sama loyal terhadap kedua gaya tersebut, mempertanyakan apakah daya tarik utamanya terletak pada "rasa aman" dari hiburan positif atau justru pada "kejujuran tanpa filter" yang mentah. Pada akhirnya, analisis ini bertujuan mengukur sejauh mana pilihan gaya bahasa tersebut berdampak langsung pada definisi kesuksesan seorang *streamer*, baik melalui keterlibatan penonton, segmentasi audiens yang terbentuk, maupun citra mereka di mata sponsor dan peluang komersial yang menyertainya.

Topik ini relevan untuk diangkat karena dua alasan utama. Pertama, industri *live streaming* di Indonesia sedang berkembang pesat, dan banyak kreator baru yang mencari "formula" kesuksesan. Kedua, keberhasilan Windah Basudara dan DeanKT secara bersamaan mematahkan pendapat bahwa hanya ada satu cara untuk menjadi populer. Ini menunjukkan adanya pembagian dalam kecenderungan penonton Indonesia dan membuka diskusi tentang apa yang dianggap "menghibur" dan "otentik" di ruang digital saat ini.

Analisis ini menguji hipotesis bahwa pilihan gaya bahasa secara signifikan memengaruhi segmentasi penonton dan jenis popularitas yang diraih. Hal ini sejalan dengan temuan riset mengenai *personal branding* Windah Basudara, di mana strategi komunikasi yang terukur membangun kedekatan audiens tanpa mengorbankan citra positif (Junius & Sukendro, 2024)

Bahasa sopan ala Windah Basudara cenderung membangun penonton yang lebih luas dan citra yang lebih "aman" untuk kerja sama merek (*brand-safe*). Sementara itu, bahasa "bar-bar" ala DeanKT menciptakan komunitas yang lebih solid, tersegmentasi, dan loyal. Riset terbaru menunjukkan bahwa dalam lingkungan *game* kompetitif, penggunaan bahasa kasar sering kali berfungsi sebagai ekspresi emosi saat pemain merasa tertekan, yang justru dapat menciptakan ikatan sosial di antara para pemain (Alfaridzi, 2024). Keduanya merupakan jalur yang meyakinkan menuju puncak popularitas, namun dengan konsekuensi dan target *audiens* yang berbeda.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan strategi studi kasus, yang diperkaya oleh data kuantitatif melalui kuesioner. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena *personal branding* pada dua streamer YouTube, yaitu Windah Basudara dan DeanKT. Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi makna, motivasi, serta dampak gaya komunikasi yang digunakan oleh subjek penelitian, sementara data kuantitatif dari kuesioner digunakan untuk memperkuat temuan terkait persepsi audiens (Creswell, 2014; Yin, 2018).

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga teknik, yaitu: *Observasi Konten*: Peneliti melakukan observasi secara langsung dan sistematis terhadap konten siaran langsung (*live streaming*) serta video yang diunggah pada kanal YouTube Windah Basudara dan DeanKT. Observasi ini berfokus pada analisis gaya bahasa, pola interaksi dengan penonton, serta elemen-elemen pembentuk persona yang ditampilkan oleh masing-masing streamer. Teknik observasi ini mengacu pada pendekatan analisis konten dalam studi media digital (Krippendorff, 2018). *Kuesioner (Survei)*: Untuk memperoleh gambaran yang lebih luas

mengenai persepsi audiens, penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan secara daring. Pendekatan kuantitatif ini digunakan untuk mengukur variabel-variabel seperti motivasi menonton, persepsi terhadap persona "sopan" dan "bar-bar", serta tingkat loyalitas penonton terhadap kedua streamer. Penggunaan survei sebagai instrumen pendukung dalam penelitian komunikasi telah banyak digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi khalayak (Sugiyono, 2019; Neuman, 2014). Responden dalam penelitian ini adalah penonton aktif dari kanal YouTube Windah Basudara dan DeanKT yang dipilih secara purposif. *Dokumentasi*: Selain observasi dan kuesioner, peneliti juga mengumpulkan data dokumentasi berupa tangkapan layar, arsip video, serta komentar penonton yang relevan. Data ini digunakan untuk mendukung analisis dan memperkuat validitas temuan penelitian (Moleong, 2017).

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini berfokus pada dua kanal streamer YouTube Indonesia, Windah Basudara, yang dikenal dengan persona "sopan" dan *family friendly*, dan DeanKT, yang dikenal dengan persona "bar-bar" dan ekspresif. Berikut disajikan hasil pengamatan awal dari video YouTube yang diperoleh secara langsung tanpa adanya proses analisis. Data ini masih berupa temuan mentah yang nantinya akan diolah dan disimpulkan pada bagian selanjutnya.

Tabel 1. Ringkasan Humor Windah Basudara

Judul Video	Menit	Penjelasan
AKU BERANIKAN DIRI MENDAKI GUNUNG TERSULIT DI DUNI YNG GAK KUAT JANGAN IKUT.... Mount Lembayana	50:19	Salah satu pemain di dalam game memberikan tebak-tebakan "bapak-bapak", "mobil apa yang sakit Bang?" dan jawabannya adalah "kijang-kijang"
AKHIRNYA AKU MENDAKI GUNUNG YANG LUAR BIASA INDAH.... Mount Malaikat	19:27	Lelucon "Predator" ketika seorang penonton perempuan mengatakan "love you", Windah merespons, "tapi jangan bilang love gitu ya nanti aku yang dituduh predator yang sama bocil-bocil ya." Ini adalah humor self-aware yang sering ia gunakan terkait audiensnya.
	27:53	Melawan "Brainrot" Windah bertanya pada pemain "Ayam Putih" kabar "Ayam Hitam". Dijawab bahwa Ayam Hitam sedang "bercocok tanam untuk melawan brainrot. "Penggunaan istilah "brainrot" (istilah yang sangat populer di kalangan remaja saat ini) dalam konteks yang absurd ini adalah contoh humor "Gen Z" yang jelas.
AKU INGIN DAPATKAN BATIK LEGENDARIS DI FREE FIRE!	20:05	Reaksi Kaget yang Absurd ketika memasuki Dark Zone yang gelap di dalam game dan melihat siluet musuh, Windah bereaksi secara spontan dan berlebihan dengan berteriak, "itu dajjal kah guys".
	01:00:23	Menyalahkan Teman (Blaming) segera setelah timnya kalah (meskipun dia sendiri bermain baik), dia langsung memeriksa statistik dan menyalahkan rekan satu timnya: "ini duk heh gua gak skill isu... ini duk kamu ngapain".
AKU MENDKI GUNUNG YANG PALING VIRAL DI TIKTOK BERSAMA TEMAN TEMAN.... Mount Sibuatan	26:45	Windah sedang membaca komentar chat sambil merespons candaannya sendiri (yang sebelumnya dia menyebut teman-temannya "orang cacat"). Dia berkata: "harusnya di Windah ngaku nabi di sini enggak ada orang cacat enggak ada Guys aku guys astagfirullah orang cacat".
	01:57:07	Celetukan Dewasa: Saat seorang teman menjelaskan cara memanjat tangga (harus tegak lurus), teman lainnya menyeletuk, "oh upacara Bro kita harus tegak pagi hari," yang disambut tawa oleh Windah.

Judul Video	Menit	Penjelasan
AKU PERGI MANCING DI MALAM HARI NAMUN HAL ANEH TERJADI... Creepy Fishing	33:17	Reaksi Jumpscare "Bangke" saat sedang berjalan di hutan, dia tiba-tiba ditabrak oleh entitas hitam dan berteriak "Bangke, wah syukur gua gak ketabrak sama dia Bangkai banget dari gelap tiba-tiba Nongol".
	44:54	Menantang Pocong Balapan ketika melihat ada pocong mengapung di air, reaksinya bukanlah takut, melainkan menantangnya balapan: "Anjay ada pocong guys pocong mengapung sini balapan pocong sini gua tabrak lu ayo sini".

Tabel 2. DeanKT

Judul Video	Menit	Penjelasan
BY 1 DAPET HP KAPAN LAGI DEKKKKKKKKKKKKKKKKKKKK	36:45	DeanKT marah besar (menggunakan kata kasar "bangsat", "anjing idiot") setelah menyadari ada pemain yang tidak memiliki <i>hero</i> Fanny. Ia meluapkan kekesalannya dengan ejekan, "2025 dia belum punya Fanny Jing".
	38:08	Reaksi sarkastik DeanKT setelah kalah <i>by one</i> . Ia kesal karena lawannya yang sebelumnya ia sebut "goblok" dan tidak punya Fanny 36:45 berhasil menang dan mendapatkan hadiah HP. Kekesalannya diluapkan dengan kalimat, "kasihan guys siil metronom dapat HP dia ya," yang menunjukkan rasa tidak percayanya bahwa pemain tersebut yang justru menang.
	42:10	Momen intens saat duel Fanny lawan Fanny. DeanKT awalnya menyuruh dirinya mundur ("balik dulu balik dulu"). Setelah lawannya mati, dia langsung berteriak menyalahkan keberuntungan. Dia meneriakkan "mati hoki anjing dia selic [licik] dia guys," sebagai ekspresi frustrasi khususnya karena merasa dijebak atau kalah hoki, bukan karena <i>skill</i> lawan.
	43:17	Masih dalam duel Fanny, ini adalah puncak kekesalan DeanKT karena lawannya tidak mati-mati. Dia mengeluh bahwa lawannya bermain "licik". Dia berteriak, "anjing tem modar goblok dia pakai heal liciknya," menyalahkan penggunaan <i>spell</i> (kemungkinan besar <i>Regen</i> atau <i>Recall</i> 43:29 yang membuat lawannya selamat, yang ia anggap sebagai tindakan curang).
CHARITY STREAM - ULANG TAHUN DARI VIEWER UNTUK VIEWER KALI	05:46	DeanKT marah besar ke orang yang sudah terpilih hadir di acaranya tapi tidak datang ("kagak datang anjing"). Dia kesal karena mereka mengambil jatah orang lain ("banyak yang mau datang gantiin lu ngentot") dan mengancam akan mem-blacklist mereka ("gua blacklistin satu-satu sumpah anak pungut").
JUARA WCG KEMBALI BERMAIN BERSAMA PEMAIN TI DOTA 2	05:30	Momen ketika DeanKT "pasrah" (menyerah) setelah marah-marah. Ia mengawali dengan makian khususnya ("dongo anjing dongo banget... idiot") dan mengejek dirinya sendiri ("dean si pitak"). Puncaknya adalah ketika ia berhenti berusaha ("bodo amat ah... udah pasrah") dan mengumumkan strategi barunya: "kita sekarang pakai teori tidak berharap bro". Ini adalah humornya saat ia sudah terlalu frustrasi dan tidak mau berharap menang lagi.

Judul Video	Menit	Penjelasan
	22:44	Momen ketika DeanKT panik karena <i>live chat</i> -nya mengalami <i>error</i> ("ya elah chat gua error babi babi"). Saking frustrasinya, ia mulai mengumpat secara acak (menyebut "melirot jeung bober he blob fish"), sebelum kembali mengeluhkan masalah utamanya: "emang babi jing chat gua error kenapa jing."
HARI PERTAMA KE MOTION LIFE ROLEPLAY	13:05	DeanKT bercanda <i>absurd</i> dan vulgar saat membahas <i>brand</i> boxer mahal (Chrome Hearts). Ia membuat lelucon kasar bahwa memakai boxer itu akan membuat (" <i>kontol</i> ") terasa lebih besar, menunjukkan gaya humornya yang blak-blakan.
	14:11	Melanjutkan pembahasan boxer, DeanKT membuat lelucon seksual implisit tentang reaksi perempuan jika melihat boxer itu. Humornya terletak pada skenario vulgar yang ia bayangkan: "ketemu cewek kalian buka celana lah makai chrom guys wah langsung ngucur sih guys."
	40:18	Situasi komedi ketika DeanKT ditegur Adel karena <i>spoiler</i> produk. Puncak kelucuannya adalah saat ia baru sadar (setelah diingatkan) bahwa tulisan di baju yang ia pakai sangat sesuai dengan situasinya: ("Call Me Stupid").
PIKABUU STOP! #STOPJUDAY	02:37:30	Momen yang menunjukkan gaya komunikasi DeanKT yang <i>bossy</i> dan kacau. Ia secara tiba-tiba dan kasar membentak seseorang (kemungkinan stafnya) bernama Benny ("diam duit dong Lu diam ya Benny Anjing lu dah"). Setelah memaki, ia langsung mengabaikan emosinya dan beralih ke instruksi teknis, "Oke sekarang aja ya Sekarang kita media share pakai tako", seolah-olah bentakan tadi tidak pernah terjadi.

Konsep Persona menurut Carl Gustav Jung (Kleden, 2024) adalah cara individu dengan sadar menampakkan diri ke luar (ke dunia sekitarnya). Persona merupakan kompromi antara individu dan masyarakat, antara struktur batin sendiri dengan tuntutan-tuntutan sekitar mengenai bagaimana seharusnya orang berbuat.

3.1. Kontruksi Persona "Sopan" Windah Basudara

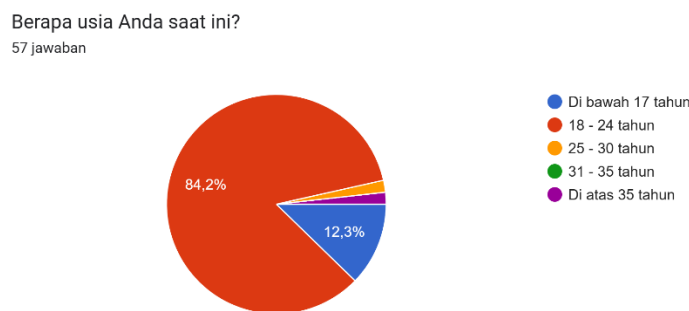
Berdasarkan data dari tabel 1, ditemukan bahwa streamer Windah Basudara terbiasa untuk menggunakan humor teatrikal dan cenderung humor bapak-bapak dikarenakan dia memahami bahwa komunitas penontonnya yang sering dia sebut sebagai bocil kematian ini berasal dari berbagai kalangan umur. Sebagai contoh dari humor yang digunakan adalah sebagai berikut: (1) Dalam *live streaming* Windah Basudara yang berjudul "AKU INGIN DAPATKAN BATIK LEGENDARIS DI FREE FIRE!" di menit 20:05 Windah Basudara menggunakan humor teatrikal ketika memasuki *Dark Zone* yang gelap di dalam game dan melihat siluet musuh, Windah bereaksi secara spontan dan berlebihan dengan berteriak, "itu dajjal kah guys"; dan (2) Selanjutnya di *live streaming* yang berjudul "AKU BERANIKAN DIRI MENDAKI GUNUNG TERSULIT DI DUNIA YANG GAK KUAT JANGAN IKUT.... Mount Lembayana" Windah Basudara menggunakan humor bapak-bapak di menit 50:19 ketika salah satu pemain di dalam game memberikan tebak-tebakan, yaitu "mobil apa yang sakit bang?" dan jawabannya adalah "kijang-kijang".

3.2. Kontruksi Persona “Bar-Bar” DeankT

Berdasarkan Hasil observasi menunjukkan bahwa persona “bar-bar” yang ditampilkan DeankT bukan sekadar perilaku spontan, melainkan bagian dari strategi pencitraan diri (self-branding) sebagai streamer yang enerjik, autentik, dan menghibur. Dalam teori komunikasi massa, gaya ini dapat dikaitkan dengan konsep performative identity, di mana konten kreator membangun citra tertentu untuk menarik perhatian audiens dan mempertahankan *engagement*. Secara praktik DeankT seringkali menggunakan umpatan atau kata kasar untuk mereaksikan kekesalan terhadap penonton yang memberikan komentar yang membuatnya marah, kekalahan dalam game, dan bahkan dalam dialog biasa dengan penontonnya atau teman bermain *game*-nya. Walaupun dengan gaya bahasanya yang kasar ini, seringkali malah menimbulkan gelak tawa untuk para penontonnya. Hal ini menunjukkan bahwa dia menggunakan humor yang kasar, spontan, dan penuh energi. Selain humor kasar dan spontan ia sering menggunakan humor sarkastik, ejekan, dan hiperbola terhadap situasi dalam permainan, lawan main, bahkan terhadap dirinya sendiri. Sebagai contoh dari humor yang digunakan sebagai berikut: (1) Dalam *live streaming* DeankT yang berjudul “BY 1 DAPET HP KAPAN LAGI DEKKKKKKKKKKKKKKKKKKKK” di menit ke 36:45 dia menggunakan humor kasar dan ejekan saat DeankT marah besar (menggunakan kata kasar "bangsat", "anjing idiot") setelah menyadari ada pemain yang tidak memiliki *hero* Fanny. Ia meluapkan kekesalannya dengan ejekan, "2025 dia belum punya Fanny Jing!"; dan (2) Selanjutnya di *live streaming* dengan judul yang sama di menit 38:08 DeankT menggunakan humor sarkastik setelah dia kalah *by one* (pertandingan 1 lawan 1) karena kesal dengan lawannya yang sebelumnya ia sebut goblok dan tidak punya Fanny 36:45 berhasil menang dan mendapatkan hadiah HP. Kekesalannya diluapkan dengan kalimat, "kasihan guys Si il metronome (lawan mainnya) dapat HP dia ya," yang menunjukkan rasa tidak percayanya bahwa pemain tersebut yang justru menang.

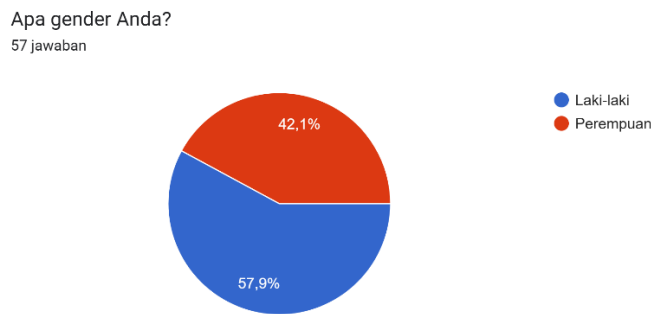
3.3. Gambaran Umum Data Responden

Berdasarkan metode penelitian kuisisioner atau survei di atas mengenai persepsi audiens yang lebih luas dengan kuisisioner disebarakan secara daring.



Gambar 1. Usia Responden

Berdasarkan data hasil analisis dari kuisisioner mengenai usia audiens sebanyak 57 responden 84,2% berusia 18 – 24 tahun, 12,3% berusia di bawah 17 tahun, 1,8% berusia 25 – 30 tahun, dan 1,8% berusia di atas 35 tahun.



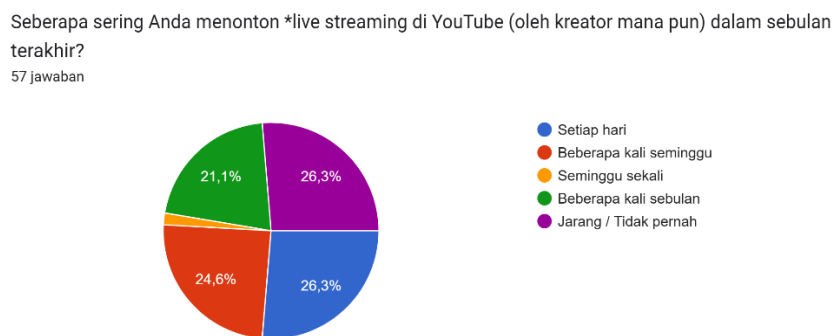
Gambar 2. Gender Responden

Berdasarkan data hasil analisis mengenai gender audiens dari kuisioner sebanyak 57,9% laki-laki, dan 42,1% perempuan. Dari data ini responden dari kuisioner di dominasi oleh laki-laki.

3.4. Frekuensi Menonton *Live Streaming YouTube* di Kalangan Responden

Data mengenai frekuensi audiens dalam menonton *live streaming* YouTube yang disajikan pada Gambar 3. Penelitian ini melibatkan 57 responden untuk mengidentifikasi kebiasaan mereka dalam seberapa sering menonton *live streaming* YouTube selama satu bulan terakhir.

Hasil dari data ini menunjukkan terdapat dua kelompok dengan persentase identik dan terbesar 26,3%, yaitu kelompok yang menonton "Setiap Hari" dan kelompok yang "Jarang/Tidak pernah" menonton. Selanjutnya penonton terbesar kedua adalah mereka yang menonton "Beberapa kali seminggu" dengan persentase 24,6%. Diikuti oleh responden yang menonton "Beberapa kali sebulan" sebesar 21,1%. Persentase terkecil responden yang menonton "Seminggu sekali" yang hanya 1,7% dari total responden



Gambar 3. Seberapa sering audiens menonton *live streaming YouTube*

Tingginya angka penonton harian 26,3% menunjukkan adanya permintaan akan konten yang konsisten dan interaksi yang rutin, sebuah celah yang mungkin diisi oleh kreator dengan *personal branding* yang ramah dan sopan seperti Windah Basudara. Di sisi lain, segmen penonton "Beberapa kali sebulan" 21,1% mungkin lebih tertarik pada *event* atau momen-momen besar yang viral, yang sering kali dihasilkan oleh kreator dengan gaya yang lebih impulsif dan "bar-bar" seperti DeankT.

3.5. Keterkaitan Antara Faktor Kunci *Live Streaming* dengan Popularitas *Streamer* di Kalangan Responden

Berdasarkan data yang terkumpul, ditemukan bahwa "Humor dan nilai hiburan" merupakan faktor dominan dan dianggap paling penting oleh mayoritas responden, dengan

persentase mencapai 40,4%. Faktor terpenting kedua yang dipilih oleh responden adalah "Kualitas konten/permainan yang ditampilkan", yang mencakup 26,3% dari total jawaban. Selanjutnya, "Interaksi real-time dengan streamer dan penonton lain" menempati posisi ketiga sebagai faktor terpenting dengan porsi 22,8%. Faktor yang paling sedikit dipilih adalah "Persona dan kepribadian streamer", yang hanya menyumbang 10,5% suara.



Gambar 4. Preferensi responden apa yang paling penting dalam *live streaming*

Poin yang paling menonjol adalah dominasi "Humor dan nilai hiburan" sebagai faktor terpenting bagi 40,4% responden. Angka ini secara signifikan mengungguli faktor-faktor lainnya dan menegaskan bahwa, pada dasarnya, *live streaming* adalah media yang berorientasi pada hiburan (*entertainment-driven*). Penonton tidak hanya mencari informasi atau keahlian bermain, tetapi yang utama adalah mencari kesenangan dan pelepasan stres. Hal ini selaras dengan analisis (Alfaridzi, 2024) yang menemukan bahwa ekspresi emosional bahkan yang kasar sekalipun dalam permainan berfungsi sebagai sarana pelepasan rasa frustrasi dan tekanan. Artinya, humor dan reaksi emosional *streamer* menjadi kunci utama bagi penonton untuk merasakan katarsis atau kelegaannya yang sama.

Data menunjukkan bahwa Windah Basudara ditonton secara aktif oleh mayoritas responden, dengan perolehan suara dominan mencapai 68,4%. Pilihan "Keduanya" menempati posisi kedua dengan persentase 17,5%, sementara DeanKT ditonton secara aktif oleh 14% responden. Temuan ini menunjukkan bahwa popularitas Windah Basudara melampaui DeanKT dengan perbandingan yang mencolok. Kesenjangan ini dapat dijelaskan melalui teori komunikasi *gaming* di mana bahasa kasar (gaya "bar-bar"), meskipun mampu menciptakan ikatan sosial yang kuat pada kelompok tertentu, cenderung memicu ketegangan dan suasana permusuhan yang tidak disukai oleh audiens umum (Alfaridzi, 2024). Sebaliknya, pendekatan humor sopan Windah lebih mudah diterima karena meminimalkan potensi konflik dan dampak negatif interaksi, menjadikannya pilihan hiburan yang lebih inklusif bagi mayoritas penonton.

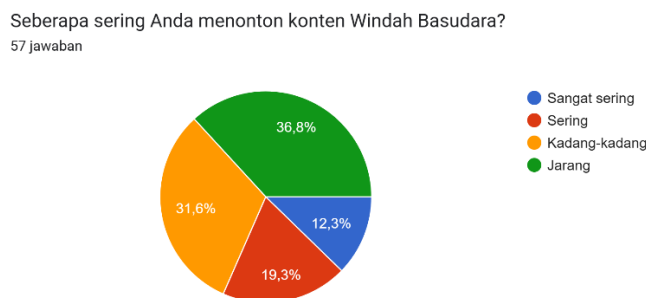


Gambar 5. Persepsi audiens di antara kedua *streamer* ini yang sering di tonton

Data yang ada di Gambar 5 memberikan konfirmasi yang kuat terhadap pertanyaan penelitian. Popularitas Windah Basudara yang mencapai 68,4% di kalangan responden yang dimana secara jelas ini menunjukkan bahwa personanya lebih disukai secara luas.

3.6. Popularitas Windah Basudara mengenai intensitas menonton dan faktor daya Tarik dimata audiens

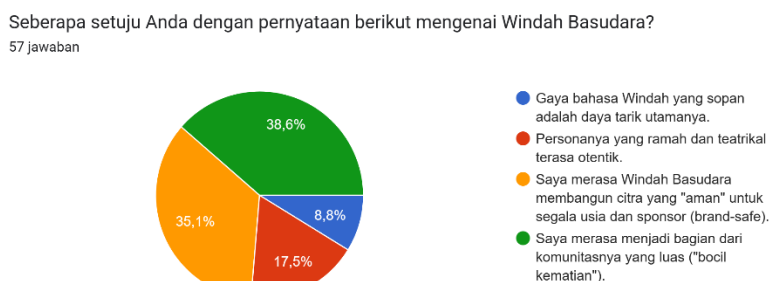
Data yang terkumpul menunjukkan bahwa audiens Windah Basudara di kalangan responden itu didominasi oleh penonton sesekali/kasual. Segmen terbesar adalah responden yang menonton "Jarang", dengan persentase mencapai 36,8%. Segmen terbesar kedua adalah penonton "Kadang-kadang", yang mencakup 31,6% dari total responden. Di sisi lain, segmen penonton yang lebih loyal dan reguler terbagi menjadi dua. Responden yang menonton "Sering" tercatat sebesar 19,3%, sementara responden yang menonton "Sangat sering" mencakup 12,3%.



Gambar 6. Seberapa sering audiens menonton Windah Basudara

Dari data ini menunjukkan bahwa popularitas Windah Basudara sangat luas, mampu menarik mayoritas penonton (68,4%) untuk mengonsumsi kontennya secara sesekali, sekaligus berhasil mempertahankan audiens inti yang loyal (31,6%).

Berdasarkan hal ini menunjukkan bahwa faktor daya tarik utama bukanlah gaya bahasanya yang sopan. Sebaliknya, faktor terbesar yang dipilih responden adalah "Merasa menjadi bagian dari komunitasnya yang luas ('bocil kematian')", yang meraih 38,6% suara. Faktor terbesar kedua, dengan persentase yang hampir sama kuat, adalah persepsi bahwa Windah Basudara "membangun citra yang 'aman' untuk segala usia dan sponsor (brand-safe)" dengan porsi 35,1%. Faktor "Persona yang ramah dan teatrikal terasa otentik" dipilih oleh 17,5% responden. Sementara itu, faktor yang paling sedikit dipilih adalah "Gaya bahasa Windah yang sopan adalah daya tarik utamanya", yang hanya menyumbang 8,8% suara.

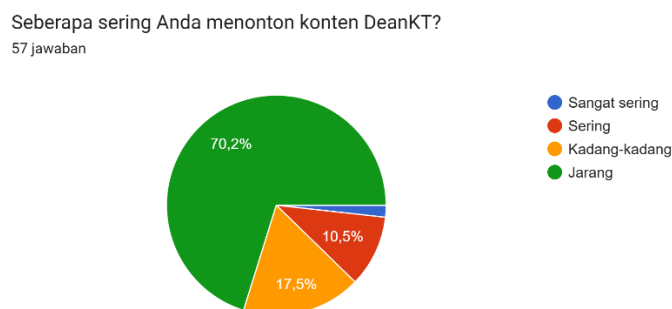


Gambar 7. Preferensi audiens mengenai Windah Basudara

Temuan ini mengindikasikan bahwa audiens tidak hanya menonton Windah karena ia "sopan", tetapi karena ia berhasil menciptakan sebuah identitas kelompok (*in-group*) yang kuat melalui *running gags*, istilah-istilah unik, dan rasa kebersamaan yang dirangkum dalam fenomena "bocil kematian". Penonton merasa menjadi bagian dari sesuatu yang lebih besar daripada sekadar siaran langsung.

3.7. Popularitas DeankT mengenai intensitas menonton dan faktor daya Tarik dimata audiens

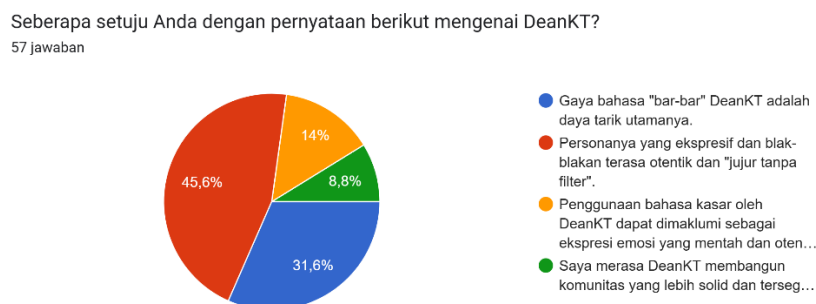
Data pada Gambar 8 menunjukkan bahwa mayoritas absolut responden "Jarang" menonton konten DeankT, dengan persentase mencapai 70,2%. Segmen terbesar kedua adalah penonton "Kadang-kadang" (17,5%), diikuti oleh penonton "Sering" (10,5%). Kategori penonton "Sangat sering" mewakili segmen terkecil, dengan porsi hanya 1,8%.



Gambar 8. Frekuensi penonton live streaming DeankT

Temuan ini mengindikasikan bahwa, tidak seperti Windah Basudara yang memiliki jangkauan audiens kasual yang luas, popularitas DeankT di kalangan responden ini bersifat lebih spesifik dan terbatas pada segmen penonton yang lebih kecil.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa "Persona yang ekspresif dan blak-blakan terasa otentik dan 'jujur tanpa filter'" adalah faktor daya tarik dominan, yang dipilih oleh 45,6% responden. Faktor terbesar kedua adalah "Gaya bahasa 'bar-bar' DeankT adalah daya tarik utamanya", yang dipilih oleh 31,6% responden. Selanjutnya, 14% responden memilih pernyataan bahwa "Penggunaan bahasa kasar oleh DeankT dapat dimaklumi sebagai ekspresi emosi yang mentah dan otentik". Faktor paling sedikit yang dipilih dari sini adalah "Merasa DeankT membangun komunitas yang lebih solid dan tersegmentasi", yang menyumbang 8,8% suara.



Gambar 9. Preferensi dan tanggapan audiens terhadap DeankT

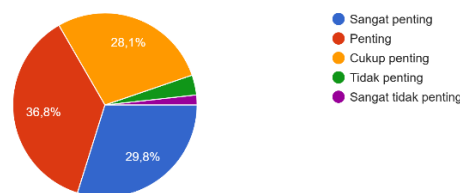
Data ini memperlihatkan perbedaan yang mencolok dengan analisis Windah Basudara. Jika popularitas Windah didukung oleh pilar "Komunitas" (38,6%) dan "Citra Brand Safe" (35,1%), sedangkan popularitas DeanKT justru berasal dari dimensi yang berbeda sama sekali, keotentikannya sebagai individu.

Faktor "Komunitas" hanya mencatat (8,8%) untuk DeanKT, menjadi yang paling rendah. Hal ini menunjukkan bahwa penonton DeanKT tidak mencari rasa kebersamaan atau identitas kelompok, seperti "bocil kematian" di komunitas Windah. Mereka menonton untuk fokus pada personal DeanKT itu sendiri.

Persepsi Audiens Terhadap Dualisme Persona Streamer

Di Gambar 10, responden diminta menilai seberapa berpengaruh gaya komunikasi streamer "sopan" vs "bar-bar" terhadap tingkat popularitas mereka. Hasilnya menunjukkan bahwa aspek ini dianggap sangat menentukan. Mayoritas responden menilai gaya bahasa sebagai "Penting" (30,8%) dan "Sangat penting" (29,8%). Jika ditambahkan dengan kategori "Cukup penting" (28,1%), total 88,7% responden menyatakan bahwa gaya komunikasi memiliki peran yang signifikan dalam membentuk popularitas streamer. Temuan ini menegaskan relevansi topik penelitian yang diangkat.

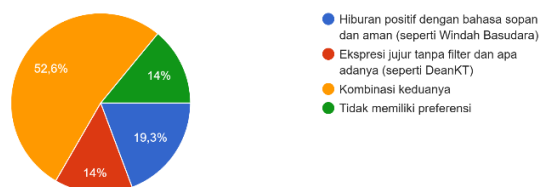
Menurut Anda, seberapa penting gaya bahasa (sopan vs "bar-bar") dalam menentukan popularitas seorang *streamer?
57 jawaban



Gambar 10. Pendapat audiens tentang seberapa penting berbahasa sopan untuk streamer

Pada Gambar 11, ketika responden diminta untuk memilih secara langsung persona mana yang lebih mereka sukai, hasilnya menunjukkan preferensi yang jelas. Mayoritas responden (52,6%) memilih "Hiburan positif dengan bahasa sopan dan aman (seperti Windah Basudara)". Sebaliknya, 19,3% responden memilih "Ekspresi jujur tanpa filter dan apa adanya (seperti DeanKT)". Terdapat pula segmen yang signifikan sebesar 14% yang memilih "Kombinasi keduanya" dan 14% yang "Tidak memiliki preferensi".

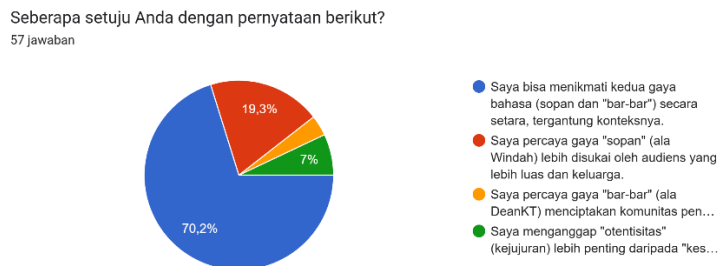
Jika harus memilih, persona *streamer seperti apa yang lebih Anda sukai?
57 jawaban



Gambar 11. Preferensi audiens dalam memilih antara Windah Basudara dan DeanKT

Kemudian, pada Gambar 12 responden diberi pernyataan untuk mengukur pemahaman mereka tentang *fungsi* dan *dampak* dari kedua gaya tersebut. Temuan yang paling dominan

adalah 70,2% responden setuju dengan pernyataan "Saya bisa menikmati kedua gaya bahasa sopan dan "bar-bar" secara setara, tergantung konteksnya". Selanjutnya, 19,3% responden setuju bahwa "gaya sopan (ala Windah) lebih disukai oleh audiens yang lebih luas dan keluarga". Sementara itu, 7% responden setuju bahwa "gaya bar-bar (ala DeanKT) menciptakan komunitas baru yang menyukai otentisitas (kejujuran) dan spontanitas dari reaksinya yang menciptakan humor yang natural.



Gambar 12. Persepsi Audiens Terhadap Pernyataan Mengenai Gaya Bahasa Streamer

4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa humor dan nilai hiburan merupakan faktor dominan yang dianggap paling penting oleh audiens dalam sebuah siaran langsung, melebihi faktor persona atau kualitas konten semata. Penelitian ini mengonfirmasi bahwa popularitas Windah Basudara dan DeanKT dibangun melalui dua strategi pembentukan persona yang fundamentalnya berbeda. Windah Basudara, yang secara signifikan lebih populer di kalangan responden, membangun audiens kasual yang sangat luas. Menariknya, daya tarik utamanya bukanlah gaya bahasanya yang sopan (yang hanya dipilih oleh 8,8% responden), melainkan kemampuannya menciptakan rasa keanggotaan dalam komunitas yang kuat ("bocil kematian") dan citranya yang "aman" untuk berbagai usia serta sponsor. Sebaliknya, popularitas DeanKT yang lebih tersegmentasi justru sangat bergantung pada persona individualnya. Daya tarik utamanya adalah personanya yang ekspresif dan blak-blakan yang dianggap otentik serta "jujur tanpa filter", serta gaya bahasa "bar-bar" itu sendiri. Meskipun audiens secara umum mengakui pentingnya gaya bahasa dalam menentukan popularitas streamer dan mayoritas (52,6%) cenderung lebih menyukai persona sopan dan aman ala Windah Basudara, temuan kunci menunjukkan bahwa audiens bersikap fleksibel. Mayoritas terbesar responden (70,2%) setuju bahwa mereka dapat menikmati kedua gaya bahasa, baik sopan maupun "bar-bar", secara setara tergantung pada konteks siarannya.

Daftar Rujukan

- Abdurahim, M. Y. (2025). *Interaksi parasosial pada penggemar streamer YouTube Jonathan Liandi* (Undergraduate thesis, Universitas Telkom). <https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/232521/interaksi-parasosial-pada-penggemar-streamer-youtube-jonathan-liandi-dalam-bentuk-buku-karya-ilmiah.html>
- Al Farisi, D. (2023, October 5). Analisis personal branding di media sosial (studi kasus pada channel YouTube Windah Basudara). *Prologia*. <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/21510>
- Alfaridzi, M. D. (2024). Penggunaan bahasa kasar sebagai bentuk komunikasi dalam bahasa Palembang antar pemain Mobile Legends. *Jurnal Ilmiah Bina Bahasa*, 17(2), 164–173. <https://doi.org/10.33557/ct7q9d10>
- Azhar, C., Hamdani, F., & Efendi, E. (2023). Pengaruh YouTube video gaming terhadap perilaku komunikasi remaja di lingkungan 18–19 Griya Martubung Medan Labuhan (studi kasus channel YouTube Jess No Limit). *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, 2(8), 1909–1918.

- Bahroni, A., Ernawati, T., & Irfan, M. (2024, December 31). Register komunitas pemain game online game Mobile Legend (kajian sosiolinguistik). ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/387877674>
- 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>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- DeanKT. (n.d.). *DeanKT* [YouTube channel]. Retrieved September 26, 2025, from <https://www.youtube.com/@deandeankt>
- Hidayanto, S. (2020). Eksistensi video game streaming dalam industri gaming Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(2), 485–???. <https://doi.org/10.25139/jisk.v4i2.1995>
- Junius, I., & Sukendro, G. G. (2024). Strategi kreatif Windah Basudara dalam membangun personal branding melalui YouTube. *Koneksi*, 8(2), 407–416. <https://doi.org/10.24912/kn.v8i2.27634>
- Kleden, H. B. C. (2024). *Konsep persona menurut Jacques Maritain dalam buku The person and the common good* (Undergraduate thesis, Widya Mandala Surabaya Catholic University). <https://repositori.ukwms.ac.id/id/eprint/40274/>
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson.
- Pelzer, B., Kaati, L., Cohen, K., & Fernquist, J. (2021). Toxic language in online incel communities. *SN Social Sciences*, 1(8), 213. <https://doi.org/10.1007/s43545-021-00220-8>
- Sugiharto, B. (2016). Humor dan dunia manusia. *Extension Course Filsafat (ECF)*, 2. <https://doi.org/10.26593/ecf.v0i2.2003.%2525p>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Team RRQ. (2025, July 19). *Ketawa ngakak bareng DeanKT, Mas Ade dan Baloykie* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=uTBvwdywyFA>
- Windah Basudara. (n.d.). *Windah Basudara* [YouTube channel]. Retrieved September 26, 2025, from <https://www.youtube.com/@WindahBasudara>
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods*. Sage Publications.