

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Teori Motivasi Kebutuhan McClelland

David McClelland dan dua rekannya, John W. Atkinson dan Russell A. Clark, menerbitkan makalah pada tahun 1961 yang menjelaskan teori kebutuhan McClelland. Makalah berjudul "The Achievement Motive" adalah produk dari penelitian yang dilakukan oleh McClelland dan rekannya di Universitas Harvard.

Pada tahun 1950-an, minat McClelland untuk memahami apa yang mendorong perilaku manusia, terutama dalam hal pencapaian dan kesuksesan di lingkungan kerja, mendorong penelitian awalnya tentang kebutuhan prestasi. McClelland dan rekannya mengumpulkan bukti untuk mendukung teori kebutuhan prestasi dan teori motivasi kebutuhan tiga melalui berbagai eksperimen dan studi empiris (Human Motivation, McClelland, 1985).

Teori kebutuhan McClelland muncul dari beberapa penelitian dan observasi empiris tentang motivasi manusia, terutama dalam hal kesuksesan dan pencapaian. Proses pembentukan teori ini dapat diringkas sebagai berikut :

Tahap awal, disebut juga sebagai tahap Penelitian Awal, pada tahun 1950-an, David McClelland dan timnya melakukan beberapa penelitian untuk mengetahui apa yang mendorong perilaku manusia, terutama dalam konteks lingkungan kerja. Penelitian awal mereka berkonsentrasi pada pengukuran dan pemahaman tentang kebutuhan prestasi.

Masuk ke tahap selanjutnya, yaitu Pengumpulan Bukti, dalam melakukan sebuah penelitian, sebuah data tentu saja perlu dikumpulkan, McClelland dan timnya mengumpulkan bukti empiris tentang hubungan antara kebutuhan prestasi, kekuasaan, dan ketaatan dengan perilaku individu melalui penelitian lapangan dan eksperimen laboratorium.

Setelah data terkumpul, maka data tersebut diolah dalam tahap Analisis Data, data yang sudah dikumpulkan dari penelitian sebelumnya digunakan untuk menganalisis hubungan antara kebutuhan – kebutuhan psikologis dasar ini dengan perilaku individu. Melalui analisis statistik dan pengamatan, pola – pola korelasi dan asosiasi antara kebutuhan dan perilaku dipahami lebih lanjut.

Data yang sudah dianalisis, masuk dalam tahap Perumusan Teori, Teori motivasi kebutuhan tiga dikembangkan oleh McClelland dan rekannya berdasarkan temuan analisis data dan observasi. Teori ini menunjukkan bahwa komponen utama yang mempengaruhi motivasi individu adalah kebutuhan untuk prestasi, kekuasaan, dan ketaatan.

Tahap selanjutnya yaitu Publikasi dan Penyebaran, dimana hasil penelitian ini kemudian dipublikasikan dalam jurnal akademik dan makalah ilmiah, meningkatkan pemahaman kita tentang motivasi manusia. Publikasi ini juga memungkinkan teori kebutuhan McClelland tersebar luas dan menjadi subjek penelitian dan diskusi lebih lanjut di bidang manajemen dan psikologi.

Teori kebutuhan McClelland berkembang menjadi kerangka kerja yang penting untuk memahami motivasi individu, terutama dalam hal pekerjaan dan organisasi (Human Motivation, McClelland, 1985).

Motivasi berasal dari kata "motif", yang dapat didefinisikan sebagai kekuatan dalam diri seseorang yang mendorong mereka untuk bertindak atau berbuat sesuatu. Namun, motif dapat ditafsirkan melalui tingkah lakunya, sebagai rangsangan, dorongan, atau pembangkit tenaga yang mendorong tindakan tertentu. Dengan demikian, motivasi adalah dorongan dalam diri seseorang untuk berusaha mengubah tingkah lakunya untuk memenuhi kebutuhannya.

Teori kebutuhan motivasi McClelland dikembangkan melalui penelitian empiris yang menggunakan berbagai pendekatan penelitian psikologis. Beberapa metode pendekatan yang digunakan untuk mengembangkan teori ini yaitu :

A. Observasi Lapangan

Observasi lapangan dilakukan oleh McClelland dan timnya untuk mengamati perilaku individu dalam berbagai konteks, seperti di tempat kerja, sekolah, dan organisasi. Observasi lapangan ini memberikan wawasan tentang bagaimana dan kapan kebutuhan tertentu tersebut muncul, seperti kebutuhan prestasi, kekuasaan, dan ikatan, yang dimana kebutuhan tersebut mempengaruhi perilaku individu dalam kehidupan sehari – hari.

B. Eksperimen Laboratorium

Untuk memahami hubungan antara kebutuhan – kebutuhan psikologis dasar dan perilaku individu, McClelland dan rekannya juga melakukan eksperimen laboratorium selain observasi lapangan. Eksperimen ini sering melibatkan situasi simulasi di mana peserta diuji dalam situasi yang dirancang untuk menunjukkan reaksi tertentu terhadap kebutuhan – kebutuhan tersebut.

C. Pengujian Psikometrik

Untuk mengukur kebutuhan psikologis seperti prestasi, kekuasaan, dan afiliasi, McClelland dan rekannya menciptakan alat psikometrik yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kebutuhan tersebut pada setiap orang. Pengujian psikometrik ini membantu dalam pengumpulan data empiris yang mendukung teori mereka.

D. Studi Kasus

Selain itu, McClelland dan timnya melakukan studi kasus untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana kebutuhan psikologis ini mempengaruhi kehidupan seseorang baik secara pribadi maupun profesional. Studi kasus ini juga membantu dalam menemukan pola – pola korelasi dan hubungan antara kebutuhan – kebutuhan tersebut dan perilaku seseorang dalam konteks yang lebih khusus.

Dengan menggabungkan metode ini, McClelland dan rekannya dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana kebutuhan psikologis ini mempengaruhi motivasi dan perilaku individu. Mereka juga dapat mengumpulkan bukti empiris yang mendukung teori kebutuhan motivasi tiga faktor tersebut (The Achieving Society, McClelland).

Secara keseluruhan, mempelajari teori kebutuhan motivasi McClelland dapat membantu kita membuat pilihan yang lebih baik dalam berbagai aspek kehidupan, seperti karir, pendidikan, atau manajemen. Ini memberi kita

pemahaman yang bermanfaat tentang apa yang mendorong perilaku manusia, baik dalam konteks individu maupun organisasi.

Motif dapat dibagi menjadi jenis (Dr. Hamzah B. Uno, M.Pd., 2023) yaitu :

A. Motif Biogenetis

Motif yang berasal dari kebutuhan – kebutuhan organisme demi kelanjutan hidupnya, misalnya lapar, haus, kebutuhan akan kegiatan dan istirahat, mengambil napas, seksualitas, dan sebagainya.

B. Motif Sosiogenetis

Motif yang berkembang berasal dari lingkungan kebudayaan tempat orang tersebut berada. Jadi, motif ini tidak berkembang dengan sendirinya, tetapi dipengaruhi oleh lingkungan kebudayaan setempat. Misalnya, keinginan mendengarkan musik, makan pecel dan makan coklat.

C. Motif Teologis

Motif ini manusia adalah sebagai makhluk yang berketuhanan, sehingga ada interaksi antara manusia dengan Tuhan-Nya, seperti ibadahnya dalam kehidupan sehari – hari, misalnya keinginan untuk mengabdikan kepada Tuhan Yang Maha Esa, untuk merealisasikan norma – norma sesuai agamanya.

Dalam diri manusia, terdapat dua motivasi atau motif yaitu motif primer dan sekunder. Motif Primer merupakan motif yang tidak dipelajari ini secara alamiah timbul pada manusia secara biologis. Motif ini mendorong seseorang untuk terpenuhinya kebutuhan biologisnya seperti makan, minum, berhubungan seksual

dan kebutuhan biologis lain. Sedangkan motif sekunder adalah motif yang ditimbulkan karena dorongan dari luar akibat interaksi dengan orang lain atau yang biasa disebut dengan interaksi sosial. McClelland menyatakan bahwa sebuah individu memperoleh sejumlah kebutuhan dari budaya masyarakat yang dipelajari melalui sesuatu yang mereka alami, khususnya di masa awal kehidupan. Ada tiga kebutuhan yang dipelajari seseorang dari lingkungan, yaitu :

A. Kebutuhan Berprestasi (*Need For Achievement / nAch*)

Ini adalah keinginan untuk melampaui orang lain, mencapai tujuan yang sulit, dan menjadi yang terbaik. Individu yang membutuhkan prestasi tinggi lebih suka mencapai tujuan yang sulit dan lebih suka berada di tempat di mana mereka dapat bertanggung jawab secara pribadi atas apa yang mereka lakukan atau tidak lakukan. Mereka sering menikmati umpan balik tentang kinerja mereka karena dapat membantu mereka mengetahui seberapa jauh mereka telah berkembang (Robbins (Pearson)).

B. Kebutuhan Untuk Berafiliasi (*Need For Affiliation / nAff*)

Ini berkaitan dengan keinginan untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang hangat dan ramah dengan orang lain. Individu dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi memprioritaskan hubungan interpersonal yang harmonis, mencari persetujuan sosial, dan senang menjadi bagian dari kelompok. Seringkali mereka menghindari konflik dan berusaha untuk bekerja sama dan bekerja sama.

C. Kebutuhan Untuk Berkuasa (*Need For Power / nPow*)

Ini adalah keinginan untuk mengontrol, mempengaruhi, atau mempengaruhi orang lain. Individu yang memiliki kebutuhan akan kekuasaan senang

mengontrol, memimpin, dan mempengaruhi keputusan. Mereka bermotivasi dengan cara yang berbeda, beberapa mungkin mengejar kekuasaan untuk kepentingan pribadi, sementara yang lain mungkin mengejarnya untuk kepentingan umum. Mereka mungkin menyukai persaingan dan kesempatan untuk mempertahankan keahlian atau kekuasaan mereka.

Penelitian tentang kebutuhan pencapaian menemukan bahwa keinginan orang untuk melakukan hal – hal yang lebih baik adalah untuk membedakan mereka dari orang lain. Mereka mencari situasi di mana mereka dapat bertanggung jawab secara pribadi untuk menyelesaikan berbagai masalah, menerima umpan balik cepat tentang kinerja mereka sehingga mereka dapat dengan mudah mengevaluasi kemajuan mereka, dan menetapkan tujuan yang cukup sulit.

Keinginan untuk memiliki kekuatan, berdampak, dan mengontrol orang lain dikenal sebagai kebutuhan kekuatan. Mereka dengan nilai nPow tinggi lebih suka bertanggung jawab, berjuang untuk memengaruhi orang lain, senang berada dalam lingkungan yang kompetitif dan berorientasi status. Mereka juga cenderung lebih khawatir dengan wibawa dan mendapatkan pengaruh atas orang lain daripada kinerja yang efektif.

Kebutuhan ketiga yang dipisahkan oleh McClelland adalah hubungan (nAff). Kebutuhan ini telah mendapatkan perhatian yang paling sedikit dari para peneliti. Individu dengan motif hubungan yang tinggi berjuang untuk persahabatan, lebih menyukai situasi-situasi yang kooperatif daripada situasi-

situasi yang kompetitif, dan menginginkan hubungan-hubungan yang melibatkan tingkat pengertian mutual yang tinggi.

Selain itu, teori kebutuhan motivasi McClelland dapat dengan mudah diterapkan dalam konteks permainan *online*, karena permainan ini sering kali dirancang untuk memotivasi pemain dengan berbagai cara. Memahami kebutuhan motivasi individu dapat membantu membuat pengalaman permainan yang lebih menarik dan memuaskan. Tidak hanya pengalaman bermain, penghargaan atau pengakuan juga merupakan cara yang bagus untuk mendorong pemain untuk bermain *game online*, dengan begitu seorang lebih termotivasi untuk bermain secara terus menerus.

2.1.2 Kajian Konseptual

2.1.2.1 Tujuan & Fungsi Komunikasi

Dalam komunikasi, interaksi yang terjadi tentu saja memiliki tujuan, dikarenakan didalam komunikasi, terdapat unsur pesan yang disampaikan oleh setiap individu. Dalam komunikasi, terdapat beberapa tujuan, yaitu :

- a. Memberi pesan atau informasi
- b. Menyampaikan pikiran atau perasaan
- c. Menyelesaian suatu permasalahan atau persoalan
- d. Mempengaruhi orang lain dengan gagasan tertentu
- e. Memotivasi seseorang untuk melakukan sesuatu
- f. Memelihara hubungan sosial dengan orang lain

Tidak hanya tujuan, komunikasi yang dilakukan juga memiliki fungsinya tersendiri (Onong Uchjana Effendy, 2023) yaitu :

A. Menyampaikan Informasi

Salah satu cara manusia dapat berkomunikasi adalah melalui buku atau media sosial untuk menyampaikan ilmu pengetahuan atau berita.

B. Mendidik

Komunikasi mendidik orang menjadi pribadi yang baik. Untuk memastikan bahwa bayi memahami bahasa, ibu akan berkomunikasi dengannya saat bayi. Komunikasi melanjutkan pendidikan hingga kehidupan masyarakat, sekolah, dan perguruan tinggi.

C. Menghibur

Komunikasi dapat menjadi alat untuk menghibur seseorang. Ini termasuk menyampaikan rasa simpati ketika seseorang sedih, membaca buku motivasi yang menghibur, menonton acara TV yang menyenangkan, dan mendengarkan musik dengan lirik yang menenangkan.

D. Mengenal

Peribahasa "tak kenal maka tak sayang" berasal dari kenyataan bahwa tindakan dan pemikiran seseorang dipengaruhi oleh komunikasi. Komunikasi adalah cara peristiwa mengenal terjadi. Contoh lainnya adalah sosialisasi kesadaran lingkungan, yaitu cara berbicara yang mendorong orang lain untuk memperhatikan lingkungan mereka.

Tujuan dan fungsi komunikasi juga diterapkan dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana sebuah komunitas yang terdiri dari begitu banyak pemain saling berinteraksi dan berhubungan untuk memperoleh sesuatu. Tidak hanya itu saja, fungsi dan tujuan dari penyampaian pesan tersebut perlu diperhatikan

2.1.2.2 Bentuk Komunikasi

Dalam berkomunikasi, terdapat beberapa bentuk komunikasi, masing – masing bentuknya memiliki cara yang berbeda dalam penyampainnya. Berikut adalah 4 bentuk komunikasi yaitu :

A. Komunikasi Lisan

Ini adalah jenis komunikasi dimana pesan disampaikan melalui kata – kata dan suara dalam percakapan langsung, pertemuan, presentasi, atau panggilan telepon. Komunikasi lisan memiliki banyak keuntungan, seperti kemampuan untuk berinteraksi secara langsung, kemampuan untuk memberikan penjelasan yang lebih rinci, dan kesempatan untuk memperbaiki kesalahpahaman secara langsung melalui dialog. Namun, kelemahannya menyebabkan kesalahpahaman karena ucapan atau intonasi suara yang tidak jelas.



Gambar 2.1. 1 Bentuk Komunikasi Lisan

B. Komunikasi Tertulis

Pesan disampaikan melalui cara tertulis, seperti surat, email, memo, atau laporan. Keuntungan dari komunikasi tertulis termasuk kemampuan untuk menyampaikan pesan kepada banyak orang secara efisien, kemampuan untuk mereferensikan pesan yang telah disampaikan, dan kejelasan dan keakuratan pesan yang ditulis. Namun, komunikasi tertulis terkadang lebih lambat daripada percakapan lisan, dan tidak selalu dapat menyampaikan emosi atau nuansa yang terungkap dalam percakapan lisan.



Gambar 2.1. 2 Bentuk Komunikasi Tertulis

C. Komunikasi Non Verbal

Ini adalah jenis komunikasi di mana orang menyampaikan pesan melalui bahasa tubuh, ekspresi wajah, gerakan, dan sikap daripada hanya mengucapkan kata – kata. Komunikasi non-verbal dapat mencakup hal – hal seperti bahasa tubuh terbuka, kontak mata, senyuman, atau bahkan jarak fisik antara orang. Keuntungan dari komunikasi non-verbal adalah bahwa mereka dapat menyampaikan emosi dan nuansa yang mungkin sulit diungkapkan melalui kata-kata saja. Namun, kelemahannya adalah bahwa pesan non-verbal seringkali dapat ditafsirkan dengan cara yang berbeda dan dapat disalah pahami.



Gambar 2.1. 3 Bentuk Komunikasi Non Verbal

D. Komunikasi Visual

Komunikasi visual menyampaikan pesan dengan menggunakan gambar, grafik, diagram, atau media visual lainnya. Contohnya termasuk presentasi slide, poster, papan tulis, atau bahkan melalui media sosial dan situs web. Komunikasi visual memiliki keuntungan, seperti kemampuan untuk menyampaikan informasi secara cepat dan jelas serta kemampuan untuk menarik perhatian dan mempertahankan minat audiens. Namun, komunikasi visual juga dapat membutuhkan keterampilan khusus dalam desain grafis dan mungkin tidak dapat menyampaikan informasi yang kompleks dengan mudah.



Gambar 2.1. 4 Poster Gambar

Dalam komunikasi yang diteliti, bentuk komunikasi yang terdapat dalam komunitas tersebut bisa berupa dua bentuk yang sering ditemukan, yaitu komunikasi lisan dan juga komunikasi tertulis, dimana bentuk komunikasi ini sering dilakukan oleh antar pemain dengan pemain lainnya.

2.1.2.3 Pola Komunikasi

Pola komunikasi adalah gambaran, struktur, atau bentuk proses komunikasi antara dua orang atau lebih. Ini didasarkan pada teori komunikasi untuk menghasilkan feedback atau timbal balik dari proses komunikasi yang dilakukan untuk memudahkan pemikiran logis. Dalam beberapa pengertian dari referensi yang ada, pola komunikasi dapat diartikan sebagai berikut :

- A. Pola komunikasi adalah cara atau struktur hubungan yang dibuat oleh dua orang atau lebih selama proses pengiriman atau penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan dapat dipahami (Djamarah, 2002).
- B. Cara kerja komunikasi menentukan cara terbaik untuk menyampaikan pesan kepada orang yang menerimanya. Ini memungkinkan timbal balik atau feedback dari proses komunikasi (Ngalimun, 2018).
- C. Pola komunikasi adalah cara suatu kelompok atau individu berkomunikasi, berdasarkan teori – teori komunikasi tentang cara komunikasi menyampaikan atau mempengaruhi pesan (Purwasito, 2002).

Dikarenakan sebuah komunikasi memiliki pola, maka dalam pola komunikasi terbagi menjadi empat jenis pola komunikasi (Effendi, 2008) yaitu :

A. Pola Komunikasi Primer

Penyampaian ide oleh komunikator kepada komunikan melalui penggunaan simbol sebagai media atau saluran disebut pola komunikasi primer. Pola ini memiliki dua jenis lambang, yaitu yang pertama lambang verbal, yang digunakan secara verbal karena bahasa dapat mengungkapkan pikiran komunikator. Lambang nonverbal, yang digunakan melalui anggota tubuh seperti tangan, bibir, kepala, dan mata, adalah yang paling umum dan sering digunakan. Gambar juga berfungsi sebagai simbol komunikasi nonverbal, jadi lebih baik berkomunikasi dengan pola ini dengan keduanya.

B. Pola Komunikasi Sekunder

Pola komunikasi secara sekunder berarti bahwa komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah menggunakan lambang pada media pertama. Ini terjadi karena sasaran komunikasi jauh atau banyak. Seiring waktu, proses komunikasi sekunder ini akan semakin efisien dan efektif karena didukung oleh teknologi komunikasi yang semakin canggih.

C. Pola Komunikasi Linear

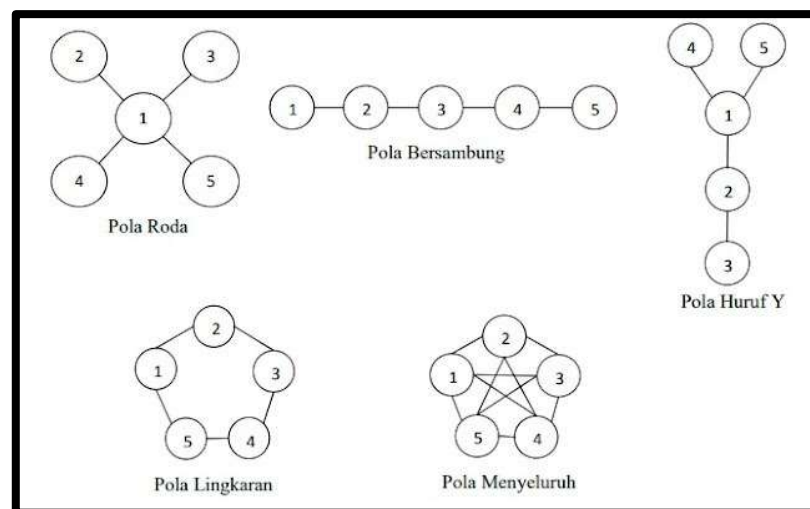
Linear di sini mengandung makna lurus yang berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus, yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Jadi dalam proses komunikasi ini biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka (*face to face*), tetapi adakalanya

komunikasi ber-media. Dalam proses komunikasi ini, pesan yang disampaikan akan efektif apabila ada perencanaan sebelum melaksanakan komunikasi.

D. Pola Komunikasi Sirkuler

Karena timbal balik atau feedback sangat penting untuk keberhasilan komunikasi, proses penyampaian pesan dilakukan secara terus menerus antara komunikator dan komunikan.

Selain jenis pola, bentuk pola komunikasi juga terjadi dalam sebuah komunikasi, terdapat lima bentuk pola yang digunakan dalam komunikasi yaitu (Devito, 2011) :



Gambar 2.1. 5 Bentuk Pola Pola Komunikasi

A. Pola Roda (*Wheel*)

Pola roda mengarahkan seluruh informasi ke orang yang berada di posisi sentral. Kontak, informasi, dan pemecahan masalah dengan tujuan dan persetujuan anggota lainnya dilakukan oleh orang – orang di posisi sentral. Struktur roda memiliki pemimpin yang jelas, yang berada di tengah. Orang ini

adalah satu – satunya yang memiliki kemampuan untuk mengirim dan menerima pesan dari semua anggota. Oleh karena itu, jika seorang anggota ingin berbicara dengan anggota lain, dia harus meminta pemimpinnya untuk melakukannya.

Dengan satu orang di tengah, pola roda adalah jaringan yang paling tersentralisasi. Setiap anggota lainnya hanya berbicara dengan orang tersebut dan tidak berbicara dengan anggota kelompok lainnya. 1 berfungsi sebagai sumbu roda di tengah, dengan semua saluran terhubung ke 1. Anggota lainnya berada di lingkaran luar roda.

B. Pola Bersambung / Rantai (*Chain*)

Jika seseorang berkomunikasi dengan orang lain, dan seterusnya, pola rantai muncul. Pola ini menganut model hubungan komunikasi garis langsung (komando) tanpa penyimpangan dan memberikan aliran informasi yang lebih seimbang antar anggota. Ketika pekerjaan kelompok lebih berkelanjutan, pola komunikasi bersambung ini biasanya berlaku.

Pola komunikasi ini menunjukkan bahwa pemimpin sangat mempercayai anggotanya atau bahkan benar-benar memberi mereka kewenangan untuk menyampaikan informasi. Namun, setiap anggota hanya dapat menerima dan memberi informasi kepada dua orang saja, misalnya, orang nomor 3 menerima dari nomor 2 dan memberikan kepada nomor 4, dan orang nomor 1 sebagai pemimpin hanya memberikan kepada nomor 2 saja.

C. Pola Huruf Y

Pada pola huruf Y, meskipun sumber informasi berasal dari satu sumber (nomor 1), ia dapat menggunakan dirinya sendiri untuk menyebarkan informasi kepada anggota lain (nomor 2, 4, dan 5), atau melalui anggota lain (nomor 3) yang mendapatkan informasi dari nomor 2. Metode komunikasi yang digunakan dalam sebuah kelompok di mana seorang pemimpin memberikan delegasi, pelimpahan wewenang, atau kepercayaan kepada sebagian anggota kelompoknya

D. Pola Lingkaran (*Circle*)

Pola lingkaran adalah pola komunikasi yang lebih tertutup tetapi mirip dengan pola berkelanjutan. Dengan kata lain, orang yang mengirim pesan pada akhirnya akan menilai hasil dan konsekuensi pesan pertamanya dari orang yang terakhir menerimanya. Pola ini memungkinkan semua anggota kelompok berbicara satu sama lain, tanpa pemimpin, dan dengan dua anggota lain di sekitarnya.

E. Pola Bintang / Menyeluruh (*All Channel*)

Pola bintang, juga dikenal sebagai pola menyeluruh (semua kanal), yaitu seluruh anggota dan pemimpin memiliki kesempatan yang sama untuk menyampaikan pesan atau informasi. Rapat, diskusi, atau kelompok partisipasi biasanya memiliki pola komunikasi seperti ini. Salah satu keuntungan dari pola ini adalah bahwa informasi tidak akan terlalu banyak karena setiap orang akan mendapatkan informasi dari semua anggota organisasi. Pola yang paling terdesentralisasi memungkinkan informasi mengalir secara bebas di antara semua

anggota kelompok. Setiap orang memiliki kesempatan untuk berpartisipasi secara adil.

Dalam penelitian komunikasi yang terjadi antara para pemain satu dengan pemain lain dalam menyampaikan sebuah pesan dalam komunitas, tentu saja dapat berbeda – beda, hal ini juga dipengaruhi oleh bentuk pesan yang disampaikan sehingga terjadilah pola dalam komunikasi tersebut.

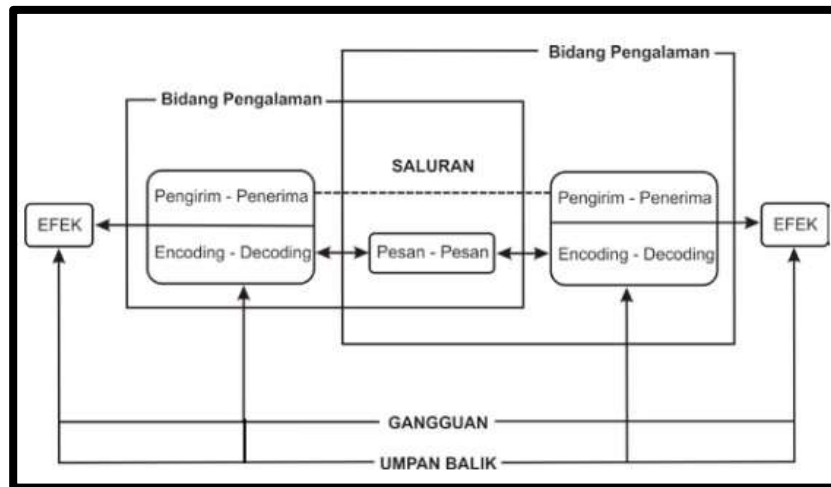
2.1.2.4 Komunikasi Antarpersonal

A. Pengertian

Komunikasi antarpersonal atau interpersonal dalam bahasa Inggris merupakan komunikasi yang terjadi antara sebuah individu dan individu lain saling bertukar pesan, gagasan, ide maupun informasi lainnya. Komunikasi antarpersonal juga dapat dilakukan secara verbal dan nonverbal. Dalam beberapa pengertian atau definisi, G.R Miller dan M. Steinberg (1975) mengatakan bahwa “Komunikasi interpersonal dapat dipandang sebagai komunikasi yang terjadi dalam suatu hubungan interpersonal”, sedangkan Joseph A. DeVito (2013) mengatakan bahwa “komunikasi antarpersonal adalah interaksi verbal dan nonverbal antara dua orang atau lebih yang saling tergantung satu sama lain.

B. Komponen Komunikasi Antarpersonal

Dalam komunikasi antarpersonal, terdapat komponen atau elemen seperti gambar dibawah ini.



Gambar 2.1. 6 Komponen Komunikasi Antarpersonal

a. Pengirim – Penerima

Dalam komunikasi interpersonal, terdiri dari dua orang atau lebih yang berperan sebagai pengirim dan penerima pesan, seperti contoh komunikasi antara orang tua dan anak.

b. Encoding – Decoding

Encoding dan decoding saling berhubungan dalam proses komunikasi, di mana pesan diubah menjadi format yang dapat ditransmisikan untuk dikirimkan, kemudian diubah kembali menjadi pemahaman oleh penerima.

c. Pesan

Pesan merupakan hasil encoding. Pesan adalah seperangkat simbol baik verbal maupun non verbal, atau gabungan keduanya, yang mewakili keadaan komunikator untuk menyampaikan informasi kepada pihak lain. Dalam aktivitas komunikasi, pesan itulah yang disampaikan oleh komunikator untuk diterima dan diinterpretasi oleh komunikan.

d. Saluran (*Channel*)

Channel adalah jalur komunikasi yang menyampaikan informasi dari satu pihak ke pihak lainnya. Ini digunakan untuk mengirimkan pesan ke penerima. Setiap jenis komunikasi memiliki saluran yang sesuai, dan salurannya sangat beragam.

e. Gangguan (*Noise*)

Gangguan atau *noise* mengacu pada segala sesuatu yang mengganggu proses transmisi atau penerimaan pesan yang dimaksudkan antara pengirim dan penerima. Gangguan ini dapat mengganggu kejelasan, akurasi, atau pemahaman pesan yang disampaikan. Mereka dapat terjadi dalam berbagai bentuk, yaitu bentuk semantik, fisik, atau psikologis.

f. Umpan Balik (*Feedback*)

Umpan balik adalah tanggapan atau respons yang diberikan oleh penerima kepada pengirim setelah mereka menerima dan memahami pesan yang disampaikan. Umpan balik ini sangat penting dalam proses komunikasi karena memungkinkan pengirim untuk mengetahui seberapa efektif pesan mereka telah disampaikan dan dipahami oleh penerima.

g. Bidang Pengalaman

Dalam komunikasi, pemahaman tentang bidang pengalaman seseorang sangat penting karena membantu pengirim pesan untuk mempertimbangkan audiensnya dan menyesuaikan pesan agar lebih relevan dan dipahami oleh

penerima. Pemahaman ini juga penting untuk mencegah misinterpretasi atau konflik yang mungkin terjadi karena perbedaan dalam bidang pengalaman antara pengirim dan penerima pesan.

h. Efek

Efek adalah istilah yang mengacu pada efek atau hasil dari proses komunikasi yang terjadi antara pengirim dan penerima pesan. Efek dapat berbeda – beda tergantung pada jenis komunikasi, konteks, dan tujuan komunikasi.

C. Tujuan Komunikasi Antarpersonal

Komunikasi interpersonal memiliki fungsi dan tujuan, antara lain yaitu sebagai berikut :

a. Menemukan Diri Sendiri

Menemukan personal atau pribadi adalah salah satu tujuan komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal memberi kita kesempatan untuk berbicara tentang apa yang kita sukai atau mengenai diri kita. Adalah sangat menarik dan mengasyikkan untuk berbicara tentang perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita sendiri. Dengan membicarakan diri kita dengan orang lain, kita belajar banyak tentang diri kita sendiri.

b. Menemukan Dunia Luar

Tidak ada cara lain selain melalui komunikasi antarpersonal kita dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang orang lain yang berkomunikasi dengan kita dan tentang diri kita sendiri. Banyak informasi yang kita ketahui

berasal dari komunikasi antarpersonal, meskipun banyak informasi yang datang dari media dan sering dibahas dan dipelajari melalui interaksi antarpersonal.

c. Merubah Sikap & Tingkah Laku

Pertemuan interpersonal menghabiskan banyak waktu untuk mengubah perasaan dan tindakan orang lain. Kita dapat mendorong mereka untuk mengambil keputusan tertentu, seperti mencoba diet baru, membeli barang tertentu, menonton film, membaca buku, atau memasuki bidang tertentu dan berpikir bahwa sesuatu itu benar atau salah. Kami banyak terlibat dalam situasi interpersonal.

D. Tingkatan Komunikasi Antarpersonal

Komunikasi antarpersonal didefinisikan memiliki tiga tingkatan dalam mengukur pesan yang disampaikan (Interpersonal Communication: Everyday Encounters, Julia T. Wood) yaitu :

a. *Content Level*

Tingkatan ini mencakup pesan yang disampaikan secara lisan atau langsung oleh pengirim kepada penerima. Ini mencakup kata – kata yang digunakan, informasi yang disampaikan, dan inti dari pesan.

b. *Relationship Level*

Komunikasi pada tingkat ini mencakup aspek – aspek hubungan antara individu yang terlibat. Ini mencakup ekspresi perasaan, cara saling memahami,

dan dinamika interaksi interpersonal. Semua faktor ini berdampak pada bagaimana pesan dipahami dan diterima.

c. *Identify Level*

Tingkat ini berkaitan dengan bagaimana pesan yang disampaikan dan diterima mempengaruhi persepsi dan konstruksi identitas diri individu. Ini mencakup persepsi individu tentang diri mereka sendiri dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain dalam interaksi komunikasi.

E. Bentuk Komunikasi Antarpersonal

Masih dalam buku yang sama oleh Julia T. Wood, disebutkan bahwa terdapat tiga bentuk komunikasi antarpersonal, yaitu :

a. Model Interaksi

Menurut model ini, komunikasi interpersonal dilihat sebagai proses dinamis dimana orang mempengaruhi satu sama lain selama interaksi yang berkelanjutan. Model ini menekankan betapa pentingnya saling memberi dan menerima pesan, serta betapa pentingnya untuk tanggapan terhadap pesan yang diterima.

b. Model Transaksional

Menurut Wood, komunikasi adalah "transaksi" di mana individu membentuk dan memperkuat identitas diri mereka melalui interaksi dengan orang lain. Dalam konteks ini, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai pertukaran informasi, tetapi juga sebagai proses pembentukan dan pemeliharaan identitas sosial.

c. Model Relasional

Menurut Wood, hubungan adalah konteks penting di mana komunikasi terjadi, dan kualitas hubungan memengaruhi cara individu berkomunikasi satu sama lain. Oleh karena itu, model ini melihat komunikasi sebagai alat untuk membangun, mempertahankan, dan mengawasi hubungan interpersonal.

F. Faktor Pendukung Komunikasi Antarpersonal

Dalam keberhasilan sebuah komunikasi antarpersonal, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi menurut Julia T. Wood, yaitu :

a. Keterbukaan

Kemampuan untuk menyampaikan ide, perasaan, dan informasi secara jujur dan terbuka dalam komunikasi antarpersonal disebut keterbukaan. Ini menciptakan lingkungan di mana setiap orang merasa nyaman untuk berbicara tanpa khawatir dihakimi atau diremehkan. Keterbukaan memungkinkan pertukaran informasi yang efektif dan pembentukan hubungan yang kuat.

b. Empati

Empati adalah kemampuan untuk memahami dan merasakan secara emosional apa yang dirasakan oleh orang lain. Kemampuan untuk merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain menyebabkan lebih banyak pengertian dan dukungan saat berkomunikasi dengan orang lain.

c. Etika

Dalam komunikasi antarpersonal, etika berkaitan dengan prinsip – prinsip moral dan nilai – nilai yang harus dipertimbangkan saat berinteraksi dengan orang lain. Prinsip ini termasuk kejujuran, integritas, rasa hormat, dan pertimbangan terhadap perasaan dan hak-hak orang lain. Dengan demikian, komunikasi antarpersonal yang etis berusaha memastikan bahwa komunikasi tersebut tidak merugikan atau merugikan orang lain.

d. Makna

Dalam komunikasi interpersonal, makna mengacu pada bagaimana pesan disampaikan, diterima, dan ditafsirkan oleh orang lain. Ini mencakup bagaimana konteks komunikasi, kata – kata, bahasa tubuh, dan nada suara memengaruhi cara orang memahami dan memahami pesan.

G. Faktor Hambatan Komunikasi Antarpersonal

Tidak hanya pendukung keberhasilan, dalam komunikasi antarpersonal tentu saja terdapat faktor penghambat yaitu :

a. Kesalahan Persepsi

Kebingungan atau kesalahpahaman dapat terjadi dalam komunikasi antarpersonal ketika seseorang mempersepsikan pesan dengan cara yang berbeda dari yang dimaksudkan oleh pengirimnya.

b. Kesalahan Mendengar

Ketika seseorang tidak mampu atau tidak mau mendengarkan dengan hati – hati dan empati, komunikasi interpersonal terhambat karena kurangnya pemahaman dan penghargaan terhadap pesan yang disampaikan.

c. Gangguan Fisik

Faktor fisik seperti gangguan suara, gangguan visual, atau jarak fisik yang jauh dapat mengganggu komunikasi antara orang dengan menghambat pemahaman dan penyampaian pesan.

d. Polarisasi

Polarisasi adalah kecenderungan untuk melihat dan menggambarkan dunia dengan cara yang berlawanan. Ini mengacu pada hal – hal seperti baik atau buruk, positif atau negatif, sehat atau sakit, dan pandai atau bodoh.

H. Prinsip Komunikasi Antarpersonal

Joseph A. De Vito (2013) menyatakan bahwa prinsip komunikasi antarpersonal adalah sebagai berikut :

a. Komunikasi Interpersonal adalah Suatu Proses Transaksional

Komunikasi interpersonal adalah proses, atau peristiwa yang berkelanjutan di mana semua komponen bergantung satu sama lain.

b. Komunikasi Interpersonal Memiliki Tujuan

Komunikasi interpersonal memiliki 5 tujuan, yaitu untuk belajar, membina hubungan, bermain, membantu dan mempengaruhi.

c. Komunikasi interpersonal adalah Ambigu

Semua pesan yang disampaikan berpotensi ambigu, setiap individu atau orang akan memberikan makna yang berbeda terhadap pesan yang sama.

I. Sifat Komunikasi Antarpersonal

Joseph A. De Vito (2013) juga menyatakan bahwa komunikasi antarpersonal memiliki beberapa sifat yaitu :

- a. Komunikasi antarpersonal adalah komunikasi yang melibatkan dua individu atau lebih yang masing – masing saling bergantung.
- b. Komunikasi antarpersonal adalah secara inheren bersifat relasional.
- c. Komunikasi antarpersonal berada pada sebuah rangkaian kesatuan.
- d. Komunikasi antarpersonal melibatkan pesan verbal maupun pesan nonverbal.
- e. Komunikasi antarpersonal berlangsung dalam berbagai bentuk.
- f. Komunikasi antarpersonal melibatkan berbagai pilihan.

Komunikasi antarpersonal juga terjadi dalam komunikasi yang terdapat dalam penelitian komunikasi ini, dimana para pemain saling bertukar ide, gagasan dan tujuan yang ingin dicapai, dengan adanya komunikasi tersebut pemain dapat membangun hubungan yang baik dengan pemain lain dan mencapai suatu hasil secara bersama, tetapi itu semua bergantung pada bagaimana sebuah pesan disampaikan oleh pengirim dan juga ditafsir oleh penerima.

2.1.2.5 Komunitas

A. Pengertian

Komunitas berasal dari bahasa Latin, yang berarti kesamaan atau *communis*, yang berarti sama, publik, dan dibagi oleh semua orang atau banyak orang. Komunitas pada dasarnya terbentuk karena rasa saling membutuhkan, sepenanggungan, dan empati. Semua anggota komunitas melakukan interaksi sosial, yang menghasilkan hubungan sosial dan keakraban.

Dalam beberapa sumber, komunitas adalah sekelompok orang yang sangat peduli satu sama lain dan memiliki hubungan pribadi yang kuat karena kesamaan nilai atau minat. (Kertajaya, 2008)

Sedangkan Wenger (2002) mengatakan bahwa komunitas adalah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, biasanya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Anggota komunitas manusia dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko, dan berbagai kondisi lainnya yang serupa.



Gambar 2.1. 7 Sekelompok Orang

Salah satu kekuatan yang mengikat sebuah komunitas adalah kepentingan bersama dalam memenuhi kebutuhan kehidupan sosialnya, yang biasanya didasarkan pada kesamaan latar belakang budaya, ideologi, dan sosial ekonomi. Komunitas juga biasanya diikat secara fisik oleh batas lokasi atau wilayah geografis. Akibatnya, dia akan memiliki metode dan strategi yang berbeda untuk menanggapi dan menangani tantangan yang dihadapinya, serta untuk membangun keterampilan kelompoknya.

Sebuah komunitas mengandung beberapa unsur yang membentuk komunitas itu sendiri (Soekanto, 1983) yaitu :

a. Seperasaan

Anggota komunitas yang memiliki kesamaan kepentingan mengidentifikasi diri sebagai kelompok, yang dimana menghasilkan unsur seperasaan.

b. Sepenanggungan

Kesadaran akan peran dan tanggung jawab setiap anggota komunitas dalam kelompoknya dikenal sebagai tanggung jawab.

c. Saling Memerlukan

Perasaan ketergantungan fisik dan psikis terhadap komunitas dikenal sebagai unsur saling memerlukan.

d. Keterkaitan Ruang dan Waktu

Beberapa komunitas terkait secara fisik atau geografis, sementara yang lain terkait secara virtual atau online. Faktor penting yang membentuk ikatan dan tradisi dalam komunitas adalah waktu.

e. Rasa Solidaritas

Rasa solidaritas dan dukungan antara anggota merupakan komponen penting yang memperkuat hubungan dalam komunitas. Dalam beberapa kasus, ini bisa berupa dukungan emosional, moral, atau bahkan materi.

f. Keterlibatan dan Partisipasi

Komunitas yang kuat biasanya melibatkan anggotanya dalam pengambilan keputusan dan kegiatan lainnya. Anggota merasa lebih terlibat dan memiliki kepemilikan karena partisipasi ini.

B. Bentuk Komunitas

Dalam sosiologi, Soekanto (1983) menyatakan bahwa terdapat 3 bentuk dalam komunitas yaitu :

a. Komunitas Geografis

Ini adalah jenis komunitas yang terletak di suatu wilayah tertentu, dengan anggota biasanya terikat oleh lokasi geografis yang sama, seperti desa, kota, atau wilayah administratif lainnya. Faktor seperti kebiasaan lokal, budaya, dan interaksi sosial sehari – hari sering memengaruhi hubungan di dalam komunitas geografis ini.

b. Komunitas Virtual

Komunitas ini terbentuk di ruang digital seperti forum online, media sosial, dan platform komunikasi lainnya. Meskipun anggota komunitas virtual ini berasal dari berbagai tempat, mereka berbagi minat, tujuan, atau identitas yang sama. Interaksi dalam komunitas virtual ini biasanya dilakukan melalui media digital dan seringkali tidak terbatas oleh batasan fisik.

c. Komunitas Berdasarkan Kepentingan atau Identitas

Komunitas ini terdiri dari minat atau identitas bersama, seperti hobi, profesi, agama, suku, atau kelompok lainnya. Anggota komunitas biasanya berkumpul untuk berbagi pengetahuan, pengalaman atau dukungan satu sama lain.

Pandangan ini tentu saja berbeda dengan Cholil ((1987) yang dimana beliau berkata bahwa komunitas terdiri dari 2 bentuk yaitu :

a. Primary Group

Hubungan antar anggota komunitas lebih intim dalam jumlah anggota terbatas dan berlangsung dalam jangka waktu relatif lama. Seperti contoh yaitu suami – istri, guru – murid dan keluarga.

b. Secondary Group

Hubungan antar anggota tidak intim dalam jumlah anggota yang banyak dan dalam jangka waktu relatif singkat. Seperti contoh yaitu perkumpulan profesi, atasan – bawahan dan perkumpulan hobi.

C. Faktor Pembentuk

Terdapat beberapa faktor pembentuk sebuah komunitas (Santoso, 2009) yaitu :

- a. Anggota yang tinggal di satu wilayah dengan batas – batas tertentu berinteraksi lebih banyak. Sebuah komunitas juga dapat dibentuk oleh lingkungannya yang fisik, sosial, dan budaya. Keberlanjutan dan pertumbuhan komunitas dapat difasilitasi dengan dukungan dari masyarakat sekitar, pemerintah lokal, atau organisasi non-pemerintah.
- b. Perkembangan teknologi, khususnya internet dan media sosial, telah memungkinkan terbentuknya komunitas online yang berbasis pada minat atau identitas yang sama.
- c. Pengalaman bersama, seperti peristiwa, kesulitan, atau keberhasilan, dapat membentuk komunitas. Pengalaman ini menumbuhkan rasa solidaritas dan memperkuat ikatan antara anggota.
- d. Komunikasi yang efektif adalah bagian penting dari pembentukan komunitas. Anggota komunitas dapat dengan lebih mudah berinteraksi dan berbagi informasi jika mereka memiliki sarana komunikasi yang baik, seperti pertemuan tatap muka, forum online, atau media sosial.

Seperti yang sudah disebut sebelumnya, bahwa penelitian komunikasi ini terjadi dalam sebuah komunitas, maka dari itu, komunitas juga memiliki peran penting dalam pembentukan pesan dikarenakan dalam sebuah komunitas tentu saja terdiri dari individu yang berbeda – beda.

2.1.2.6 Media Online

A. Pengetian

Media online adalah segala bentuk media yang disampaikan melalui internet, seperti situs web, blog, media sosial, podcast, video streaming, dan banyak lagi. Media online adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (website) internet. Media online memungkinkan orang dan organisasi untuk berinteraksi dengan audiens di seluruh dunia, berbagi konten, dan menyampaikan informasi dengan cepat dan efisien. Karena keberadaannya, lanskap media telah berubah secara signifikan. Orang – orang sekarang dapat mencari informasi dengan lebih mudah, berbagi pendapat, dan terlibat dalam diskusi online. Media online memiliki banyak keuntungan, seperti kemudahan akses, kemudahan penggunaan, dan kemampuan untuk mencapai audiens yang lebih luas. Namun, juga ada masalah seperti kebenaran data, privasi, dan keamanan data (Asep Syamsul M. Romli, 2012).

B. Karakteristik

Media online memiliki karakteristik tersendiri (Asep Syamsul M. Romli, 2018) yaitu :

a. Ketergantungan

Media online sangat bergantung pada infrastruktur teknologi seperti koneksi internet yang stabil serta perangkat elektronik seperti komputer dan *smartphone*.

b. *Unlimited Space*

Media online dapat diakses kapan saja selama terhubung ke internet, tidak seperti media tradisional yang terbatas ruang dan waktu.

c. Real Time & Flexible

Dengan konten media online yang terus diperbarui dan diubah dengan cepat, khalayak dapat dengan cepat menanggapi peristiwa dan berita terkini.

d. Interaktif

Media online memungkinkan pengguna berinteraksi secara langsung dengan konten. Mereka dapat berpartisipasi dalam diskusi, memberikan umpan balik, dan berbagi konten dengan mudah.

C. Jenis

Dikarenakan media online adalah media yang berbasis internet, maka dalam penggunaan dan pemanfaatannya media online dibagi menjadi beberapa jenis yaitu :

a. Situs Web

Situs web adalah halaman elektronik yang dapat diakses melalui internet dan berisi informasi, gambar, video, dan berbagai jenis konten lainnya. Situs web dapat terdiri dari satu atau lebih halaman yang saling terkait.

b. Blog

Blog adalah jenis situs web yang sering diperbarui dengan entri berita atau tulisan pribadi oleh satu atau beberapa penulis. Blog dapat mencakup berbagai topik, seperti mode, makanan, teknologi, dan lain – lain.

c. Media Sosial

Media sosial adalah platform online yang memungkinkan orang berinteraksi, berbagi konten, dan terhubung dengan orang lain. Facebook, Twitter, Instagram, dan LinkedIn adalah beberapa contoh platform media sosial.

d. Podcast

Podcast adalah program audio digital yang dapat diunduh atau diputar melalui internet dan membahas berbagai topik, seperti berita, hiburan, pendidikan, dan budaya.

e. Video Streaming

Video streaming adalah pengiriman konten video secara langsung melalui internet. Layanan video streaming populer termasuk YouTube, Netflix, Hulu, dan Amazon Prime Video.

f. Berita Online

Berita online adalah jenis informasi berita yang dapat diakses melalui internet, dan termasuk situs web berita, portal berita, dan aplikasi berita yang menyampaikan informasi terbaru tentang berbagai topik.

D. Kredibilitas

Media online memiliki tingkat kredibilitas yang berbeda tergantung pada sumbernya, tetapi penting untuk melakukan evaluasi yang cermat terhadap keandalan dan akurasi informasi yang disajikan karena orang yang tidak memiliki kemampuan menulis yang memadai dapat memublikasikan informasinya. Media online, yang biasanya dikelola oleh lembaga pers dan juga memiliki versi cetak atau elektronik, memiliki kredibilitas tinggi (Asep Syamsul M. Romli, 2012).

Beberapa faktor juga menentukan sebuah kredibilitas dari media *online* itu sendiri, yaitu :

a. Sumber Informasi

Sumber *online* yang tidak dikenal atau tidak terverifikasi cenderung kurang kredibel daripada media *online* yang dijalankan oleh organisasi berita terkemuka, lembaga riset terpercaya, atau penulis independen yang terkenal.

b. Riwayat Publikasi

Media *online* yang baru muncul biasanya kurang kredibel daripada yang telah lama beroperasi dan memiliki sejarah yang kuat dalam menyediakan berita dan informasi yang akurat.

c. Transparansi

Media *online* yang jelas tentang sumber informasi, cara peliputan, dan kepentingan yang terlibat memiliki kecenderungan lebih kredibel karena memungkinkan pengguna untuk mengevaluasi informasi dengan lebih baik.

d. Umpan Balik

Melihat komentar pengguna lain dapat membantu Anda memahami kredibilitas media online. Komentar, ulasan, dan reputasi di internet dapat menjadi salah satu petunjuk penting.

Dalam penelitian komunikasi yang dilakukan, setiap individu saling berinteraksi dengan menggunakan sebuah media, dikarenakan jumlah anggota dalam komunitas tersebut begitu banyak, maka media *online* digunakan sebagai perantara atau wadah untuk menyampaikan setiap pesannya.

2.1.2.7 Games Online

Games Online tentu saja tidak lepas dari dunia hiburan saat ini dimana *videogames* ini dinikmati dari berbagai kalangan mulai dari anak kecil bahkan hingga orang yang sudah lanjut usia sekali pun. Dengan adanya akses internet, memungkinkan kita dapat untuk bertemu dengan pemain lain secara bersamaan dalam dunia virtual tersebut. Meski bisa sebuah permainan bisa diakses semua orang, adakalanya perlu memperhatikan jenis kategori permainan tersebut karena tidak semua permainan diciptakan untuk berbagai kalangan, maka dari itu *Entertainment Software Rating Board* (ESRB) memberikan sistem rating guna mengklasifikasi jenis permainan berdasarkan usia, yaitu sebagai berikut :

A. Early Childhood (eC)



Gambar 2.1. 8 Early Childhood (eC)

Rating *Early Childhood* dikhususkan untuk permainan yang dimainkan oleh anak usia tiga tahun ke atas. Orangtua tidak perlu khawatir tentang konten permainan, contohnya adalah *Care Quest* dan *Sesame Street: A to Zoo Adventure*.

B. Everyone (E)



Gambar 2.1. 9 Everyone (E)

Game dengan rating *Everyone* (E) ini dapat dimainkan oleh siapa saja yang berusia enam tahun ke atas. Kekerasan ringan, kartun, fantasi, dan bahasa kasar yang ringan biasanya termasuk dalam rating *Everyone*, contohnya seperti *Pro Evolution Soccer*.

C. Everyone 10+ (E10+)



Gambar 2.1. 10 Everyone 10+ (E10+)

Rating ini hampir sama dengan rating Everyone (E), tetapi memiliki tingkat kekerasan yang lebih tinggi. Namun, itu masih masuk akal dan dapat dimainkan oleh orang – orang yang berusia 10 tahun ke atas.

D. Teen (T)



Gambar 2.1. 11 Teen (T)

Game rating Teen (T) mulai sedikit "*hardcore*" karena memiliki kekerasan, tema yang sugestif, komedi kasar, darah ringan, dan bahasa yang kasar, meskipun

tidak selalu. Selain itu, rating ini biasanya ditemukan dalam game-game yang berfokus pada percintaan dan perjuangan, seperti *Final Fantasy* dan *Suikoden*.

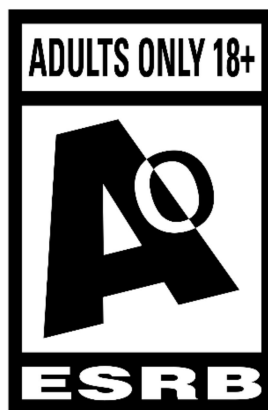
E. Mature (M)



Gambar 2.1. 12 Mature (M)

Dilarang bagi orang tua untuk membelikan game ini kepada anak mereka yang berusia di bawah 17 tahun karena mengandung elemen kekerasan, darah, bahasa yang kasar, eksploitasi seksual ringan, dan tema gameplay yang rumit.

F. Adult Only (Ao)



Gambar 2.1. 13 Adult Only (Ao)

Untuk memainkan rating *Adult Only*, seseorang harus berusia 18 tahun ke atas. Beberapa negara mewajibkan pemain berusia di atas 21 tahun untuk

memainkan game dengan rating ini. Kekerasan yang kuat, darah, bahasa yang kasar, tema yang kompleks, dan tentu saja pornografi adalah semua elemen yang ditemukan dalam permainan yang dikategorikan untuk orang dewasa.

Tidak hanya tingkatan, setiap permainan atau *games online* juga memiliki kategori atau jenisnya masing – masing, dikarenakan setiap pengguna atau pecinta *games* memiliki preferensi dan pengalaman bermain yang beda, sehingga itu menjadi salah satu penentu jenis permainan seperti apa yang mereka sukai. Berikut beberapa jenis *games online* yang ada pada saat ini, yaitu :

A. Battle Royale

Permainan ini diharuskan pemain untuk bertahan hingga menjadi satu – satunya yang hidup pada akhir sebuah permainan, apabila bertemu dengan pemain lain, maka pemain tersebut harus meng-eliminasinya dengan persenjataan yang sudah disiapkan. Contohnya seperti *PUBG*, *Fornite* & *Apex Legends*.



Gambar 2.1. 14 Apex Legends

B. Multiplayer Online Battle Arena

Dalam permainan ini, dua tim yang sedang berlawanan berusaha untuk menghancurkan bangunan lawan sambil melindungi wilayah mereka sendiri. Contohnya seperti *DotA* & *League of Legends*.



Gambar 2.1. 15 DotA 2

C. First-Person Shooter

Dalam game FPS, pemain mengontrol karakter dari sudut pandang orang pertama dan bertempur melawan musuh dalam berbagai mode permainan. Contohnya *Call of Duty & Counter Strike*.



Gambar 2.1. 16 Counter Strike

D. Role-Playing Games

Dalam game RPG, pemain mengendalikan karakter dan mengikuti cerita atau skenario tertentu, biasanya dengan menyelesaikan misi, membangun karakter, dan berinteraksi dengan pemain lain. Contohnya seperti *World of Warcraft, Final Fantasy XIV, & The Elder Scrolls Online*.



Gambar 2.1. 17 World of Warcraft

E. Simulation

Game simulasi memberi pemain kesempatan untuk berperan dalam hal – hal yang terjadi di dunia nyata, seperti mengelola kota, bertani, mengemudi truk, atau bahkan menjadi pilot pesawat. Contohnya seperti *The Sims*, *Truck Simulator* & *PC Building Simulator*



Gambar 2.1. 18 The Sims 4

F. Sport

Game olahraga adalah jenis game yang mensimulasikan olahraga dunia nyata atau mencakup olahraga dalam beberapa kapasitas. Olahraga tersebut bisa berupa sepak bola, basket, golf ataupun balap mobil. Contohnya adalah *Pro Evolution Soccer* & *Forza Horizon*.



Gambar 2.1. 19 Forza Horizon 5

Setiap orang tentu saja berhak untuk memainkan sebuah permainan dikarenakan itu adalah pilihan masing – masing. Tidak memperhatikan rating pada sebuah permainan, seorang pemain juga harus bisa mempertimbangkan sebuah kelebihan dan kekurangan dari dampak bermain *games* apabila dilakukan secara terus menerus dan tidak teratur. Kelebihan dalam bermain *games* adalah :

- a. Memicu Bertambahnya Aktivitas Otak
- b. Melatih Sportivitas
- c. Menambah Pengetahuan Baru
- d. Melatih *Problem Solving*
- e. Meningkatkan Kreativitas

Dan kekurangan apabila seseorang menjadi kecanduan adalah :

- a. Resiko Kesehatan Mata
- b. Tingkat Konsentrasi Menurun
- c. Gangguan Motorik
- d. Komunikasi Bermasalah
- e. Menjadi Lebih Agresif

Dalam sebuah komunikasi, tentu saja ada pemicu yang membuat individu tersebut melakukan sebuah interaksi atau komunikasi dengan pemain lain, sama halnya pada penelitian ini, pemain saling berinteraksi dikarenakan melakukan sebuah hal yang sama yaitu bermain *games online*.

2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian ini, peneliti melampirkan penelitian sebelumnya yang dimana digunakan sebagai sumber referensi peneliti dalam melakukan penelitiannya :

2.2.1 Desiree Poets, dkk (2023), Care-based community communication, capacity, and agency during the COVID-19 pandemic: Evidence from the Complexo da Mar´e Favela, Brazil (Jurnal Internasional Quartil 1).

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2452292923000243>

Desiree Poets, Catherine Grimes, Max Stephenson Jr., Neda Moayerian, Molly Todd telah melakukan penelitian dengan judul penelitian yaitu Care-based community communication, capacity, and agency during the COVID-19 pandemic: Evidence from the Complexo da Mar´e Favela, Brazil. Tujuan penelitian adalah untuk menyelidiki apakah dan bagaimana jurnal komunitas di sebuah favela di Rio de Janeiro telah menyuarakan dan berupaya mengembangkan agensi individu dan kolektif penduduk favela selama pandemi COVID-19. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis secara tematis artikel-artikel terkait virus COVID-19 yang muncul dalam surat kabar berbasis komunitas, Maré Online, antara Maret dan September 2020. Selain itu, penelitian juga dilakukan melalui

wawancara semi-struktural dengan para wartawan Maré Online dan pengamatan partisipatif dalam pertemuan dan acara pengorganisasian komunitas virtual yang relevan.

2.2.2 Shaowen Ni, dkk (2023), The Influence Of Online Multiplayer Games On Social Capital And Interdependent Well-Being In Japan (Jurnal Internasional Quartil 2).

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1875952123000423>

Shaowen Ni, Ran Dong, Hideo Ueichi telah melakukan penelitian dengan judul penelitian yaitu The influence of online multiplayer games on social capital and interdependent well-being in Japan. Tujuan penelitian adalah untuk menguji efek perilaku bermain *game online* dan karakteristik pemain terhadap modal sosial dan rasa memiliki yang dihasilkan dalam game online multipemain, serta dampaknya terhadap kesejahteraan interdependen. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan pemodelan persamaan struktural kuadrat terkecil berdasarkan survei online yang dilakukan pada tahun 2021 (n = 383). Komunikasi dengan orang dekat, kenalan, dan orang asing semuanya berdampak pada modal sosial jembatan dan modal sosial ikatan, dengan efek komunikasi dengan orang asing menjadi yang terkuat.

2.2.3 Yuan Yang, dkk (2023), Internet gaming addiction among children and adolescents with non-suicidal self-Injury: A network perspective (Jurnal Internasional Quartil 2).

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2666915323001488>

Yuan Yang, Yanqi Ma, Rui Zhou, Ting Ji, Cailan Hou telah melakukan penelitian dengan judul penelitian yaitu Internet gaming addiction among children and adolescents with non-suicidal self-harm: A network perspective. Tujuan penelitian adalah untuk menyelidiki epidemiologi, korelasi, dan struktur jaringan dari kecanduan game internet di kalangan anak-anak dan remaja dengan perilaku melukai diri sendiri yang tidak bersifat bunuh diri (NSSI) di China. Selain itu, Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan saat ini, karena belum ada penelitian yang mengkaji kecanduan *game* internet di kalangan individu dengan NSSI. Metode penelitian yang digunakan adalah studi lintas-seksi yang dilakukan di Pusat Kesehatan Jiwa Guangdong, China, dari Desember 2019 hingga Desember 2021. Penggunaan skala kecanduan game internet berbahasa Cina yang terdiri dari 13 item, serta penggunaan skala kecemasan (SAS), depresi (SDS), dan kesepian (UCLA) untuk mengevaluasi kecanduan game internet, kecemasan, depresi, dan kesepian pasien. Analisis univariat, regresi logistik multivariat, dan analisis jaringan dilakukan untuk mengidentifikasi pola-pola dan faktor-faktor yang terkait.

2.2.4 Pierpaolo Limone, dkk (2023), The epidemiology and effects of video game addiction: A systematic review and meta-analysis (Jurnal Internasional Quartil 1).

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0001691823002238>

Pierpaolo Limone, Benedetta Ragni, Giusi Antonia Toto telah melakukan penelitian dengan judul penelitian yaitu *The epidemiology and effects of video game addiction: A systematic review and meta-analysis*. adalah untuk melakukan tinjauan sistematis terhadap studi-studi terkini dalam lima tahun terakhir mengenai karakteristik epidemiologi dan hasil dari penggunaan *video game*. Dengan meningkatnya popularitas dan aksesibilitas video game, kekhawatiran masyarakat tentang efek positif dan negatifnya juga meningkat. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan pencarian sistematis dalam basis data ScienceDirect, APA PsycINFO, Emerald, dan Scopus untuk artikel-artikel yang diterbitkan dari 1 Januari 2017 hingga 1 April 2022. Setelah mengaplikasikan kriteria inklusi dan eksklusi, 27 artikel dipilih untuk disertakan dalam tinjauan sistematis, dan 12 artikel untuk analisis meta akhir. Dalam analisis meta, tingkat prevalensi gabungan kecanduan game video dihitung menggunakan perangkat lunak Meta XL, yang menunjukkan tingkat prevalensi kecanduan game sebesar 5,0%.

2.2.5 Omer Erdogan (2023) The mediator's role of communication skills in the effect of social skills on digital game addiction (Jurnal Internasional Quartil 1).

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0001691823001245>

Omer Erdogan telah melakukan penelitian dengan judul penelitian yaitu *The mediator's role of communication skills in the effect of social skills on digital game addiction*. Tujuan penelitian adalah untuk menyelidiki

peran mediasi dari keterampilan komunikasi, yang memiliki peran penting dalam interaksi yang sehat antara individu dengan orang lain, antara keterampilan sosial yang memungkinkan pembangunan jaringan sosial dan kecanduan permainan digital. Partisipan penelitian terdiri dari 474 mahasiswa universitas, dengan 232 di antaranya perempuan dan 242 laki-laki. Dalam penelitian ini, digunakan Skala Keterampilan Sosial, Skala Keterampilan Komunikasi, dan Skala Kecanduan Permainan Digital. Data dianalisis menggunakan program AMOS-23.

2.2.6 Nunik Triana, dkk (2022) Pengaruh Persepsi Risiko, Pencarian Dan Pemrosesan Informasi Risiko, Serta Perilaku Komunikasi Terhadap Intensi Perilaku (Akreditasi Sinta 2).

<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/view/4694/1878>

Nunik Triana, Hendriyani telah melakukan penelitian dengan judul penelitian yaitu Pengaruh Persepsi Risiko, Pencarian Dan Pemrosesan Informasi Risiko, Serta Perilaku Komunikasi Terhadap Intensi Perilaku. Tujuan penelitian adalah untuk menyelidiki peran media sosial dalam kampanye kesehatan dengan fokus pada intensi perilaku, serta untuk mengkaji peran mediasi perilaku komunikasi dalam hubungan antara media sosial dan intensi perilaku tersebut. Penelitian ini khususnya berfokus pada kampanye pencegahan stunting karena stunting merupakan masalah gizi utama di Indonesia. Penelitian menggunakan model penelitian yang menggabungkan beberapa teori, seperti Theory of Planned Behaviour, Risk Information Seeking and Processing model, Risk

Perception Attitude Framework, serta Situational Theory of Problem Solving. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan melakukan survei online terhadap perempuan yang menjadi pengikut akun kampanye pencegahan stunting milik Kementerian Komunikasi dan Informatika @genbestid.

2.2.7 M. Yusuf A. Samad, dkk (2023), Interpersonal Communication and Situational Leadership on Teacher Performance (Akreditasi Sinta 2).

<http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/7360/5378>

M. Yusuf A. Samad, Fauzi, Marhamah, Shafira Ulfa Rahmani telah melakukan penelitian dengan judul penelitian yaitu Interpersonal Communication and Situational Leadership on Teacher Performance. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh komunikasi interpersonal dan kepemimpinan situasional kepala sekolah terhadap kinerja guru di SD IT Bunayya Lhokseumawe. Kinerja guru dianggap memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas pembelajaran dan mutu lulusan, yang secara langsung dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal dan kepemimpinan situasional dari kepala sekolah. Metode penelitian yang digunakan adalah korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner yang diberikan kepada 38 responden sebagai total sampel. Skala pengukuran menggunakan skala Likert dengan empat pilihan jawaban. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda,

dengan uji prasyarat seperti uji normalitas data, autokorelasi, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas sebelumnya dilakukan.

2.2.8 Juliandarini, dkk (2023), Perubahan Sikap selama Transisi Pembelajaran: Studi Eksploratif pada Pendidikan Vokasional (Akreditasi Sinta 2).

<https://jurnaldikbud.kemdikbud.go.id/index.php/jpnk/article/view/3853/627>

Juliandarini, Putu Sudira, Farid Mutohhari telah melakukan penelitian dengan judul penelitian yaitu Perubahan Sikap selama Transisi Pembelajaran: Studi Eksploratif pada Pendidikan Vokasional. Tujuan penelitian adalah untuk mengeksplorasi sikap belajar siswa yang muncul selama transisi pembelajaran dari daring (dalam jaringan) menjadi luring (luar jaringan) setelah pandemi Covid-19. Penelitian ini difokuskan pada pendidikan vokasional dan mencakup aspek-aspek seperti menerima, menanggapi, menghargai, dan bertanggung jawab terhadap pembelajaran. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pendekatan cross sectional. Responden penelitian terdiri dari 233 siswa dan 127 guru pada pendidikan vokasional di Indonesia. Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan instrumen angket Likert berskala 4, dan dianalisis dengan uji paired sample t-test untuk membandingkan periode pembelajaran daring selama pandemi dengan periode pembelajaran luring pascapandemi.

2.2.9 Ade Firmannandya, dkk (2021), The effect of playing online games on family communication pattern (Akreditasi Sinta 2).

<https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jsk/article/view/3257>

Ade Firmannandya, Bambang Dwi Prasetyo, Reza Safitri telah melakukan penelitian dengan judul penelitian yaitu *The effect of playing online games on family communication pattern*. Tujuan penelitian adalah untuk menentukan hubungan antara bermain *game online* dan pola komunikasi keluarga dalam hal intensitas, frekuensi, dan motifnya pada pria dewasa yang sudah menikah. Dengan perkembangan teknologi saat ini, permainan memiliki kualitas dan fasilitas yang tidak kalah dengan media lainnya. Salah satunya adalah bahwa pemain game dapat berinteraksi satu sama lain secara *online* sehingga permainan tidak hanya digunakan untuk hiburan tetapi juga interaksi verbal dan non-verbal. Pengguna *game* saat ini tidak hanya anak – anak tetapi juga orang tua yang bermain game online. Bahkan, *game online* sering dimainkan antara orang tua atau suami dan istri. Melalui penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengetahui apakah bermain game online memiliki dampak negatif pada pola komunikasi keluarga. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang didistribusikan secara *online* kepada 100 responden di seluruh Indonesia. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan program SPSS.

2.2.10 Nadya Zsalsabilla Rahmania, dkk (2018) Komunikasi Interpersonal Komunitas Online www.rumahtaaruf.com (Akreditasi Sinta 2).

<https://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/12032/pdf>

Nadya Zsalsabilla Rahmania, Indra N.A Pamungkas telah melakukan penelitian dengan judul penelitian yaitu Komunikasi Interpersonal Komunitas Online www.rumahtaaruf.com. Tujuan penelitian adalah untuk memahami bagaimana komunikasi interpersonal terjadi di antara pasangan yang merupakan anggota dari komunitas *online* www.rumahtaaruf.com. Dalam konteks ini, hubungan interpersonal dijelaskan sebagai sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap manusia, dan komunikasi interpersonal yang baik dianggap penting untuk menciptakan hubungan yang efektif. Dengan adanya kemajuan teknologi, menjalin hubungan atau komunikasi dengan kelompok atau organisasi tidak hanya dapat dilakukan secara langsung, tetapi juga melalui media *online*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara mendalam. Paradigma yang digunakan adalah paradigma postpositivis. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data model Miles dan Huberman.

2.2.11 Ahmad Fajar Giandi, dkk (2012), Perilaku Komunikasi Pecandu Game Online dengan Menggunakan Game Online.

<http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/901>

Ahmad Fajar Giandi, Funny Mutikasari, dan Hadi Suprpto Arifin telah melakukan penelitian dengan judul penelitian yaitu Perilaku Komunikasi Pecandu Game Online dengan Menggunakan Game Online. Tujuan penelitian adalah untuk memahami mengapa pecandu game online

bermain game online dan bagaimana perilaku komunikasi mereka baik dalam game online maupun di luar game online. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus eksploratif dengan teknik analisis kualitatif. Metode pengumpulan data melibatkan wawancara mendalam dengan beberapa key informant yang merupakan mahasiswa di Bandung dan pecandu game online, observasi pada tempat bermain game online, serta studi pustaka yang relevan dengan perilaku komunikasi pecandu game online.

2.2.12 Eliana Pratiwi, (2017), Perilaku Komunikasi Interpersonal Pecandu Game Online (Studi Kasus Pada Pecandu Game Online Dota 2 di Kota Serang).

<https://eprints.untirta.ac.id/978/>

Eliana Pratiwi telah melakukan penelitian dengan judul penelitian yaitu Perilaku Komunikasi Interpersonal Pecandu Game Online (Studi Kasus Pada Pecandu Game Online Dota 2 di Kota Serang). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami motivasi bermain dan interaksi pecandu game online Dota 2, baik di dalam dunia virtual maupun di luar dunia virtual. Dengan perkembangan teknologi yang memungkinkan berbagai aktivitas dilakukan melalui internet, termasuk bermain game online, permainan seperti Dota 2 telah menjadi candu bagi sebagian masyarakat, khususnya remaja hingga dewasa awal. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, peneliti dapat menggambarkan secara rinci motivasi dan perilaku komunikasi para pemain game online Dota 2, serta memperoleh

wawasan yang mendalam tentang fenomena tersebut. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menjelajahi dan memahami kompleksitas dari pengalaman dan interaksi yang terjadi dalam konteks game online.

2.2.13 Irpan Ali Rahman, dkk (2022) Tingkat Kecanduan Game Online Pada Remaja.

<http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/NERS/article/view/2438>

Irpan Ali Rahman, Dini Ariani, Nurul Ulfah telah melakukan penelitian dengan judul penelitian yaitu Tingkat Kecanduan Game Online Pada Remaja. Tujuan penelitian dalam abstrak tersebut adalah untuk mengidentifikasi tingkat kecanduan bermain game online pada remaja di Desa Neglasari. Dengan melihat popularitas dan prevalensi permainan online di kalangan remaja, serta potensi dampak negatifnya terhadap kesejahteraan remaja, penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana remaja di Desa Neglasari terpengaruh oleh kecanduan game online. Metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan potong lintang digunakan untuk mengumpulkan data tentang seberapa banyak remaja di Desa Neglasari yang kecanduan bermain *game online* pada satu waktu tertentu. Peneliti ingin menggambarkan tingkat kecanduan ini dengan menggunakan angka-angka atau data numerik. Mereka memilih sejumlah remaja dari desa tersebut sebagai sampel untuk diteliti. Dengan cara ini, peneliti dapat memberikan gambaran yang jelas tentang masalah kecanduan *game online* di komunitas mereka.

2.2.14 Darma Putra Satria, dkk (2021), Perilaku Komunikasi Interpersonal Pemain Game Online “Mobile Legends” di Lingkungan Keluarga.

<http://parahita.web.id/index.php/parahita/article/view/63>

Darma Putra Satria, Herdefa Nabila, Maulidia, Muhammad Jabbar Rasel telah melakukan penelitian dengan judul penelitian yaitu Perilaku Komunikasi Interpersonal Pemain Game Online “Mobile Legends” di Lingkungan Keluarga. Tujuan penelitian adalah untuk memahami bagaimana perilaku komunikasi interpersonal pemain *game online* Mobile Legends di lingkungan keluarga. Penelitian ini ingin mengetahui apakah bermain game Mobile Legends berdampak pada komunikasi antara pemainnya dalam keluarga. Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus, peneliti mempelajari pengalaman tiga informan yang merupakan pecandu permainan Mobile Legends.

2.2.15 Pembronia Nona, dkk (2022), Kecanduan Bermain Game Online Smartphone Dengan Kualitas Tidur Siswa-Siswi di SMPK Hewerbura Watublapi Kabupaten Sikka.

<https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/2536>

Pembronia Nona Fembi, Yosefina Nelista, Pasionista Vianitati telah melakukan penelitian dengan judul penelitian yaitu Kecanduan Bermain Game Online Smartphone Dengan Kualitas Tidur Siswa-Siswi di SMPK Hewerbura Watublapi Kabupaten Sikka. Tujuan penelitian adalah untuk menentukan hubungan antara kecanduan bermain game online di smartphone dengan kualitas tidur siswa di SMPK Hewerbura Watublapi,

Kabupaten Sikka. Penelitian ini menggunakan metode analitik korelasional dengan pendekatan potong lintang, yang bertujuan untuk melihat apakah ada hubungan antara kedua variabel tersebut pada suatu titik waktu tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas VIII di SMPK Hewerbura Watublapi, dengan sampel sebanyak 80 orang yang dipilih menggunakan teknik total sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner, dan analisis statistik dilakukan menggunakan uji korelasi Spearman.

Tabel 2.2. 1 State of the Art

No	Penulis, Judul, Tahun	Keterangan	Hasil	State of the Art
1	Care-based community communication, capacity, and agency during the COVID-19 pandemic: Evidence from the Complexo da Mar'e Favela, Brazil. Desiree Poets, Catherine Grimes, Max Stephenson Jr., Neda Moayerian, Molly Todd (2023) https://www.science-direct.com/science/article/pii/S2452292923000243 https://doi.org/10.1016/j.wdp.2023.100508	Kualitatif, Internasional Q1	Analisis ini menekankan hubungan antara kebebasan komunikatif dan kapasitas masyarakat. Hal ini menggambarkan pentingnya komunikasi yang dihasilkan masyarakat dalam pengembangan dan dalam masyarakat, terutama ketika populasi tersebut dibingkai secara merendahkan di media, kebijakan publik, dan penelitian	Meski sama – sama mengandung unsur yang sama yaitu komunitas, penelitian tersebut cenderung kepada bagaimana kebebasan masyarakat dalam berkomunikasi, sedangkan penelitian dilakukan adalah melihat bagaimana sebuah komunitas mempengaruhi cara berkomunikasi setiap individu.

2	<p>The influence of online multiplayer games on social capital and interdependent well-being in Japan. Shaowen Ni, Ran Dong, Hideo Ueichi (2023)</p> <p>https://www.science-direct.com/science/article/pii/S1875952123000423</p> <p>https://doi.org/10.1016/j.entcom.2023.100587</p>	Kuantitatif, Internasional Q2	Studi ini menunjukkan pentingnya interaksi dengan orang asing, dan para pemain tersebut bisa melakukannya mengembangkan hubungan sosial yang lebih luas dan mendalam dalam game online	Penelitian ini berfokus pada pentingnya interaksi terhadap orang asing dimana interaksi tersebut dapat dikembangkan dan diterapkan dalam sebuah game online. Pada penelitian ini, interaksi asing tidak begitu ditekankan karena skala penelitian ini pemain yang berasal dari Indonesia itu sendiri.
3	<p>Internet gaming addiction among children and adolescents with non-suicidal self-Injury: A network perspective. Yuan Yang, Yanqi Ma, Rui Zhou, Ting Ji, Cailan Hou (2023)</p> <p>https://www.science-direct.com/science/article/pii/S2666915323001488</p> <p>https://doi.org/10.1016/j.jadr.2023.100609</p>	Kuantitatif, Internasional Q2	Kecanduan game internet lazim terjadi di kalangan anak – anak dan remaja penderita NSSI.	Dalam penelitian tersebut, berisi pembahasan dimana kecanduan game online juga biasanya terjadi pada seseorang yang menderita NSSI atau Non-Suicidal Self Injury, sedangkan penelitian ini membahas bagaimana kecanduan berpengaruh dalam komunikasi atau interaksi sehari – hari.
4	<p>The epidemiology and effects of video game addiction: A systematic review and meta-analysis. Pierpaolo Limone, Benedetta Ragni, Giusi Antonia Toto (2023)</p>	Kuantitatif, Internasional Q1	Orang yang kecanduan video game biasanya mengalami masalah emosional, kesepian, dan stres. Mereka juga lebih cenderung mengalami masalah seperti depresi, kecemasan, dan penurunan prestasi akademik atau	Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu perilaku atau emosi yang biasa terjadi pada seorang kecanduan game. Hanya saja perbedaannya adalah metode analisis yang dimana pada penelitian ini meneliti tentang komunikasi

	<p>https://www.science-direct.com/science/article/pii/S0001691823002238</p> <p>https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.104047</p> <p>https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.104047</p>		<p>profesional. Hasilnya menunjukkan bahwa bermain video game secara berlebihan dapat menjadi masalah serius. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengembangkan metode untuk membantu mereka yang mengalami kecanduan video game.</p>	<p>interpersonal dari seorang pecandu game online.</p>
5	<p>The mediator's role of communication skills in the effect of social skills on digital game addiction (Q1). Omer Erdogan (2023)</p> <p>https://www.science-direct.com/science/article/pii/S0001691823001245</p> <p>https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.103948</p>	<p>Kuantitatif, Internasional Q1</p>	<p>Penelitian ini menemukan bahwa orang dengan keterampilan sosial dan komunikasi yang baik cenderung tidak kecanduan permainan digital. Kemampuan berkomunikasi juga berperan penting dalam menghubungkan keterampilan sosial dengan kecanduan permainan digital.</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada orang yang memiliki keterampilan sosial dalam berkomunikasi, dimana pecandu game online biasanya tidak memiliki keterampilan dan komunikasi yang baik. Pada penelitian ini, cara berkomunikasi dan bersosialisasi seorang pecandu bisa saja berbeda tiap individunya.</p>
6	<p>Pengaruh Persepsi Risiko, Pencarian Dan Pemrosesan Informasi Risiko, Serta Perilaku Komunikasi Terhadap Intensi Perilaku. Nunik Triana, Hendriyani (2022)</p> <p>https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/view/4694/1878</p>	<p>Kuantitatif, Sinta 2</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas perilaku pencegahan stunting secara signifikan dapat diprediksi melalui perilaku transmisi informasi. Perilaku transmisi informasi berfungsi sebagai mediator antara kepercayaan pada saluran yang relevan dengan intensitas perilaku pencegahan stunting.</p>	<p>Dalam penelitian ini, terdapat 2 unsur yang sama yaitu persepsi, hanya saja perbedaannya adalah pada penelitian tersebut persepsi yang dimaksud adalah pemrosesan informasi yang dilakukan secara intens, sedangkan persepsi pada penelitian adalah bagaimana seorang pemain menafsirkan atau memahami sebuah pesan dari pemain lain.</p>
7	<p>Interpersonal Communication and</p>	<p>Kuantitatif, Sinta 2</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari subjek</p>

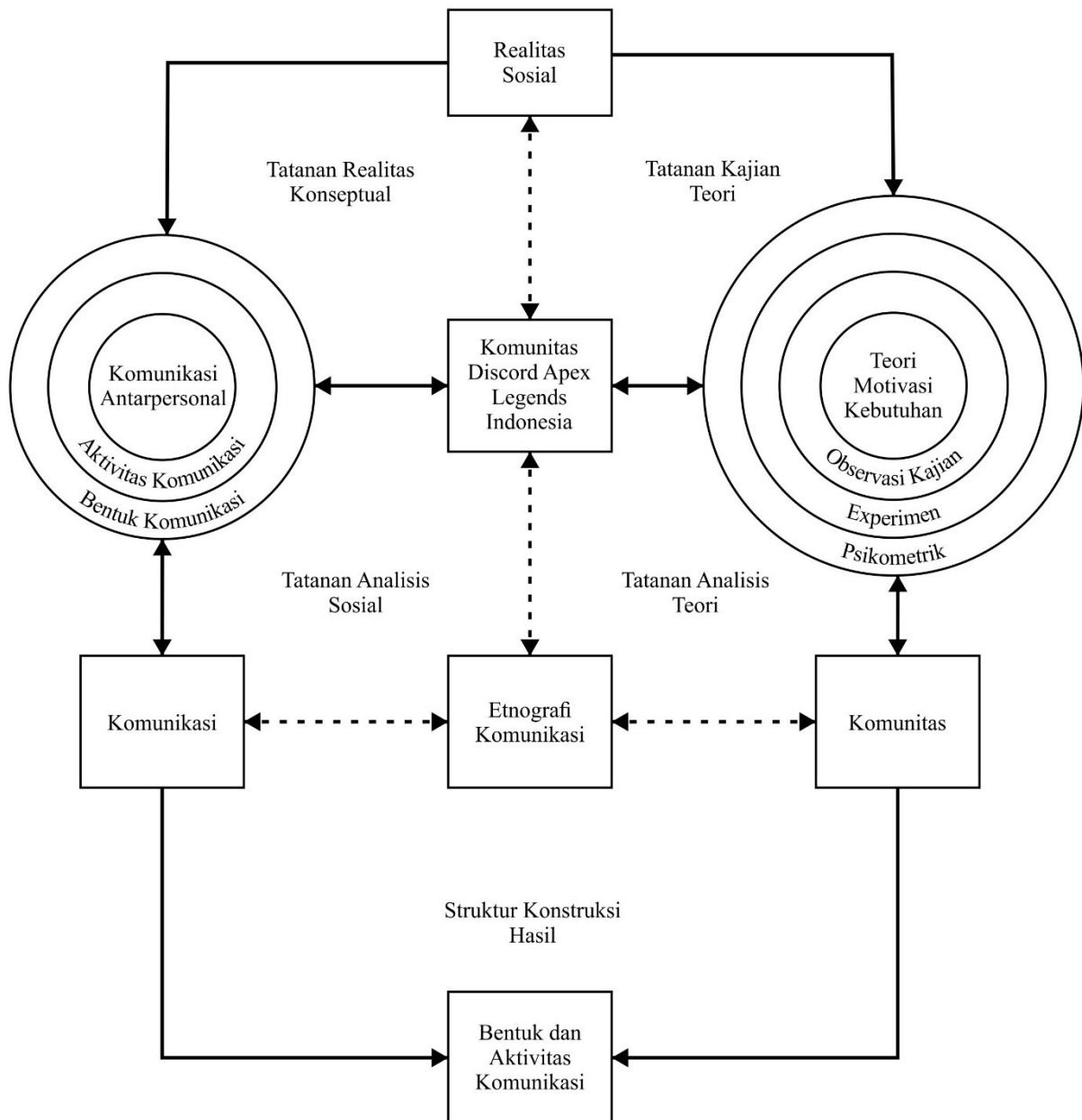
	<p>Situational Leadership on Teacher Performance. M. Yusuf A. Samad, Fauzi, Marhamah, Shafira Ulfa Rahmani (2023).</p> <p>http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/7360/5378</p>		<p>komunikasi interpersonal dan kepemimpinan situasional kepala sekolah secara bersamaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja guru sebesar 70,7%. Faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian tersebut memberikan pengaruh sebesar 29,3%.</p>	<p>yang diteliti dan juga metode yang diteliti, pada penelitian tersebut dibahas bagaimana komunikasi interpersonal dapat memberi pengaruh kepada kinerja guru, sedangkan penelitian ini melihat bagaimana komunikasi interpersonal yang terjadi antara pemain game online.</p>
8	<p>Perubahan Sikap selama Transisi Pembelajaran: Studi Eksploratif pada Pendidikan Vokasional. Juliandarini, Putu Sudira, Farid Mutohari (2023)</p> <p>https://jurnaldikbud.kemdikbud.go.id/index.php/jpnk/article/view/3853/627</p>	<p>Kuantitatif, Sinta 2</p>	<p>Hasil penelitian menyimpulkan bahwa perubahan perspektif pembelajaran pada aspek menerima memiliki pengaruh yang signifikan. Ini disebabkan oleh perubahan keadaan belajar dan penghargaan yang disebabkan oleh perubahan lingkungan belajar di sekolah.</p>	<p>Tidak hanya persepsi, unsur yang sama juga terdapat pada penelitian ini yaitu perubahan sikap, penelitian tersebut membahas tentang perubahan sikap yang terjadi pada masa tansisi pembelajaran, sedangkan penelitian yang dilakukan membahas mengenai sikap yang terdapat pada pencadu game online.</p>
9	<p>The effect of playing online games on family communication pattern. Ade Firmannandya, Bambang Dwi Prasetyo, Reza Safitri (2021)</p> <p>https://ejournal.unito.ac.id/index.php/jsk/article/view/3257</p>	<p>Kuantitatif, Sinta 2</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa bermain game online tidak berdampak negatif pada pola komunikasi keluarga karena para pemain memiliki alasan yang berbeda untuk bermain game tersebut sesuai dengan intensitas, frekuensi, dan motifnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa, jika dimainkan dengan benar, game online dapat berdampak positif pada pola komunikasi keluarga.</p>	<p>Pada penelitian tersebut, poin utama yang dicari adalah dampak positif atau negatif yang terdapat dari bermain game online, sedangkan pada penelitian yang dilakukan, adalah bentuk komunikasi yang terjadi antara pecandu game online pada saat berkomunikasi dalam permainan dan diluar permainan</p>

10	<p>Komunikasi Interpersonal Komunitas Online www.rumahtaaruf.com. Nadya Zsalsabilla Rahmania, Indra N.A Pamungkas (2018)</p> <p>https://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/12032/pdf</p>	Kualitatif, Sinta 2	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa saat pertemuan tahap offline terjadi, komunikasi interpersonal terjadi, dan ketiga informan melakukan komunikasi yang intens setelah pertemuan keluarga dan setelah proses khitbah atau lamaran.</p>	<p>Dalam penelitian tersebut, disebutkan bahwa komunikasi interpersonal terjadi pada saat subjek bertemu secara langsung, sedangkan pada penelitian ini, komunikasi interpersonal juga bisa dilakukan melalui media perantara.</p>
11	<p>Perilaku Komunikasi Pecandu Game Online dengan Menggunakan Game Online. Ahmad Fajar Giandi, Funny Mutikasari, dan Hadi Suprpto Arifin (2012)</p> <p>http://jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/view/901</p>	Kualitatif	<p>Alasan bermain pecandu game online mempengaruhi gaya komunikasi mereka di dalam game online, perilaku komunikasi baik didalam maupun diluar game online yang dilakukan oleh pecandu game online berbeda dengan pemain game online lainnya.</p>	<p>Meski sama – sama meneliti tentang game online, terdapat perbedaan antara keduanya, pada penelitian tersebut hanya berfokus pada perilaku seorang pecandu game online, dan untuk jenis permainan tidak disebutkan secara spesifik, sedangkan pada penelitian ini, tidak hanya perilaku atau sikap, namun komunikasi yang terjadi juga diperhatikan</p>
12	<p>Perilaku Komunikasi Interpersonal Pecandu Game Online (Studi Kasus Pada Pecandu Game Online Dota 2 di Kota Serang). Eliana Pratiwi (2017)</p> <p>https://eprints.untirta.ac.id/978/</p>	Kualitatif	<p>Motivasi pecandu game online Dota 2 didasarkan pada kebutuhan untuk mendapatkan pencapaian ranking level yang tinggi dan keuntungan finansial, kebutuhan untuk mendapatkan teman yang mempunyai minat yang sama serta meningkatkan hubungannya dan kebutuhan untuk lebih dihargai sesama pemain. Pecandu game online menggunakan Grup online dalam media sosial sebagai wadah berinteraksinya sehingga interaksi yang</p>	<p>Meski meneliti sebuah topik dan tujuan yang sama, perbedaa pada penelitian ini terletak pada jenis permainan tersebut, pada penelitian tersebut Dota 2 adalah permainan yang dibahas, sedangkan pada penelitian ini, permainan yang dibahas adalah Apex Legends, maka dari itu bentuk komunikasi yang terjadi juga bisa berbeda</p>

			dilakukan lebih aktif didalam dunia virtual nya dibandingkan diluar dunia virtual	
13	<p>Tingkat Kecanduan Game Online Pada Remaja. Irpan Ali Rahman, Dini Ariani, Nurul Ulfah (2022)</p> <p>http://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/NERS/article/view/2438</p>	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja di desa Neglasari memiliki tingkat kecanduan game online sedang. Penelitian ini menyimpulkan bahwa gambaran tingkat kecanduan game online pada remaja dengan durasi terpanjang dikategorikan dalam kategori kecanduan sedang.</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada tingkat kecanduan bermain game online dengan durasi bermain, berbeda dengan penelitian ini, durasi atau lama waktu bermain tidak mempengaruhi kecanduan seseorang, ada banyak faktor yang bisa menentukan hal tersebut</p>
14	<p>Perilaku Komunikasi Interpersonal Pemain Game Online “Mobile Legends” di Lingkungan Keluarga. Darma Putra Satria, Herdefa Nabila, Maulidia, Muhammad Jabbar Rasel (2021)</p> <p>http://parahita.web.id/index.php/parahita/article/view/63</p>	Kualitatif	<p>Penelitian menemukan bahwa, karena banyak orang yang bermain permainan Mobile Legend dan perlu berbicara satu sama lain untuk memenangkan permainan, kemampuan komunikasi interpersonal para pemainnya menjadi lebih baik.</p>	<p>Penelitian tersebut meneliti tentang pentingnya komunikasi dalam melakukan sesuatu terutama dalam bermain sebuah game online, kemampuan komunikasi yang baik dapat menentukan kemenangan dari permainan tersebut, begitu juga pada penelitian ini, komunikas yang dilakukan pada saat bermain sangatlah beragam, semua itu tergantung bagaimana setiap individu memahami sebuah pesan.</p>
15	<p>Kecanduan Bermain Game Online Smartphone Dengan Kualitas Tidur Siswa-Siswi di SMPK Hewerbura Watublapi Kabupaten Sikka. Pembronia Nona Fembi, Yosefina Nelista, Pasionista Vianitati (2022)</p>	Kuantitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak dari 80 siswa yang kecanduan bermain game online di smartphone mengalami kualitas tidur yang buruk. Uji statistik menunjukkan bahwa tidak ada korelasi yang kuat antara kecanduan bermain game online di smartphone dan kualitas tidur siswa, dengan kata lain, tingkat</p>	<p>Penelitian tersebut meneliti antara hubungan kualitas jam tidur yang dipengaruhi dari kecanduan bermain game online terutama media smartphone, sedangkan kualitas jam tidur tidak ada dalam penelitian ini, melainkan bentuk komunikasi yang dihasilkan saja.</p>

	https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/2536		<p>kecanduan yang lebih tinggi berefek kepada kualitas tidur siswa yang lebih buruk. Selain itu, orang tua harus mengawasi bagaimana anak-anak mereka bermain game online dan penting bagi sekolah untuk memberi tahu mereka tentang efek negatif dari bermain game online.</p>	
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 2.3. 1 Kerangka Konseptual

Pada penelitian yang berjudul Analisis Komunikasi Antarpersonal Pecandu Game Online Apex Legends (Studi Kasus Pada Komunitas Discord Apex Legends Indonesia), peneliti akan meneliti tentang bagaimana bentuk komunikasi yang terjadi pada saat anggota komunitas sedang bermain dan tidak bermain, tidak hanya itu, peneliti juga meneliti bentuk aktivitas seperti apa yang dilakukan oleh para pemain pada komunitas tersebut ketika sedang tidak bermain.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kajian etnografi sebagai acuan penelitian yang kemudian dihubungkan dengan teori milik McClelland yaitu teori motivasi kebutuhan yang dimana teori ini mempelajari tentang bagaimana motivasi mendorong seseorang untuk tetap melakukan sesuatu.

Penelitian ini akan dilakukan melalui beberapa tahap atau langkah, yaitu dimulai dengan mengumpulkan subjek yang tepat, melakukan wawancara terkait topik terkait pada subjek yang dipilih, melakukan observasi pada bentuk dan aktivitas yang terjadi pada komunitas tersebut. Setelah semua data telah dikumpulkan, maka data tersebut akan direduksi untuk mengambil bagian yang tepat.

Setelah data ditampilkan dan dipilah, maka data yang sudah diperoleh tersebut akan dikaitkan dengan teori yang sebelumnya sudah dibahas yaitu teori kebutuhan motivasi milik McClelland.