

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Studi Penelitian Terdahulu

Peneliti melakukan studi penelitian terdahulu yang telah peneliti lakukan sekarang ini dapat menjadi sumber referensi dan bahan acuan yang membantu penulis dalam merumuskan asumsi dasar untuk pengembangan kajian dan untuk menunjang pengembangan penelitian tentang pola komunikasi. Adapun ringkasan penelitian-penelitian dari peneliti sebelumnya yang relevan sehingga dapat dijadikan sumber guna mendapatkan referensi terkait kajian dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 2.1.

Tabel 2. 1
PenelitianTerdahulu

No	Nama Peneliti/Universitas/Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Nugrahanto Ramadhan/Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"/2013	Pola Komunikasi Orang Tua Dengan Anak Pemain Game Online DotA Di Surabaya	Kualitatif dengan metode deskriptif	Orang tua dapat berkomunikasi dengan baik pada anak lewat pola komunikasi yang ada. Bagi orang tua dapat memberikan gambaran atau upaya keluarga terhadap perilaku anak-anak dalam berkelompok dan bermain.	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Nugrahanto Ramadhan dengan penelitian ini adalah objek penelitiannya dan berfokus kepada pola komunikasi antara orang tua dengan anak pemain game online DotA terhadap hubungan antar keluarga sedangkan penelitian ini berfokus kepada pola komunikasi virtual tim game online valorant dalam membangun strategi pemain.

No	Nama Peneliti/Universitas/ Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
2	Eka Kurnia/Universitas Negeri Makassar/2019	Pola Komunikasi Mahasiswa Gamers (Studi Pada Mahasiswa Sosiologi Di Universitas Negeri Makassar)	Kualitatif dengan metode deskriptif	Game online sebagai media berinteraksi secara online, sebagai media untuk berkenalan dan menambah teman baru namun dari sisi negatifnya pemain cenderung memiliki perilaku autisme yang mengabaikan orang-orang disekitarnya sehingga kurangnya interaksi sosial.	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Eka Kurnia dan penelitian ini adalah objek penelian. Dimana penelitian yang dilakukan oleh Eka Kurnia berfokus kepada pola komunikasi orang (pemain) yang bermain game tersebut sedangkan penelitian ini berfokus kepada pola komunikasi virtual game online dalam fitur obrolan pada game online valorant.
3	Reza Trijaya Kusumah /Universitas Komputer/2011	Konsep Diri Pecandu Game Online (Studi Deskripsi Tentang Konsep Diri Pecandu Game Online Di Kota Bandung)	Kualitatif dengan metode deskriptif	Game online mampu membuat pemain mendapatkan relasi di dalam suatu permainan dari pada relasi yang didapat didunia nyata. Namun dampak negatif yang didapat pemain menjadi kecanduan game online sehingga mereka merasa dengan bermain game online dapat melupakan masalah-masalah yang ada pada diri mereka.	Perbedaan penelitian yang diteliti Reza Trijaya Kusumah adalah dari variabel penelitian dan objek penelitian. Dimana penelitian yang diteliti Reza berfokus kepada studi deskripsi pecandu game online yang bertujuan untuk mengetahui konsep diri pecandu game online sedangkan penelitian ini cenderung komunikasi virtual dalam fitur obrolan pada game online valorant.

2.1.2 Pengertian Komunikasi

Kata “komunikasi” berasal dari bahasa lain, *communic*, yaitu berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya *communis* adalah *communico*, yang artinya berbagi (Stuart, 1983, dalam Vardiansyah, 2004 : 3). Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terinterogasi dimana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi (*information sharing*) untuk mencapai tujuan bersama.

Komunikasi juga dipahami sebagai suatu bentuk komunikasi interaksi, yaitu komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi yang arahnya bergantian (Mulyana, 2002:65). Dalam konteks ini, komunikasi melibatkan komunikator yang menyampaikan pesan, baik verbal maupun non verbal kepada komunikan yang langsung memberikan respon berupa verbal maupun non verbal secara aktif, dinamis dan timbal balik. Komunikasi sebagai proses interaksi sebagai tindakan searah. Akan tetapi pandangan ini masih bersifat mekanis dan statis, karena masih membedakan pengirim dan penerima pesan (Rohim, 2009:10).

Selain itu terdapat juga beberapa pengertian tentang komunikasi dari beberapa ahli lainnya yaitu Everett M. Roger dalam buku Deddy Mulyana bahwa, “komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.” (Mulyana, 2008:69).

2.1.2.1 Fungsi Komunikasi

Fungsi dari komunikasi menurut Riswandi dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi” yaitu:

1. Fungsi komunikasi sosial
 - a. Membangun konsep diri. Konsep diri ialah pandangan kita tentang siapa diri kita yang diperoleh dari informasi yang diberikan orang lain kepada kita.
 - b. Pernyataan eksistensi diri. Orang berkomunikasi menunjukkan bahwa dirinya eksis. Ketika kita berbicara atau berkomunikasi dengan orang lain, baik verbal maupun nonverbal, ini menunjukkan bahwa diri kita eksis atau ada.
 - c. Untuk kelangsungan hidup, memupuk hubungan dan mencapai kebahagiaan. (Riswandi, 2009 : 13-16)

2. Fungsi komunikasi ekspresif

Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan nonverbal. (Riswandi, 2009 : 18).

3. Fungsi komunikasi ritual

Komunikasi ritual biasanya dilakukan secara kolektif. Seringkali komunikasi bersifat ekspresif, artinya menyatakan perasaan terdalam seseorang. Adakalanya pula bersifat mistik dan seringkali perilaku orang-orang dalam komunitas tersebut sulit dimengerti dan dipahami oleh orang-orang yang ada diluar komunitas. Komunikasi ritual ini bisa jadi akan tetap ada sepanjang zaman, karena ia merupakan kebutuhan manusia, meskipun bentuknya berubah-ubah demi pemenuhan kebutuhan dirinya sebagai makhluk individu, makhluk sosial dan salah satu bagian dari alam semesta. (Riswandi,2009:19-21)

4. Fungsi komunikasi instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu:

- a. Menginformasikan.
- b. Mengajar.
- c. Mendorong.
- d. Mengubah sikap, keyakinan dan perilaku.
- e. Menggerakkan tindakan.

f. Menghibur. (Riswandi, 2009 : 21)

2.1.3 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dijelaskan menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya “Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek”, dimana fungsi komunikasi yaitu:

- a. Perubahan sikap (*attitude change*)
- b. Perubahan pendapat (*opinion change*)
- c. Perubahan perilaku (*behavior change*)
- d. Perubahan sosial (*social change*) (Effendy, 2007 : 8)

2.1.3.1 Unsur-Unsur Komunikasi

Dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

1. Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok, misalnya partai, organisasi, atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya disebut *source*, *sender*, atau *encoder*.

2. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa

inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau *information*.

3. Media

Media yang dimaksud disini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indera dianggap sebagai media komunikasi.

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran, komunikan, atau dalam bahasa inggris disebut *audience* atau *receiver*. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

5. Pengaruh

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Karena itu, pengaruh bisa juga diartikan perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan.

6. Tanggapan Balik

Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima. Misalnya sebuah konsep surat yang memerlukan perubahan sebelum dikirim, atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu mengalami gangguan sebelum sampai ke tujuan. Seperti itu menjadi tanggapan balik yang diterima oleh sumber. Berdasarkan komponen-komponen tersebut Effendy (2006:6) menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Sedangkan menurut Deddy Mulyana (2007:79) komponen komunikasi merupakan unsur terpenting yang terdiri atas lima unsur meliputi:

a. Unsur Dasar Komunikasi

Dalam komunikasi, harus mempunyai komunikator, pesan, saluran komunikasi. Metode komunikasi, komunikan, lingkungan, dan umpan balik.

b. Sumber dan sasaran komunikasi

Sumber komunikasi adalah komunikator yang berperan dalam membentuk kesamaan persepsi dengan pihak lain yang dalam hal ini adalah sasaran, memformulasikan pesan, menggunakan lambang, dan menginterpretasikan pesan dalam pola pemahaman kontekstual.

Sasaran adalah penerima pesan yang menerjemahkan pesan disesuaikan dengan pengalaman dan pengertian dari komunikan.

c. Bentuk Komunikasi

Pelaksanaan kegiatan komunikasi pada prinsipnya disesuaikan dengan kebutuhan sasaran yang akan membuat jalinan komunikasi. Jaringan komunikasi disesuaikan dengan kebutuhan akan mewujudkan bentuk komunikasi yang menggambarkan proses dan pelaksanaan pelaksanaan komunikasi tersebut. Bentuk komunikasi yang akan terjadi berdasarkan kebutuhan terdiri atas komunikasi pribadi, komunikasi kelompok, dan komunikasi massa.

1) Teknik komunikasi

Ada berbagai teknik komunikasi, di antaranya adalah jurnalisme, hubungan masyarakat, periklanan, pameran persahabatan, propaganda, dan iklan masyarakat.

2.1.3.2 Proses Komunikasi

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Menurut Onong Uchjana Effendi, Proses komunikasi dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni :

1. Proses komunikasi secara primer, Proses ini adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar,

warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

2. Proses komunikasi secara sekunder, adalah proses penyampaian pesan oleh seorang komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seseorang menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.
3. Unsur–unsur dalam Proses Komunikasi Penegasan tentang unsur–unsur dalam proses komunikasi itu adalah sebagai berikut:
 - a. Sender: Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
 - b. Encoding: Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambing.
 - c. Message: Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
 - d. Media: Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
 - e. Decoding: Pengawasandian, yaitu proses di mana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

- f. Receiver: Komunikan yang menerima pesan dari komunikator
- g. Response: Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterima pesan.
- h. Feedback : Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
- i. Noise: Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya (Effendi, 1993:33).

2.1.3.3 Tipe Komunikasi

Joseph A. DeVito seorang profesor komunikasi di City University of New York dalam bukunya *Communicology* (1982) membagi komunikasi atas empat macam, yakni Komunikasi Antar Pribadi, Komunikasi Kelompok Kecil, Komunikasi Publik dan Komunikasi Massa. R. Wayne Pace dengan teman-temannya dari Brigham Young University dalam bukunya *Techniques for Effective Communication* (1979) membagi komunikasi atas tiga tipe, yakni komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi antarpribadi serta komunikasi khalayak.

1. Komunikasi dengan Diri Sendiri (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*) Komunikasi antarpribadi yang dimaksud disini ialah proses komunikasi yang

berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, seperti yang dinyatakan R. Wayne Pace (1979) bahwa “*Interpersonal communication is communication involving two or more people in a face to face setting*”.

3. Komunikasi Publik (*Public Communication*), bisa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, public speaking, dan komunikasi khalayak (*audience communication*). Apapun namanya, komunikasi public menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar.
4. Komunikasi Massa, dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga pada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film.

2.1.4 Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah kumpulan manusia dalam lapisan masyarakat yang mempunyai ciri atau atribut yang sama dan merupakan satu kesatuan yang saling berinteraksi. (Michael Burgoon dalam Wiryanto, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota – anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota – anggota yang lain secara tepat.

Komunikasi kelompok adalah “Suatu bidang studi, penelitian dan terapan yang tidak menitik perhatiannya pada proses kelompok secara umum, tetapi pada

tingkah laku individu dalam diskusi kelompok tatap muka yang kecil” (Mulyana, 2007:6).

Komunikasi kelompok adalah suatu studi tentang segala sesuatu yang terjadi pada saat individu-individu berinteraksi dalam kelompok kecil, dan bukan deskripsi mengenai bagaimana seharusnya komunikasi terjadi, serta bukan pula sejumlah nasehat tentang cara-cara bagaimana yang harus ditempuh. Karena kelak dapat berpengaruh terhadap proses perkembangan individu dalam kelompok.

Dalam ilmu sosial apakah psikologi, atau sosiologi, yang disebut dengan kelompok adalah bukan sejumlah orang berkelompok atau kerumun bersama-sama disuatu tempat, seperti halnya orang yang berkumpul di pasar, tetapi harus diperhatikan faktor situasinya. Keberadaannya disitu secara bersamaan hanya kebetulan saja, kelompok tersebut tidak saling mengenal. Kalaupun terjadi interaksi atau interkomunikasi, terjadinya hanya saat itu saja, sesudah itu tidak terjadi kembali komunikasi.

Dalam situasi kelompok terdapat hubungan psikologis, orang-orang yang terkait hubungan psikologis itu tidak selalu berada secara bersamaan di suatu tempat, orang dapat saja berpisah tetapi meskipun orang tersebut berpisah, tetap terikat oleh hubungan psikologis yang menyebabkan manusia berkumpul bersama-sama secara berulang-ulang dan bahkan setiap hari. Untuk dapat memperoleh kejelasan mengenai pengertian kelompok, terlebih dahulu bisa klasifikasikan kelompok menjadi dua jenis. Kelompok besar dan kelompok kecil, yang membedakan besar dan kecilnya itu tidak hanya dilihat dari kuantitas jumlah, tetapi faktor psikologi yang mengikatnya.

Robert F. Bales, dalam bukunya “*Interaction proses analisis*” mendefinisikan kelompok kecil sebagai : Sejumlah orang yang terlibat dalam interaksi satu sama lain dalam suatu pertemuan yang bersifat tatap muka (*face-to-face meeting*), di mana setiap anggota mendapat kesan atau sama lainnya yang cukup kentara, sehingga dia baik pada saat timbul pertanyaan, maupun sesudahnya dapat memberikan tanggapan kepada masing-masing sebagai perorangan (Effendy, 2003:72).

Kelompok biasanya memiliki tanda-tanda psikologis yang senantiasa terlihat dalam segala aktifitasnya, seperti anggota-anggota kelompok merasa terikat dengan kelompok, ada *sense of belonging* yang tidak dimiliki orang yang bukan anggota. Selain itu, nasib-nasib anggota kelompok saling bergantung. Sehingga, hasil setiap orang terkait dalam cara tertentu dengan hasil yang lain. Menurut pakar komunikasi Deddy Mulyana, dalam bukunya “*Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*” menyatakan bahwa kelompok adalah :

Sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal antara satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawankawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan (Mulyana, 2007:74).

Beberapa definisi tersebut menjelaskan mengenai kelompok. Semua menekankan pada tujuan bersama dan saling mengenal di dalam sekumpulan orang, dengan artian kelompok merupakan kumpulan orang banyak yang mempunyai visi

dan misi yang sama untuk kepentingan kelompok. Kelompok ini akan terbangun ketika orang-orang didalamnya menyamakan mindset berpikir untuk kemajuan.

2.1.4.1 Klasifikasi Kelompok

1. Kelompok primer dan kelompok sekunder

Walaupun setiap orang bisa menjadi anggota banyak kelompok, manusia terikat secara emosional pada beberapa kelompok saja. Hubungannya dengan keluarganya, kawan-kawan sepermainan, dan tetangga-tetangga dekat terasa lebih akrab, lebih personal dan lebih menyentuh hati kita. Kelompok ini disebut oleh Charles Horton Cooley (1909) sebagai kelompok primer. Kelompok sekunder secara sederhana adalah lawan kelompok primer. Hubungan kita dengannya tidak akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati kita. Anggota yang termasuk kedalam kelompok sekunder adalah organisasi massa, fakultas, serikat buruh, dan sebagainya.

2. Ingroup dan outgroup

Ingroup adalah kelompok tertentu, dan outgroup adalah kelompok tidak tertentu. Ingroup dapat berupa kelompok primer maupun kelompok sekunder. Keluarga adalah ingroup yang kelompok primer. Fakultas kita adalah ingroup yang kelompok sekunder. Perasaan ingroup diungkapkan dengan kesetiaan, kesenangan, dan kerjasama. Untuk membedakan ingroup dan outgroup, kita membuat batas (*boundaries*) yang menentukan siapa yang masuk orang dalam, dan siapa orang luar. Batas-batas ini dapat berupa lokasi, geografis, suku bangsa, pandangan atau ideologi, pekerjaan atau

profesi, bahasa, status sosial, dan kekerabatan. Dengan mereka yang termasuk lingkaran ingroup kita merasa terikat dalam semangat kekitaan semangat ini lazim disebut kohesivitas kelompok (*cohesiveness*).

3. Kelompok deskriptif dan kelompok prespektif

John F. Cragan dan David W. Wright yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat dalam buku psikologi komunikasi membagi kelompok pada dua kategori yaitu kategori deskriptif dan kategori perspektif. Kategori deskriptif menunjukkan klasifikasi kelompok dengan melihat proses pembentukan secara ilmiah, kategori prespektif mengklasifikasikan kelompok menurut langkah-langkah rasional yang harus dilewati oleh anggota kelompok untuk mencapai tujuannya. Untuk kategori kelompok deskriptif, manusia dapat mengelompokkan kelompok berdasarkan tujuannya (Rakhmat, 2008:142-147).

2.1.4.2 Fungsi Kelompok

Menurut Michael Burgoon yang disadur oleh Pratikto ada empat fungsi kelompok yaitu :

1. Hubungan sosial, merupakan suatu bentuk interaksi yang dibangun dari kelompok untuk mengetahui dan saling mengenal satu sama lainnya. Sehingga kelompok ini mampu membangun hubungan sosial secara internal dan eksternal.
2. Pendidikan, memberikan informasi secara edukatif dan mendorong pada praktek dalam memberikan pendapat, melakukan tugas kelompok dengan tujuan membangun kelompok maju dari segi pengetahuan pada anggota.

3. Persuasif, cara dalam berkomunikasi kelompok harus mengandung persuasif atau mengajak anggota lain untuk berinteraksi dengan anggota lainnya. Serta memberikan komunikasi persuasif untuk memberikan pendapat dan argument dari komunikator.
4. Pemecahan masalah dan pengambilan keputusan (Rakhmat, 2008:67). Beberapa fungsi komunikasi kelompok memberikan pemahaman bahwa dalam kelompok tersebut harus mempunyai hubungan sosial, pendidikan, persuasif, dan *problem solving* dengan tujuan kelompok mempunyai dinamika dalam berkomunikasi dan berinteraksi satu dengan yang lainnya. Sehingga, fungsi ini mengikat anggota secara emosional ketika anggota berada di suatu kelompok.

2.1.5 Komunikasi Virtual

Komunikasi virtual adalah komunikasi dimana proses menyampaikan dan menerima pesan melalui ruang maya (*cyberspace*) yang bersifat interaktif. Bentuk komunikasi virtual pada era ini sangat digandrungi setiap orang yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Komunikasi virtual merupakan salah satu bentuk pada penggunaan internet. Komunikasi virtual merupakan perkumpulan sosial yang mengambil bentuk di dalam internet dimana semua orang membawa persoalan kehidupannya untuk didiskusikan secara virtual dalam waktu yang lama dan melibatkan perasaan dan pemikiran penggunanya dengan relasi yang terbentuk di ruang siber (Dede,2018).

Bentuk-bentuk komunikasi virtual pada abad ini sangat digandrungi setiap orang dan dapat ditemukan dimana saja serta kapan saja. Salah satu bentuk

komunikasi virtual adalah pada penggunaan internet. Internet adalah media komunikasi yang cukup efektif dan efisien dengan menyediakan layanan fasilitas seperti *web, chatting (MIRC), email, facebook, whatsapp, Instagram, LINE, twitter* dan masih banyak lagi. Begitu banyak fasilitas yang ditawarkan dalam dunia maya untuk melakukan komunikasi, dan keberadaannya semakin membuat manusia tergantung. Ketergantungan tersebut dapat kita lihat pada maraknya penjualan ponsel dengan harga yang murah dan tawaran kelengkapan fasilitas untuk mengakses internet.

“Komunikasi virtual membuat manusia menyukai pola komunikasi yang menggunakan media daripada pola komunikasi tradisional yaitu tatap muka. Penggunaan internet lebih dapat diandalkan oleh netter jika dibandingkan dengan ekuivalen-ekuivalen tradisional mereka” (Werner, 2001: 447)

Komunikasi virtual merupakan salah satu bagian dari inovasi-inovasi dari perkembangan media baru (*new media*). Media baru ini merupakan perkembangan dari adanya media lama. Menurut McLuhan (dalam Stanley 2008: 386) konten dari media baru tersebut juga sering memanfaatkan atau mengemas kembali materi dari media.

2.1.5.1 Konsep Dasar Komunikasi Virtual

Konsep dasar komunikasi virtual merupakan salah satu aspek yang paling penting dalam teori komunikasi melalui jejaring internet. Ada beberapa konsep dasar yang menjadi bagian dari komunikasi virtual diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Dunia maya

Istilah dunia maya muncul pertama kali untuk merujuk pada jejaring informasi luas yang oleh para penggunanya disebut dengan console 28 cowboys akan muncul atau koneksi langsung dengan sistem-sistem syaraf mereka. *Cyberspace* berasal dari kata *cybernetics* dan *space*. *Cyberspace* sendiri pertama kali diperkenalkan oleh William Gibson yang menyebutkan bahwa dunia maya (*cyberspace*) adalah realita yang terhubung secara global, didukung oleh komputer, berkases komputer, multidimensi, artifisial, atau virtual.

2. Komunitas maya

Saat ini internet bukan hanya sebagai wadah untuk saluran komunikasi modern tapi juga sebagai tempat berkumpulnya para kelompok-kelompok sosial. Berbagai forum dan komunitas terbentuk dan berkembang melalui kehadiran internet. Komunitas maya adalah komunitas-komunitas yang lebih banyak muncul di dunia komunikasi elektronik daripada di dunia nyata. Ruang chatting, email, Instagram dan kelompok-kelompok diskusi via elektronik adalah contoh baru tempat-tempat yang dapat dipakai oleh komunitas untuk saling berkomunikasi.

3. Interaktivitas

Interaktivitas adalah salah satu fitur media baru yang paling banyak dibicarakan, mendapat tempat khusus di internet. Interaktivitas dipakai minimal dalam dua makna berbeda. Orang-orang dengan latar belakang ilmu komputer cenderung memaknainya sebagai 29 interaksi pengguna

dengan komputer. Sedangkan, para sarjana komunikasi cenderung berpikir bahwa interaktivitas merupakan komunikasi antara dua manusia.

4. *Hypertext*

Salah satu fitur yang paling istimewa dalam *world wide web* adalah pemakaian *hyperlink*, yaitu spot-spot pada halaman web yang dapat di klik oleh pengguna untuk berpindah ke spot lain baik dalam dokumen yang sama, dalam website yang sama, maupun dalam situs lain pada internet. Melalui *hypertext* pembaca dapat dengan cepat mengetahui lebih lanjut tentang topik atau kata-kata tertentu karena teks yang telah diberi fitur *hypertext* tersebut telah berhubungan dengan dokumen lain atau teks yang mengirim pengguna link tentang informasi yang berhubungan.

5. Multimedia

Multimedia adalah sebuah sistem komunikasi yang menawarkan perpaduan teks, grafik, suara, video, dan animasi. Selain itu multimedia juga memerlukan alat bantu (*tool*) dan koneksi (*link*) sehingga pengguna dapat melakukan navigasi, berinteraksi, berkarya dan berkomunikasi karena adanya fasilitas *hypertext* juga didalamnya. Oleh karena itu multimedia yang ada bisa semakin canggih. (Werner, 2001: 445-450).

2.1.6 Komunikasi Verbal Dan Non Verbal

Agus M. Hardjana di dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Interpersonal dan Komunikasi Intrapersonal, berpendapat bahwa:

“Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata- kata, entah lisan maupun tulisan. Komunikasi ini paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia. Melalui kata- kata mereka mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, atau maksud mereka, menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar pikiran dan pemikiran, saling berdebat dan bertengkar” (Agus M. Hardjana, 2003: 23).

“Komunikasi Non Verbal Julia T. Wood, dalam bukunya *Communication in Our Lives*, mengartikan kata adalah sebagai: “Lambang yang mewakili hal, entah orang, barang, kejadian, atau keadaan. Jadi, kata itu bukan orang, barang, kejadian, atau keadaan sendiri. Makna kata tidak ada pada pikiran orang. Tidak ada hubungan langsung antara kata dan hal. Yang berhubungan langsung hanyalah kata dan pikiran orang” (Agus M. Hardjana, 2003: 24).

Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk non verbal, tanpa katakata. Dalam hidup nyata komunikasi non verbal jauh lebih banyak dipakai daripada komunikasi verbal. Dalam berkomunikasi hampir secara otomatis komunikasi non verbal ikut terpakai. Karena itu, komunikasi non verbal bersifat tetap dan selalu ada. Komunikasi non verbal lebih jujur mengungkapkan hal yang mau diungkapkan karena spontan.

2.1.5.1 Tinjauan Komunikasi Verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal (Deddy Mulyana, 2005:260). Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas. Komunikasi verbal (*verbal communication*) adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis *written* atau lisan oral. Komunikasi verbal menempati porsi besar. Karena kenyataannya, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal ketimbang non verbal. Dengan harapan, komunikan (baik pendengar maun

pembaca) bisa lebih mudah memahami pesan-pesan yang disampaikan. Prakteknya, komunikasi verbal bisa dilakukan dengan cara :

Berbicara dan menulis Umumnya untuk menyampaikan, orang cenderung lebih menyukai berbicara *speaking* ketimbang menulis *writing*. Selain karena praktis, *speaking* dianggap lebih mudah “menyentuh” sasaran karena langsung didengar komunikan. Namun bukan berarti pesan tertulis tidak penting. Untuk menyampaikan pesan bisnis yang panjang dan memerlukan pemahaman dan pengkajian matang, diperlukan pula penyampaian *writing*. Semisal penyampaian *bussines report*. Sangat tidak mungkin jika hanya disampaikan dengan berbicara.

Mendengarkan dan membaca kenyataan menunjukkan, pelaku bisnis lebih sering mendapatkan informasi ketimbang menyampaikan informasi. Dan aktivitas penerimaan informasi pesan bisnis ini dilakukan lewat proses listening mendengarkan dan membaca reading. Sayangnya, kenyataan juga menunjukkan, masih banyak di antara kalangan bisnis yang tidak memiliki kemampuan dan kemauan memadai untuk melakukan proses reading dan listening ini. Sehingga pesan penting sering hanya berlalu begitu saja, dan hanya sebagian kecil yang tercerna dengan baik. Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan non verbal seperti simbol-simbol.

2.1.5.2 Tinjauan Komunikasi Non Verbal

Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis Di dalam buku (Deddy Mulyana, 2012: 343), secara sederhana, pesan nonverbal adalah isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, komunikasi non verbal

mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima, jadi definisi ini mencakup perilaku yang disengaja juga tidak disengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan, kita mengirim banyak pesan nonverbal tanpa menyadari bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain. Sebagaimana subkultur pun sering memiliki bahasa non verbal, misalnya bahasa tubuh, bergantung pada jenis kelamin, agama, usia, pekerjaan, pendidikan, kelas sosial, tingkat ekonomi, lokasi geografis, dan sebagainya.

Sebagaimana kata-kata, kebanyakan isyarat nonverbal juga tidak universal, melainkan terikat oleh budaya, jadi dipelajari, bukan bawaan. Sedikit saja isyarat nonverbal yang merupakan bawaan. Sebagaimana budaya, subkultur pun sering memiliki bahasa nonverbal yang khas. Dalam suatu budaya boleh jadi terdapat variasi budaya non verbal, misalnya, bahasa tubuh, bergantung pada jenis kelamin, agama, usia, pekerjaan, pendidikan, kelas sosial, tingkat ekonomi, lokasi geografis, dan sebagainya.

2.1.7 Makna Komunikasi

Bahasa dan makna sesungguhnya adalah dua hal yang berbeda, baik menyangkut istilah maupun substansi keduanya. Dalam komunikasi, bahasa lebih dekat dengan kata-kata, baik yang bersipat lisan (verbal), maupun bukan lisan (non verbal). Bahasa lisan inilah selanjutnya dalam kamus Yunani dikenal dengan *verb*, *verbum*, verbal (Ibrahim, 2005). Karena itu, komunikasi dengan bahasa lisan ini dalam ilmu komunikasi disebut komunikasi verbal (*verbal of communication*).

Sementara bahasa non lisan merupakan bentuk komunikasi bahasa yang dilakukan melalui gerakan isyarat atau *gesture* dan bahasa tubuh atau *body language* (Cohen, 2009). Karena itu, komunikasi bentuk ini selanjutnya lebih dikenal dengan komunikasi nonverbal (*non verbal of communication*). Dalam hal substansi, bahasa hanyalah merupakan suatu simbol atau lambang yang digunakan dalam proses komunikasi. Sebagai sebuah simbol atau lambang, maka bahasa bersifat *arbitrer*¹ dan *irreversibel*² (lihat dalam Ibrahim, 2005). Dengan kata lain, pilihan bahasa sangat ditentukan dengan apa yang ingin disimbolkan dengan bahasa itu sendiri (Ibrahim, 2013). Dan untuk konteks ini, simbol dan yang disimbolkan merupakan rumusan sepadan yang dibuat konkrit dalam proses komunikasi.

Lain halnya dengan bahasa (simbol) yang bersifat kongkrit, ”makna” justru bersifat abstrak. Karena itu ”makna” nyaris tak terdefinisikan. Sebab, menafsirkan ”makna” pada dasarnya hanyalah berdasarkan bahasa yang bersifat kongkrit itu. Dalam proses komunikasi, bahasa dan makna merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan. Keduanya senantiasa ada. Persoalannya yang selalu muncul adalah, tidak jarang dalam komunikasi kita hanya mampu memahami bahasa (simbol) nya saja, sementara makna justru tak didapatkan. Atau, walaupun didapatkan, itu adalah makna yang baru, bahkan berbeda antarpartisipan komunikasi. Disinilah komunikasi yang dibangun tidak jarang mengalami masalah, kebuntuan dan kesalah-pengertian (*miscommunication*). Dengan kata lain, bahasa hanyalah sebuah simbol atau lambang yang digunakan untuk membawa pesan-pesan tertentu dalam proses komunikasi. Karena itu, semakin dekat pemahaman bersama terhadap

simbol komunikasi yang digunakan, akan semakin mirip makna (*meaning*) dan pesan (*message*) komunikasi yang didapatkan.

Jika makna dipahami sebagai proses menemukan maksud dan arti sebuah pesan, maka pesan itu sendiri adalah sesuatu yang dipahami, dimaksud dalam suatu komunikasi. Dengan kata lain, bicara makna berarti juga bicara pesan di dalam. Sebaliknya, bicara pesan sejatinya didapati melalui proses pemaknaan (*meaning*). Dalam konteks ini, simbol komunikasi yang baik dan tepat, ukurannya adalah bagaimana partisipan dapat memberikan fungsi dan maksud yang sama terhadap simbol tersebut. Menyadari bahasa hanya sebatas simbol yang digunakan dalam proses komunikasi (*transmission of communication*), maka bahasa atau simbol itu bukanlah sesungguhnya yang hendak dipertukarkan dalam komunikasi. Akan tetapi, substansi yang dipertukarkan sesungguhnya adalah makna dibalik simbol/lambang tersebut.

2.1.8 Media Baru

Media baru (*new media*) atau media baru merupakan istilah dalam perspektif ilmu komunikasi dalam sebuah hal yang kompleks karena memiliki multimakna dari kata media itu sendiri. Media berarti *medium* tempat kita menikmati konten atau pesan tertulis, suara, maupun visual, terkadang konten mediapun dimaknai sebagai media.

Dalam menambahkan kata “baru” ke dalam media, makna mediapun seakan-akan memiliki dua makna. Yang pertama, kata “baru” yang menandakan kata sifat (*adjective*) dari media itu sendiri. Sehingga, media baru memiliki makna media-media yang baru. Yang kedua, “media baru” (*new media*) bisa dimaknai

sebagai *portmanteau*, sehingga media baru menjadi tidak teknikal dan inklusif (Lister, Dovey, Giddings, Kelly, & Grant. 2009). Jadi, *portmanteau* adalah penggabungan dua kata yang memiliki dua makna berbeda menjadi sebuah kata baru dengan makna yang baru.

Media baru dapat mengubah proses komunikasi manusia bermakna dengan hadirnya media baru maka proses komunikasi melalui media bisa berubah dari *one way flow* menjadi *two way follow* bahkan *multi way flow*. Hadirnya media baru dalam kehidupan manusia saat ini membuat proses komunikasi bisa berlangsung kapanpun, dimanapun, dan melalui teknologi komunikasi apapun.

2.1.9 Game Online

Game Online adalah jenis permainan komputer yang memanfaatkan jaringan komputer menggunakan komputer pribadi maupun konsol *video game*. Jaringan yang sering digunakan adalah jaringan internet dan sejenisnya. *Game online* bisa dimainkan secara bersamaan dengan perangkat komputer yang terhubung dengan jaringan internet. Banyak permainan *online* terkait dengan komunitas *online*, membuat *game online* menjadi suatu bentuk kegiatan sosial di luar permainan.

Keuntungan dari *game online* adalah kemampuannya untuk terhubung dengan banyak pemain dalam satu permainan (*mulltyplayer*). Sekalipun bermain *single player* dalam *game online* dapat bermain dengan lawan dari berbagai tempat. Keuntungan lain bermain *game online* adalah sangat banyak permainan yang tidak memerlukan pembayaran dengan berbagai jenis permainan sesuai keinginan. Misalnya, permainan menembak. Sejak 1990-an *game* bergenre

menembak ini dipopulerkan oleh Doom. Sejak Doom, banyak orang pertama *game* menembak berkembang menjadi *online* untuk memungkinkan arena bermain gaya. Berdasarkan popularitas, *game online* menembak menjadi lebih luas di seluruh dunia.

FPS (*First Person Shooter*) game bergenre menembak saat ini yang sangat populer dan banyak dimainkan dari penjuru dunia. *Game FPS* menjadi lebih dari sebuah bentuk seni karena sangat membutuhkan keterampilan dan strategi saat bermain dengan teman tim. Seiring berjalannya waktu, kompetisi *game online FPS* menjadi populer dengan memberikan kesempatan kepada pemain berbakat secara individu maupun secara tim.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatar belakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian. Penjelasan yang disusun akan menggabungkan antara teori dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak lepas dari berkomunikasi, oleh karena itu komunikasi sangat berperan penting dalam proses penyampaian informasi antar individu maupun kelompok. Dalam hal ini pemain game online valorant di Kota Bandung merupakan kelompok yang dijadikan objek penelitian ini.

Pengertian komunikasi kelompok yang dipaparkan oleh Little Jhon yang dikutip oleh Deddy Mulyana dalam bukunya “Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar” menyatakan :

“Komunikasi kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama (adanya saling bergantung), mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota boleh jadi punya peran yang berbeda”. (Mulyana, 2007 : 82)

Dalam hal ini peneliti memfokuskan pada pola komunikasi sebagian dari proses komunikasi. Berikut pengertian pola komunikasi menurut Pace dan Faules yang menyatakan :

“Pola komunikasi adalah bagaimana kebiasaan dari suatu kelompok untuk berinteraksi, bertukar informasi, pikiran dan pengetahuan. Pola komunikasi juga dapat dikatakan sebagai cara seseorang atau kelompok berinteraksi dengan menggunakan simbol-simbol yang telah disepakati sebelumnya”. (Pace dan Faules, 2002 : 171).

Dalam penelitian ini peneliti berusaha menjelaskan tentang pesan komunikasi virtual tim wise pada *game online valorant* dalam menyusun strategi bermain di Kota Bandung, dalam sub fokus diatas peneliti mengaplikasikan kedalam bentuk nyata diantaranya “tujuan pesan komunikasi virtual, proses pesan komunikasi virtual, makna pesan komunikasi virtual dan hambatan pesan komunikasi virtual yang digunakan tim wise pada *game online valorant* dalam menyusun strategi bermain di Kota Bandung” yang merupakan konsep dalam penelitian ini. Seperti yang sudah dijelaskan diatas tentang kebiasaan berinteraksi dan cara bertukar informasi yang digunakan maka peneliti akan mengaitkan dengan teori atau judul yang telah dibuat yaitu :

1. Tujuan Pesan Komunikasi Virtual Tim Wise

Melakukan komunikasi virtual dalam penyampaian informasi ataupun menerima informasi dalam suatu kegiatan sangat diperlukan untuk tercapainya tujuan dan suatu harapan. Begitupun dalam komunikasi virtual pada *game online valorant* untuk memudahkan kerja sama tim untuk tercapainya tujuan seperti halnya yang lain yaitu meraih kemenangan disetiap permainannya. Peneliti berusaha untuk mendeskripsikan bagaimana tujuan pesan komunikasi virtual tim wise pada *game online valorant* dalam menyusun strategi bermain baik dalam bentuk pesan verbal maupun non verbal.

2. Pesan Verbal dan Non Verbal Tim Wise

Proses komunikasi merupakan proses penyampaian sebuah pemikiran atau perasaan seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Komunikasi dinyatakan berhasil jika komunikan memahami dan merespon pesan dari komunikator, seperti halnya dengan komunikasi virtual yang dimana fitur obrolan dalam *game online valorant* melalui media jaringan internet. Pertukaran informasi akan memberikan dampak pada pesan verbal melalui fitur obrolan suara pada *game online valorant* maupun non verbal melalui simbol-simbol yakni bagaimana mereka berinteraksi dengan sesama pemain tim wise pada *game online valorant* demi berhasilnya proses pesan komunikasi tim wise dalam menyusun strategi bermain.

3. Makna Pesan Komunikasi Virtual Tim Wise

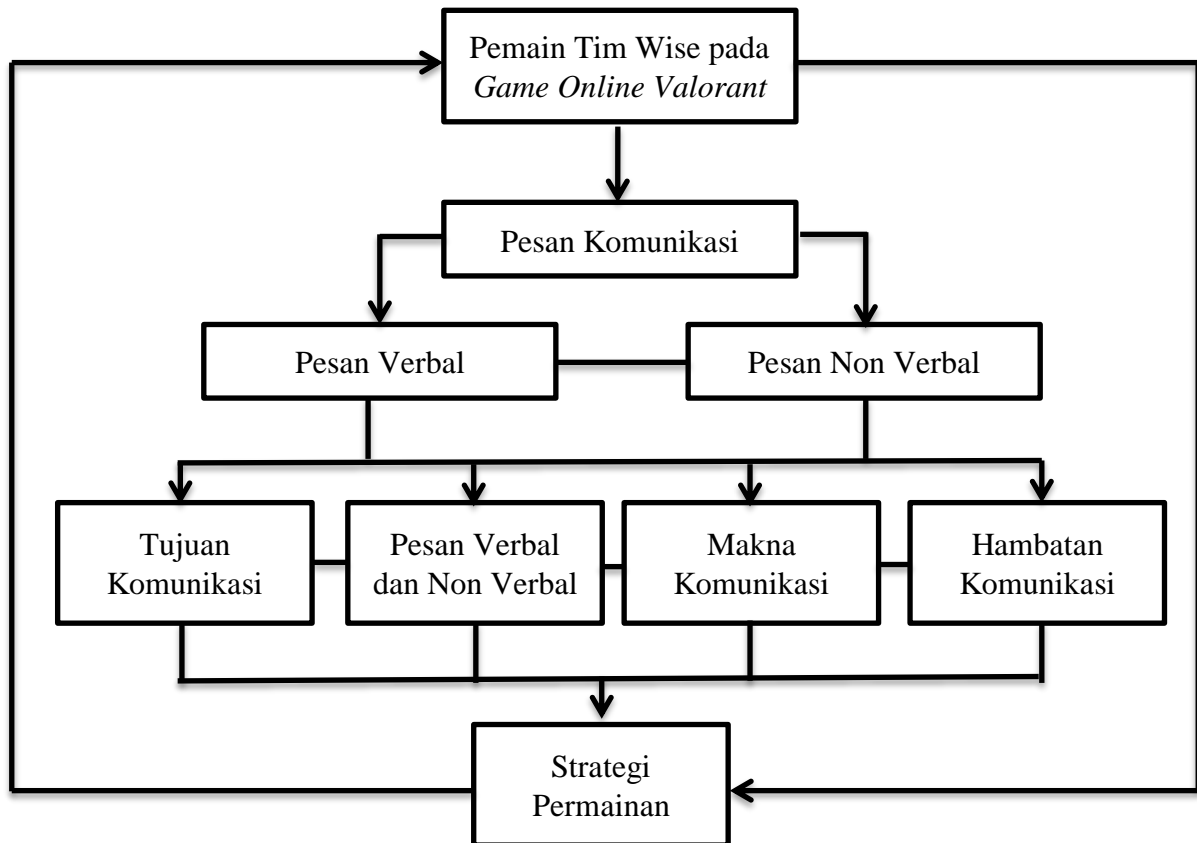
Bahasa dan makna merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Keduanya selalu ada. Selalu ada masalah dalam komunikasi, seringkali dalam komunikasi kita hanya dapat memahami bahasa (simbol), tetapi maknanya tidak berasimilasi. Atau, ternyata, ini adalah makna baru yang berbeda bahkan di antara para peserta komunikasi. Di sinilah komunikasi yang terjalin sering mengalami masalah, jalan buntu, dan kesalahpahaman. Pemaknaan dalam komunikasi virtual pada *game online* yang mempunyai bahasa (simbol) khusus yang unik baik verbal maupun non verbal. Setiap *game online* berbeda-beda cara pemaknaan bahasa ini, khususnya pada *game online valorant*. Peneliti berusaha mendeskripsikan makna pesan komunikasi virtual yang sering dilakukan oleh tim wise pada *game online valorant* baik verbal maupun non verbal.

4. Hambatan Pesan Komunikasi Virtual Tim Wise

Dari sekian banyak kegiatan komunikasi, komunikasi pesan virtual pada *game online valorant* merupakan salah satunya melalui jaringan internet sebagai medianya. Tentunya para pemain *game online* membutuhkan pesan komunikasi virtual tersebut baik verbal maupun non verbal dari berbagai hambatan yang ada. Seperti kegiatan komunikasi tim wise pada *game online valorant* dalam menyusun strategi. Berinteraksi serta pertukaran informasi dalam permainan sangat penting yang dapat mempengaruhi strategi bermain dimana pemain saling bertukar pesan melalui fitur obrolan baik verbal maupun non verbal. Peneliti berusaha akan mendeskripsikan bagaimana hambatan pesan komunikasi virtual yang

dialami oleh tim wise pada *game online valorant* dalam menyusun strategi bermain.

Gambar 2. 1
Alur Pemikiran



Sumber: Arsip Penelitian, 2022