BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti "sama". "Sama" disini maksudnya adalah satu makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham mengenai suatu pesan tertentu (Effendy, 1998: 9).

Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau yang salah. Seperti juga model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya "Komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik", atau lebih luas lagi, misalnya "Komunikasi adalah interaksi antara dua pihak atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disampaikannya".

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang di ungkapkan oleh *Carl. I. Hovland* yang dikutip oleh Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek", Ilmu Komunikasi adalah: Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap (Effendy, 1998:10).

Hovland juga menungkapkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan hanya penyampaian informasi, namun juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Dalam pengertian khusus komunikasi, *Hovland* mengatakan Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*). Jadi komunikasi bukan hanya sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator. Seseorang akan dapat mengubah perilaku orang lain, apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif, yaitu pesan yang disampaikan komunikator bisa dimengerti dan dipahami oleh komunikan.

Menurut *Wilbur Schramm*, seorang ahli komunikasi kenamaan, dalam karyanya "*Communication Research In The United States*", menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of*

reference), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang pernah diperoleh komunikan.

Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan seseorang komunikator kepada komunikan, pesan itu bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain. Dalam prosesnya *Mitchall. N. Charmley* memperkenalkan 5 (lima) komponen yang melandasi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

1) Sumber (*Source*)
2) Komunikator (*Encoder*)
3) Pesan (*Message*)
4) Komunikan (*Decoder*)
5) Tujuan (*Destination*), (Susanto, 1988: 31)

Unsur-unsur dari proses komunikasi diatas, merupakan faktor penting dalam komunikasi. Para ahli menjadikan unsur-unsur komunikasi tersebut sebagai objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus. Proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 bagian, yaitu:

1. Komunikasi *Verbal*

   Simbol atau pesan *verbal* adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan *verbal* disengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode *verbal*.

2. Komunikasi *Non-Verbal*

Secara sederhana pesan *non-verbal* adalah semua isyarat yang bukan berupa 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 (Mulyana, 2001: 237).

2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi, setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai, dan untuk mencapainya ada unsur-unsur yang harus dipahami, menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul "Dinamika Komunikasi", bahwa 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) Komunikator, adalah orang yang menyampaikan pesan
2) Pesan, adalah pernyataan yang didukung oleh lambang
3) Komunikan, adalah orang yang menerima pesan
4) Media, adalah sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya

5) Efek, adalah dampak sebagai pengaruh dari pesan.

(Effendy, 2002: 6)

2.1.3 Sifat Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek", beberapa sifat komunikasi adalah sebagai berikut:

1) Tatap muka (*Face-to-face*)
2) Bermedia (*Mediated*)
3) *Verbal*:
   a. Lisan (*Oral*)
   b. Tulisan
4) *Non-Verbal*:
   a. Gerakan / isyarat badaniah (*Gestural*)
   b. Bergambar (*Pictorial*) (Effendy, 2002: 7)

Komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan dituntut untuk memiliki kemampuan dan pengalaman, agar muncul umpan balik (*feedback*) dari komunikan itu sendiri. Dalam penyampaian pesan, komunikator bisa secara langsung (*face-to-face*) tanpa mengunakan media apapun. Komunikator juga dapat menggunakan bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia kepada komunikan. Media tersebut berfungsi sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesan.

Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara *verbal* dan *non-verbal*. Komunikasi *verbal* dibagi menjadi dua yaitu lisan (*Oral*) dan

tulisan (*Written / printed*). Sementara *non-verbal* dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (*gestural*) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata dan menggunakan gambar untuk mengemukakan ide atau gagasannya.

2.1.4 Tujuan Komunikasi

Secara umum tujuan komunikasi adalah mengharapkan adanya umpan balik (*feedback*) yang diberikan oleh lawan bicara kita, serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, adapun beberapa tujuan komunikasi adalah sebagai berikut :

a. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.

b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka menginginkan arah ke barat tapi kita memberi jalur ke timur.

c. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun

yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.

d. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan. (Effendy, 1993 : 18)

Jadi dapat dikatakan bahwa tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan tindakan. Serta tujuan utamanya adalah agar semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan.

2.2. Tinjuan Tentang Konsep Diri

Konsep diri merupakan gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya, yang dibentuk melaui pengalaman-pengalaman yang diperoleh dari interaksi dengan lingkungan.

Argyle (Handry dan Heyes) berpendapat bahwa terbentuknya konsep diri dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain :

1. Reaksi dari orang lain. Caranya dengan mengamati pencerminan perilaku seseorang terhadap respon orang lain, dapat dipengaruhi dari diri orang itu sendiri.

2. Perbandingan dengan orang lain. Konsep diri seseorang sangat tergantung pada cara orang tersebut membandingkan dirinya dengan orang lain.

3. Peranan seseorang. Setiap orang pasti memiliki citra dirinya masing-masing, sebab dari situlah orang tersebut memainkan peranannya.

4. Indentifikasi terhadap orang lain. Pada dasarnya seseorang selalu ingin memiliki beberapa sifat dari orang lain yang dikaguminya. [(1)]

William H. Fitss (Agustiani, 2006:138) mengemukakan bahwa konsep diri merupakan aspek penting dalam diri seseorang, karena konsep diri merupakan kerangka acuan (*frame of reference*) dalam berinteraksi dengan lingkungan. Konsep diri juga berpengaruh kuat dalam tingkah laku seseorang. Dengan mengetahui konsep diri seseorang, maka akan lebih mudah meramalkan dan memahami tingkah laku orang tersebut karena merupakan sebuah penilaian.

Namun, dalam menilai dirinya seseorang ada yang menilai positif dan ada yang menilai negatif. Maksudnya individu tersebut ada yang mempunyai konsep diri negatif dan konsep diri positif seperti yang diungkapkan oleh William D. Brooks dan Philip Emmert. (Rakhmat, 2003:105) Adapun ciri-ciri individu yang memiliki konsep diri positif adalah:

1. Yakin akan kemampuan dalam mengatasi masalah.

2. Merasa setara dengan orang lain.

[1] Bow, http://www.masbow.com/2009/07/konsep-diri.html pada Hari Kamis Tanggal 02 Juni 2011 jam 06.57 PM

3. Menerima pujian tanpa rasa malu.

4. Menyadari bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan dan keinginan serta perilaku yang tidak seharusnya disetujui oleh masyarakat.

5. Mampu memperbaiki karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian tidak disenangi dan berusaha mengubahnya.

Sebaliknya, orang yang memiliki konsep diri negatif memiliki ciri:

1. **Peka terhadap kritik**. Orang ini sangat tidak tahan kritik yang diterimanya dan mudah marah atau naik pitam, hal ini berarti dilihat dari faktor yang mempengaruhi dari individu tersebut belum dapat mengendalikan emosinya, sehingga kritikan dianggap sebagi hal yang salah. Bagi orang seperti ini koreksi sering dipersepsi sebagai usaha untuk menjatuhkan harga dirinya. Dalam berkomunikasi orang yang memiliki konsep diri negatif cenderung menghindari dialog yang terbuka, dan bersikeras mempertahankan pendapatnya dengan berbagai logika yang keliru.

2. **Responsif sekali terhadap pujian**. Walaupun ia mungkin berpura-pura menghindari pujian, ia tidak dapat menyembunyikan antusiasmenya pada waktu menerima pujian. Buat orang seperti ini, segala macam embel-embel yang menjunjung harga dirinya menjadi

3. **Cenderung bersikap hiperkritis**. Ia selalu mengeluh, mencela atau meremehkan apapun dan siapapun. Mereka tidak pandai dan tidak sanggup mengungkapkan penghargaan atau pengakuan pada kelebihan orang lain.

4. **Cenderung merasa tidak disenangi oleh orang lain**. Ia merasa tidak diperhatikan, karena itulah ia bereaksi pada orang lain sebagai musuh, sehingga tidak dapat melahirkan kehangatan dan keakraban persahabatan, berarti individu tersebut merasa rendah diri atau bahkan berperilaku yang tidak disenangi, misalkan membenci, mencela atau bahkan yang melibatkan fisik yaitu mengajak berkelahi (bermusuhan).

5. **Bersikap psimis terhadap kompetisi**. Hal ini terungkap dalam keengganannya untuk bersaing dengan orang lain dalam membuat prestasi. Ia akan menganggap tidak akan berdaya melawan persaingan yang merugikan dirinya. (Rakhmat, 2003:105)

2.3. Tinjauan Tentang *Internet*

2.3.1 Pengertian *Internet*

Internet (huruf 'I' besar) ialah sistem komputer umum, yang berhubung secara global dan menggunakan TCP/IP sebagai protokol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*).

Internet adalah salah satu media yang paling efektif untuk media komunikasi pada masa sekarang. Peralatan seperti Facebook, MSN, dan

lain sebagainya, membuat orang-orang menjadi lebih mudah untuk saling berhubungan dan membentuk komunitas secara *online*.

Internet pada dasarnya merupakan sebuah jaringan antar-komputer yang saling berkaitan. Jaringan ini tersedia secara terus menerus sebagai pesan-pesan elektronik, termasuk email, transmisi file, dan komunikasi dua arah antar-individu atau komputer (Severin & Tankard, 2005 : 6)

2.3.2 Fungsi *Internet*

Internet merupakan jaringan komputer utama dan terbesar yang berada di bumi, berikut adalah tiga fungsi dari *Internet* secara umum:

1. *Internet* sebagai sumber informasi

   Internet merupakan sarana untuk menyediakan sumber informasi dan mencari informasi.

2. *Internet* sebagai jaringan komunikasi

   Internet juga merupakan jaringan komunikasi, melalui berbagai aplikasi seperti *email*, *forum*, *chat*, *video conference*, sampai dengan aplikasi telepon berbasis jaringan *Internet* (*Voice Over IP*).

3. *Internet* sebagai media pertukaran data

   Internet merupakan media untuk saling bertukar data dalam bentuk digital.

2.3.3 Media Baru (*New Media*)

New Media adalah sebuah istilah yang muncul di akhir abad ke-20 untuk menandai bergabungnya media tradisional seperti film, foto, musik, rekaman dan tulisan, dengan kekuatan komputerisasi dan teknologi komunikasi, peralatan konsumen berbasis komputer dan yang paling penting, *Internet*. Media baru memungkinkan akses tanpa batas, kapan saja, dimana saja dan dengan perangkat digital apapun. Perangkat yang mendukung untuk menyediakan fasilitas umpan balik secara langsung, berbagai partisipasi kreatif, dan terbentuknya berbagai komunitas yang mengiringi konten-konten media.

Hal yang paling mendasari munculnya media baru ini bukanlah karena bentuk kontennya yang berupa konten digital, melainkan siklus kedinamisan dari konten media baru dan hubungannya yang interaktif dengan pengguna. Siklus media baru yang dinamis ini, diibaratkan seperti berupa pergerakan, pernafasan, dan aliran dengan gairah yang berdetak di satu waktu (*real time*).

Hal lain yang tidak kalah penting, bahwa media baru merupakan ajang demokrasi dari hak cipta, penerbitan, distribusi serta penggunaan berbagai konten media. Sebagai contoh, siaran televisi berkualitas tinggi yang dilihat dengan televisi digital plasma terbaru adalah salah satu contoh dari media tradisional. Sedangkan poster sederhana dari grup musik lokal yang melampirkan alamat website dimana penggemar bisa mencari

informasi dan mengunduh musik digital, adalah contoh dari komunikasi media baru.

Kebanyakan teknologi yang dikategorikan sebagai media baru berbentuk digital, mempunyai karakteristik diantaranya dapat dimanipulasi, dapat dihubungkan dengan jaringan, padat, dapat dikecilkan (*compressed*), *interaktif* dan bersifat netral (Flew, 2008).

2.3.4 Layanan Jaringan Sosial

Sebuah layanan jaringan sosial adalah sebuah layanan *online*, sebuah *platform* (antar muka), atau situs yang memusatkan layanannya pada pembangunan media sosial atau hubungan sosial diantara orang-orang yang berbagi ketertarikan dan atau aktivitas. Sebuah layanan jaringan sosial pada umumnya terdiri dari representasi masing-masing pengguna, sebagai contoh profil, link sosial dan berbagai aplikasi tambahan yang bisa pengguna terapkan.

Jaringan sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi ide, aktivitas, kegiatan, dan berbagai ketertarikan pada jaringan mereka masing-masing.

2.3.5 *Game online*

Menurut Nasoka dalam Akhmad (2010) Pengertian *Game online* Kata ”*game*” tidak terlepas dari pengertian permainan. Kita mengenal permainan sejak usia balita sampai dewasa. Seiring dengan perkembangan

jaman, khususnya dalam bidang informasi mengakibatkan jenis permainan semakin maju. Perkembangan puncaknya dapat kita lihat saat ini telah berkembang permainan menggunakan alat-alat elektronika seperti *game boy*, *play station*, *computer* bahkan alat komunikasi seperti *handphone*. Sifat permainan adalah sebagai alat penghibur, tetapi jika terlalu serius dan semakin lama kita memainkan permainan tersebut maka berdampak negatif bagi diri kita pribadi.

Game adalah permainan. Kata *game online* berasal dari kata *game* dan *online*. *Online* adalah langsung dengan bantuan *Internet*. Bisadari atau tidak, *game online* mengubah kehidupan manusia modern dalam kehidupan sehari-hari, termasuk bagaimana menghibur dirinya sendiri. *Game online* juga mengubah cara belajar, misal dengan *game* para pelajar khususnya remaja akan betah didalam rumah dan tidak perlu jauh-jauh mencari teman. *Game online* kian dinikmati oleh pemainnya, kesempurnaan teknologi grafis menjadikan daya pikatnya, memacu adrenalin para pemainnya. Suara tembakan, ledakan dan raungan pesawat, bagi para pemain, itulah musik yang mengiringi tarian jari-jari mereka di atas keyboard, dan pandangan mata mereka didepan layar monitor atau laptop.

Kemampuan *game* jaringan yang memungkinkan puluhan orang bermain sekaligus mulai mendapatkan pesaing ketika *game online* merebak. *game online* memungkinkan kita bermain bersama puluhan orang sekaligus dari berbagai lokasi. Tentu saja pada *game online* kita

diperlukan sambungan *Internet*, untuk melakukan koneksi pada *game* yang kita mainkan. Jenis *game*-nya pun tidak beda jauh dengan *game* yang biasa kita temukan di konsol atau di pusat *game* jaringan. Ada yang berjenis strategi, *role playing*, atau bahkan *sports*. Yang masuk *game online* jenis baru macam ini ada beberapa macam. Sebut saja *Ragnarok* yang bergenre *massive multiplayer online role playing game* (MMORPG), *Pangya* yang bergenre fantasy sport, atau malah *Gunbound* yang masuk kategori turn based.

Jenis genre macam itu yang kemudian mengotak-ngotakkan beberapa *game* sehingga punya penggemarnya sendiri. Hal ini yang membedakan dengan *game online* standar yang jamak dijumpai di situs-situs macam *Yahoo* atau *MSN*. *Game online* jenis baru sangat membutuhkan ketekunan dan keterampilan, tidak berbeda dengan *game* yang ada di konsol atau malah PC. Hal inilah yang membedakan (misalnya) *Ragnarok* dengan *Yahoo Pool*, yang ada di situs *Yahoo*, karena *Yahoo Pool* tidak membutuhkan ketekunan dalam memainkan *game*-nya. Belum lagi *game-game online* jenis baru itu tentu saja tidak gratis. Kadang kita harus mengeluarkan uang untuk membeli voucher yang berguna sebagai penambah waktu bermain. Atau malah untuk membeli berbagai macam kebutuhan yang diperlukan karakter yang kita miliki (Mursalini, 2007).

Kecenderungan remaja bermain *game online* merupakan hal yang wajar di era globalisasi saat ini. Dikarenakan banyaknya *game* centre

dilingkungan sekitar tempat tinggal mereka, bahkan dapat dimainkan dimana saja dan kapan saja bagi siapa saja yang memiliki akses *Internet* dan software untuk *game online*.

2.3.6 Forum *Internet*

Forum *Internet* merupakan fasilitas yang tersedia di *Internet*, dan penggunanya dapat berdiskusi. Forum berbasis *Internet* ini sudah dikenal sejak tahun 1995, dan fungsinya mirip bahkan lebih baik dari papan buletin dan milis *Internet* yang sudah ada sejak tahun 1980-an. Perasaan komunitas virtual sering muncul pada fourm-forum yang memiliki anggota tetap. Teknologi, permainan komputer, dan politik merupakan tema paling populer yang menjadi pokok bahasan forum *Internet*, tetapi masih banyak lagi topik-topik lainnya. Forum anonim menawarkan anonimitas secara penuh atau anonimitas semu, memperbolehkan pengiriman secara anonim. *CAPTCHA*, *otentikasi email*, dan *tripcode* merupakan cara-cara yang diterapkan untuk mencegah serangan spam pada forum-forum anonim.

Anggota yang terdaftar di forum memiliki hak yang lebih baik, misalnya kemampuan untuk menyunting kirimannya sendiri, memulai topik, mengontrol pengaturan dan akses ke profil pengguna lain. Anggota diindentifikasikan dengan nama pengguna (*username*) yang unik. Profil umumnya memiliki gambar berupa avatar dan blok tanda tangan yang ditambahkan pada akhir setiap kiriman. Anggota juga memiliki hak untuk mengirim pesan pribadi ke pengguna lainnya. Terkadang anggota terdaftar

juga memiliki hak untuk menghapus kiriman sebelumnya dan menutup topik yang dibuatnya.

2.4. Tinjauan Tentang Pecandu *Game Online* (*Game online Addiction*)

2.4.1 *Game online Addiction*

Istilah "*Game online* Addiction" muncul sebagai perpanjangan dari"*Internet* Addiction" yang pertama kali dicetuskan oleh Goldberg pada tahun 1995. Istilah *Internet* Addiction mulanya digunakan untuk menggambarkan efek-efek negatif dari penggunaan *Internet* yang berlebihan pada kehidupan pribadi. Serupa dengan penyalahgunaan zat, seperti kecanduan zat kimia, kecanduan tersebut dapat merusak secara fisik atau emosional dari ketergantungan semacamnya (Goldberg dalam Sally, 2006).[(2)]

Pada tahun 2002, Nicholas Yee melakukan penelitian deskriptif tentang kecanduan MMORPG (*Massive Multiplayer Online Role-Playing Game*) yang merupakan salah satu bagian dari *game online*. Penelitian ini menunjukkan bahwa kecanduan MMORPG merupakan suatu fenomena yang nyata. Penelitian ini juga mencoba menyediakan penjelasan yang menyeluruh mengenai kecanduan MMORPG—dilihat dari faktor *internal*

[2] Sally, http://libproject.hkbu.edu.hk/trsimage/hp/03007154.pdf Pada Hari Kamis Tanggal 02 Juni 2011 jam 09.00 PM

game itu sendiri maupun faktor di luar *game* seperti faktor kepribadian dan situasional, dan bagaimana kedua faktor ini berinteraksi (Yee, 2002).

2.4.2 Definisi *Game online* Addiction

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Nicholas Yee pada tahun 2002 mengenai kecanduan terhadap MMORPG (*Massive Multiplayer Online Roleplaying Games*), kecanduan didefinisikan sebagai "suatu perilaku tidak sehat atau merugikan diri sendiri yang berlangsung terus-menerus yang sulit diakhiri individu bersangkutan".

Suatu perilaku yang tidak sehat atau merugikan diri sendiri ini menjadi suatu aspek yang penting dalam definisi kecanduan Yee. Individu yang memiliki hobi sehat, seperti olahraga atau menari, dapat merasa terganggu atau frustrasi jika tidak dapat melakukan hobi tersebut dikarenakan misalnya, cuaca yang buruk. Individu yang memiliki hobi sehat juga dapat merasa bahwa berada di lapangan atau lereng memberikan sejenis kepuasan yang meningkatkan *self-esteem*. Namun, hanya jika seseorang melakukan aktivitas yang kurang baik atau merugikan diri sendiri barulah istilah kecanduan menjadi pantas digunakan, dan perilaku seperti ini terlihat pada pemain *game online*.

Akibat dari perilaku merugikan ini dapat dilihat lebih jelas ketika pemain ditanya secara langsung apakah kebiasaan bermain mereka ini membawa pada masalah dalam kehidupan nyata sehari-hari. Masalah dalam kehidupan nyata ini dibagi menjadi masalah akademis, masalah

kesehatan, masalah keuangan dan masalah relasi. Jika kebiasaan bermain mereka ini membawa pada masalah dalam kehidupan nyata maka dapat dikatakan itu merupakan suatu perilaku yang merugikan diri sendiri yang menjadi aspek penting yang menentukan terjadinya kecanduan (Yee, 2002).

Digunakannya istilah *game online addiction* ini merupakan suatu hal yang masih kontroversial. Namun, berdasarkan beberapa penelitian yang dilakukan, ditemukan data yang mendukung bahwa istilah ini dapat diterima dan digunakan (Yee, 2002). Data-data tersebut seperti: sebanyak 64,45% remaja laki-laki dan 47,85% remaja perempuan usia 12-22 tahun yang bermain *game online* menyatakan bahwa mereka menganggap diri mereka kecanduan terhadap *game online*.; juga sebanyak 25,3% remaja laki-laki dan 19,25% remaja perempuan usia 12-22 tahun yang bermain *game online* mencoba untuk berhenti main namun tidak berhasil (Yee, 2002).

Dengan para pemainnya menganggap diri mereka kecanduan dan tidak berhasil berhenti tidak lantas membuat istilah "kecanduan *game online*" ini dapat diterima begitu saja. Satu hal yang juga merupakan bukti penting adalah keterkaitan erat antara gejala kecanduan *game online* dengan kecanduan zat terlarang. Dua gejala yang menjadi ciri utama kecanduan zat terlarang adalah ketergantungan (dependence) dan penarikan (withdrawal). Individu-individu yang kecanduan suatu zat membutuhkan zat tersebut untuk menopang suatu perasaan wajar dan

kesejahteraannya. Individu-individu yang mengalami ketergantungan pada suatu zat, menderita dari penarikan/pemberhentian (*withdrawal*) ketika mereka tidak mengkonsumsi zat tersebut. *Withdrawal* ditandai dengan kemarahan, kecemasan, kejengkelan, dan frustrasi. Kedua gejala kecanduan ini ditemui pada pemain *game online* dalam penelitian mengenai kecanduan *game online*.

2.4.3 Faktor yang Mempengaruhi *Game online Addiction*

a. Faktor Atraksi dan Faktor Motivasi

Yee (2002) mengemukakan dua faktor yang mempengaruhi seseorang kecanduan *game online*, yaitu *Attraction Factor* (Faktor Atraksi) dan *Motivation Factor* (Faktor Motivasi). Ada tiga Faktor Atraksi utama dari *game online* yang mendorong penggunaan waktu dan keterikatan pribadi terhadap *game online*. Hal-hal tersebut adalah lingkaran reward yang terelaborasi di dalam *game online*, jaringan relasi pemain yang kian bertambah seiring *game online* dimainkan, dan lingkungan *virtual* yang membuat pemain tenggelam di dalamnya. Kemenarikan ketiga Faktor Atraksi ini tidak sama antara satu pemain dengan pemain lainnya.(3)

Faktor Motivasi adalah tekanan-tekanan atau masalah-masalah dalam kehidupan nyata yang dapat menggunakan faktor atraksi

[3] Yee, http://www.nickyee.com/hub/addiction/addiction.pdf Pada Hari Jumat Tanggal 15 April 2011 jam 08.20 PM

sebagai jalan keluarnya. Masalah yang mungkin diadapi misalnya *masalah self-esteem, self-image*, kurang mampu mengontrol hidup, merasa tidak berguna, tidak mampu membentuk atau mempertahankan relasi, serta berbagai tekanan lain dalam kehidupan nyata. Dalam faktor ini, hal-hal yang menjadi perbedaan antar diri pemain dapat mempengaruhi perbedaan derajat dalam kecanduan yang dialaminya (Yee, 2002).

b. Jenis Kelamin

Buchman dan Funk (dalam Chen & Chang, 2008) menemukan bahwa anak laki-laki lebih mudah menjadi kecanduan terhadap *game*s dan menghabiskan lebih banyak waktu berada dalam toko *game* elektronik dibandingkan anak perempuan.[(4)]

2.4.4 Jenis-Jenis *Game online Addiction*

Dari kedua faktor yang menurut Yee mempengaruhi kecanduan, Yee membagi kecanduan menjadi dua jenis berdasarkan pengaruhnya tersebut, ”*Attraction Addiction*” dan ”*Motivation Addiction*”.[(5)]

a. Atrraction Addiction

Faktor Atraksi saja cukup untuk dapat mendorong individu-individu tertentu menjadi kecanduan *game online*. Seseorang dapat

[4] Chen & Chang, http://www.asia.edu.tw/ajhis/vol%203/03.pdf Pada Hari Kamis Tanggal 02 Juni 2011 jam 09.30 PM

[5] Yee, http://www.nickyee.com/facets/facets.PDF Pada Hari Jumat Tanggal 15 April 2011 jam 08.20 PM

terjebak dalam lingkaran reward tanpa ada Faktor Motivasi yang mendorongnya. Hal ini dinamakan ”*Attraction Addiction*”.

b. *Motivation Addiction*

”*Motivational Addiction*” merupakan kombinasi dari faktor eksternal dengan suatu *elemen internal* (pada *game*) yang menyebabkan kecanduan. Seorang pemain dapat terdorong ke dalam lingkaran *reward* dikarenakan perasaan kompeten dari permainan membuatnya seakan telah mengatasi masalah *self-esteem* di kehidupan nyata. Faktor Motivasi yang ada harus cocok dengan Faktor Atraksi tertentu sebagai suatu jalan keluar. Faktor Motivasi badalah tekanan-tekanan atau masalah-masalah dalam kehidupan nyata yang dapat menggunakan faktor atraksi sebagai jalan keluarnya. Masalah yang mungkin diadapi misalnya masalah *self-esteem*, *self-image*, kurang mampu mengontrol hidup, merasa tidak berguna, tidak mampu membentuk atau mempertahankan relasi, serta berbagai tekanan lain dalam kehidupan nyata.

Jika Faktor Atraksi dan Faktor Motivasi tidak cocok, maka suatu kegiatan atau obyek tersebut bukanlah merupakan jawaban yang tepat bagi Faktor Motivasi. Perlu diingat bahwa Attraction Addiction dapat hadir tanpa suatu Faktor Motivasi. Sebuah perilaku dapat terlihat sama meski merupakan hasil dari jenis kecanduan yang berbeda, baik *Attraction Addiction* maupun Motivational Addiction.

2.5. Tinjauan tentang *Game online*

2.5.1 Definisi *Game online*

Adams & Rollings (2007) mendefinisikan *game online* sebagai permainan (*games*) yang dapat diakses oleh banyak pemain, di mana mesin-mesin yang digunakan pemain dihubungkan oleh suatu jaringan (umumnya *Internet*). Banyaknya pemain merupakan aspek yang penting dalam pengertian *game online* di sini. Pada prinsipnya permainan yang dimainkan seorang diri (*solitaire*) melalui *Internet* dapat dimasukkan dalam istilah *game online*, namun pada penelitian ini permainan yang termasuk di dalam istilah yang diwakili dengan *game online* hanyalah permainan yang dimainkan secara massal.[(6)]

2.5.2 Jenis-Jenis *Game online*

Game online terbagi menjadi beberapa jenis (*genre*) yang terus bertambah jenisnya. Edinn (2007)[(7)] mengelompokkannya sebagai berikut:

a. MMORPG (*Massively Multiplayer Online Role Play Game*)

   Game online yang paling sering dimainkan. Umumnya berfokus pada penggunaan "persona" (karakter atau avatar) dalam latar dunia fiksi (tidak nyata).

---

[6] Adams, http://www.designersnotebook.com/Books/Fundamentals_of_Game_Design/fundamentals_ch21.pdf Pada Hari Kamis Tanggal 02 Juni 2011 jam 08.00 PM

[7] Alchemic, http://www.playmmo.com/mmoworld-details.php?id_article=2 Pada Hari Kamis Tanggal 02 Juni 2011 jam 08:06 PM

b. BBMMORPG (*Browser Based Massively Multiplayer Online Role Playing Game*)

Merupakan jenis *game online* yang serupa dengan MMORPG, hanya saja dimainkan melalui suatu web sebagai sistem operasinya.

c. MMOFPS (*Massively Multiplayer Online First Person Shooter*)

Game online ini merupakan *game* yang serupa dengan jenis *game*" first person shooter" pada *game* konsol. Bedanya adalah *game* ini memiliki skala yang jauh lebih besar dan aspek yang serupa dengan MMORPG, seperti nilai pengalaman.

d. MMORTS (*Massively Multiplayer Online Real Time Strategy*)

Game online ini memiliki kekhasan berupa penggunaan waktu yang sama dengan kenyataan serta menekankan pada perencanaan pergerakan seluruh pasukan pada satu atau beberapa peta wilayah. Biasanya *game* ini merupakan *game* perang atau pertarungan.

e. MMOSG (*Massively Multiplayer Online Social Game*)

Game online jenis ini menekankan pada interaksi dalam komunitas melebihi aspek-aspek lainnya. Dalam *game* ini bisa saja dimasukkan unsur proyek-proyek pembangunan kelompok.

f. MMOCCG (*Massively Multiplayer Online Collectible Card Game*)

Bentuk baru dari *game online* yang merupakan versi digital dari permainan kartu populer.

g. *Simulator*

Jenis terakhir dari MMOG atau *game online*. Didesain sepersis mungkin dengan kenyataan dan menyediakan lingkungan yang lebih aman bagi seorang pemain untuk melakukan suatu kegiatan yang berbahaya atau kegiatan yang mahal di dunia nyata. Misalnya *game* dengan melakukan simulasi menerbangkan pesawat dengan melibatkan berbagai peran dalam *game* yang dimainkan oleh banyak orang.