

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) teori adalah pendapat yang dikemukakan sebagai keterangan mengenai suatu peristiwa atau (kejadian).<sup>13</sup> Teori menurut Ricard West dan Lynn H. Turner adalah sebuah sistem konsep yang abstrak dan hubungan-hubungan konsep tersebut yang membantu kita untuk memahami sebuah fenomena.<sup>14</sup>

Setiap Teori melihat proses komunikasi dari sudut yang berbeda-beda, dan setiap teori memberikan pengertian-pengertian berdasarkan sudut pandang yang dipilihnya. Tentu saja, tidak semua teori memiliki validitas dan manfaat yang sama. Para peneliti hanya akan memilih teori-teori tertentu yang dinilai lebih bermanfaat dari pada lainnya untuk mendukung proyek penelitian tertentu.<sup>15</sup>

#### 1. Uses and Effects Theory

Uses and Effects Theory pertama kali dikemukakan oleh Sven Windahl pada tahun 1979. Adanya teori ini merupakan sintesis dari teori sebelumnya, yaitu uses and gratifications theory dan teori tradisional mengenai efek. Konsep “use” merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari suatu pemikiran ini. karena pengetahuan mengenai penggunaan media yang menyebabkannya, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti. Ini dapat berarti *exposure* yang semata-mata menunjukkan pada tindakan mempersepsi. Dalam konteks lain, pengertian tersebut dapat menjadi suatu proses yang

<sup>13</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, 1041.

<sup>14</sup> Ricard West, Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), 49.

<sup>15</sup> Morrison, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 6-7.



lebih kompleks, dimana isi terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi, fokus dari teori ini lebih kepada pengertian yang kedua.<sup>16</sup>

Dalam uses and gratifications, pengguna media pada dasarnya ditentukan kebutuhan dasar individu, sementara pada uses and effect, kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses kepada media, akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa.

Asumsi dasar penggunaan media terhadap model uses and gratifications terbagi menjadi tiga variabel yaitu:

- a. Jumlah waktu, dimensi ini menyajikan jumlah waktu yang digunakan dalam menggunakan media.
- b. Jenis isi media, dimensi ini menyajikan jenis isi media yang digunakan.
- c. Hubungan, dimensi menyajikan perihal antar individu pengguna media dengan isi media yang digunakan dengan media secara keseluruhan.

Dalam penelitian ini prinsip adsar yang terkandung yaitu, dimana para pengguna massa mendapatkan suatu efek setelah menggunakan media massa tertentu. Dengan demikian seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan erat antar pesan-pesan media dan reaksi *audience*.<sup>17</sup>

## 2. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bias dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Menurut Antony Mayfield dari iCrossing, media sosial adalah mengenai menjadi manusia biasa. Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan

<sup>16</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta : Kencana, 2006) hal, 291

<sup>17</sup> Ibid, hal 293

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media social berkembang pesat. Tak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan personal branding. Teknologi-teknologi web baru memudahkan semua orang untuk membuat dan yang terpenting menyebarluaskan konten mereka sendiri. Post di Blog, tweet, atau video di YouTube dapat direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis. Pemasang iklan tidak harus membayar banyak uang kepada penerbit atau distributor untuk memasang iklannya. Sekarang pemasang iklan dapat membuat konten sendiri yang menarik dan dilihat banyak orang. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “Sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”.

## a. Ciri-ciri Media Sosial

Media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut:

- 1) Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bias keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet.
- 2) Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper.
- 3) Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya.
- 4) Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## b. Jenis-jenis Media Sosial

Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial:<sup>18</sup>

### 1) Proyek Kolaborasi

Website mengizinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun me-remove konten-konten yang ada di website ini. Contohnya wikipedia.

### 2) Blog dan microblog

User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya Twitter, Blogspot, Tumblr, Path dan lain-lain.

### 3) Konten

Para user dari pengguna website ini saling meng-share konten-konten media, baik seperti video, ebook, gambar dan lain-lain. Contohnya Youtube.

### 4) Situs jejaring social

Aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto. Contoh Facebook, Path, Instagram dan lain-lain.

### 5) Virtual game world

Dunia virtual dimana mereplikasikan lingkungan 3D, di mana user bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata, contohnya *game online*.

### 6) Virtual social world.

Dunia virtual yang di mana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world, berinteraksi dengan yang lain. Namun, Virtual Social World lebih bebas, dan lebih kearah kehidupan, contohnya *second life*.

<sup>18</sup>Andreas M Kaplan & Michael Haenlein, *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media* (Business Horizons,2010),65.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam hal ini media sosial memiliki fungsi antara lain :<sup>19</sup>

- a. Media sosial dapat memperluas jangkauan interaksi manusia karena menggunakan jaringan internet dan teknologi berbasis web.
- b. Media sosial dapat membuat pengguna berkomunikasi dengan banyak orang di manapun dan kapan pun.
- c. Media sosial juga mempermudah pengguna dalam berbagai pengetahuan dan informasi. Orang menerima pesan A bisa dengan mudah membaginya kepada orang lain.

### 3. *Game online*

Istilah *game online* berasal dari istilah MMORPG (*Massively Multiplayer Online Role-Playing Online Game*), yaitu ekstensi jenis game jenis Role-Playing game yang memiliki fasilitas multiplayer.<sup>20</sup> *game online* diartikan sebagai program permainan yang tersambung melalui jaringan yang dapat dimainkan kapan saja, dimana saja dan dapat dimainkan bersamaan secara kelompok diseluruh dunia dan permainan itu sendiri menampilkan gambar-gambar menarik seperti yang diinginkan, yang didukung oleh komputer.

Berdasarkan pengertian game online tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan istilah game online menunjukkan pada salah satu sejenis permainan yang dapat diakses melalui internet. Didalam game online tersebut terdapat seperangkat permainan dalam bentuk gambar-gambar menarik yang dapat digerakkan dengan kehendak pemainnya. Game online tersebut bukan hanya berupa permainan yang hanya bisa ditonton saja, tetapi para pemain dapat berpartisipasi menggerakkan gambar-gambar yang ada didalamnya secara bersama-sama dengan para pemain lainnya. Bahkan didalam game online tersebut para pemain dapat

<sup>19</sup>Eka Wina, <https://www.kata.co.id/pengertian/media-sosial/>, di akses pada tanggal 6 juli 2018.

<sup>20</sup>Wikipedia, [https://id.m.wikipedia.org/wiki/permainan\\_daring?e\\_pi=7%2CPAGE\\_ID10%2C583836590/](https://id.m.wikipedia.org/wiki/permainan_daring?e_pi=7%2CPAGE_ID10%2C583836590/), di akses apada tanggal 6 juni 2018.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkompetisi untuk memperoleh poin tinggi yang berkonsekuensi menjadi pemain yang kalah atau menang.<sup>21</sup>

Game online mobile legends jugamemiliki berbagai macam jenis nya diantaranya :

*Game Mobile Legends* adalah sebuah permainan RPG yang dirancang untuk ponsel. Kedua tim lawan berjuang untuk mencapai dan menghancurkan basis musuh sambil mempertahankan basis mereka sendiri untuk mengendalikan jalan setapak tiga “jalur” yang dikenal sebagai “top”, middle” dan “Bottom”, yang menghubungkan basis-basis.<sup>22</sup> Di masing-masing tim ada lima pemain yang masin-masing mengendalikan avatar, yang dikenal sebagai “hero”, dari perangkat mereka sendiri. Karakter terkontrol komputer yang lemah, yang disebut “minions”,



Sumber : google play

Bertempur di basis tim dan mengikuti tiga jalur kebasis tim lawan, melawan musuh dan menara. Game mobile legends ini termasuk jenis game *Role-Playing Online Game* yaitu sebuah permainan yang pemainnya menjalan peran dari suatu karakter.

Adapun ciri- ciri dari yang dimiliki dari *game online mobile legends* antara lain :<sup>23</sup>

<sup>21</sup> Ge.Ghans, Jenis-jenis atau Genre Online, <http://geghans.blogspot.com/2010/02/jenis-jenis-atau-genre-gamrs-online/>, diakses pada 17 november 2011.

<sup>22</sup> Moonton, IOS, Android, Tiongkok, indonesia, <http://IOSserver Global.com> 2016/07/11, diakses 9 november 2016.

<sup>23</sup> Ary W, Wibowo, <https://www.teknosaurus.com/2018/03/22/mode-match-di-mobile-legends/>, diakses pada tanggal 11 September 2018.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## a. Mode

Mode dalam *mobile legends* adalah suatu lokasi dalam permainan yang dimainkan . Setiap mode dalam permainan memiliki tingkat keseruan bermain yang berbeda, sehingga memberikan pemain untuk menikmati pengalaman bermain *mobile legends*. Adapun 5 mode dalam permainan *mobile legends* :

## 1) Classic mode



Sumber : [www. Teknosaurus.com](http://www.Teknosaurus.com)

Mode ini adalah mode awal dengan bermain 5 vs 5 atau 5 lawan 5, mode ini brisikan 10 orang, 5 orang sebagai tim kiri dan 5 orang lagi sebagai tim kanan. Di mode ini 3 jalur dan disetiap jalurnya ada 3 buah turret yang melindungi markas pemain. Tujuan dalam mode ini menghancurkan markas musuh, pada mode ini bisa memilih hero dengan bebas akan tetapi dalam satu tim tidak boleh hero yang sama.

## 2) Ranked Match



Sumber ; [www. Teknosaurus. Com](http://www.Teknosaurus.Com)

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ranked match adalah mode ini yang akan mejadikan hidup mati tim nya, mode ini juga berisikan 10 tim bertujuan untuk mendapatkan rank setinggi- tingginya, jika menang di ranked match, maka akan mendapatkan bintang. Jika bintang nya sudah mencukupi maka akan naik peringkat keposisi berikutnya dengan urutan warrior, elite, master, grand master, epic, legend, mythic. Selain itu, tujuan ranked mach juga untuk menghancurkan markas musuh.

## 3) Brawl



Sumber : [www. Teknosaurus.com](http://www.Teknosaurus.com)

Mode ini menggunakan sistem 5 vs 5 yaitu arena 5 lawan 5. Dalam mode ini hany ada 1 lane (jalur) dan di satu jalur hanya mempunyai 2 turret yang menjaganya. Dalam mode ini bisa menggunakan random hero. Jika sering memainkan mode ini maka jumlah bintangnya bertambah. Adapun tujuan dari mode ini juga menghancurkan markas musuh.

## 4) Human al mode



Sumber : [www. Teknosaurus. Com](http://www.Teknosaurus.Com)

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mode ini adalah dimana manusia melawan robot, mode ini berjumlah 3 lane dan 9 turret yang menjaga. Dalam mode ini hanya ada 5 pemain dan sebagai musuhnya adalah robot.

## 5) Custom



Sumber ; [www. Teknosaurus. Com](http://www.Teknosaurus.Com)

Mode ini bisa bermain melawan teman atau melawan robot bersama-sama, selain itu, bisa bermain sendiri melawan robot. Dalam mode ini bebas mengatur jumlah pemain.

## b. Rank

Rank atau sering disebut ranked match adalah untuk menentukan peringkat atau level seseorang dalam *mobile legends*. Adapun nama- nama ketika naik peringkat yaitu :<sup>24</sup>

## 1) Warrior

Warrior adalah peringkat awal pemain ketika mulai bermain mobile legends. selain itu, akan mengawali dari warrior III untuk selanjutnya melewati tiga tahap dan tiga bintang untuk bisa masuk ke rank berikutnya. Hadiah yang bisa didapatkan di rank ini adalah 1x fragmen skill premium, 1000 battle point dan 100 M ticket.

## 2) Elite

Elite adalah peringkat selanjutnya. Pemain akan mengawali dari III untuk kemudian melewati tiga tahapan dan mengumpulkan

<sup>24</sup> Reynaldy Manasse, [https://www.google .co.id/amp/s/jalantikus.com/amp/tips/urutan-rank-mobile-legends/](https://www.google.co.id/amp/s/jalantikus.com/amp/tips/urutan-rank-mobile-legends/),di akses pada tanggal 11 september 2018.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

empat bintang untuk bisa naik rank berikutnya. Level elite menyediakan hadiah berupa 3x fragmen skill premium, 3000 battle point dan 200 m ticket.

## 3) Master

Master adalah peringkat selanjutnya. Di dalam rank master akan sulit untuk mendapatkan bintang. Namun, tetap harus mengumpulkan empat bintang dan empat tahap untuk melaju ke peringkat selanjutnya. Selain itu, mendapatkan hadiah eksklusif 4000 battle point dan 300 m ticket.

## 4) Grandmaster

Grandmaster adalah peringkat di mana kamu akan mendapatkan musuh yang lebih sulit, dengan melewati lima tahap dan lima bintang untuk bisa naik rank, hadiah skin eksklusif 7000 battle point dan 600 m ticket.

## 5) Epic

Epic adalah peringkat yang sama dengan grandmaster dengan lima tahapan dan lima bintang untuk bisa naik ke legends. Hadiah yang tersedia di epic yaitu skin eksklusif 12000 battle point dan 1000 m ticket.

## 6) Legend

Legend adalah peringkat tertinggi diantara urutan rank lain, dengan melewati lima tahap dan lima bintang untuk bisa sampai ke peringkat terakhir. Hadiah untuk kamu para legenda adalah skin eksklusif 20000 battle point dan 1500 m ticket.

## c. Squad

Squad adalah perkumpulan para pemain/ player untuk bekerja sama dan saling membantu di permainan ketika sudah masuk ke squad maka sudah bisa bekerjasama dengan pemain lain. Tujuan squad ini

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

juga menambah rewards dengan berdasarkan angka ketinggian keaktifan squad.<sup>25</sup>

d. Hero

Hero yaitu karakter yang akan diperankan untuk melakukan peperangan terhadap lawan, berbagai macam jenis hero yang bisa dipilih pemain antara lain :<sup>26</sup>

1) Carry

Peran carry ini bisa menghancurkan *tower* dan bisa membunuh musuh dengan cepat.

2) Fanny

Peran fanny dapat terbang dari tembok satu ke tembok lainnya sehingga bisa menghindari musuh.

3) Zilong

Hero zilong ini dapat digunakan secara bebas tanpa biaya, selain itu perannya mampu menghabisi garis belakang lawannya dengan sangat cepat. Hero zilong juga sangat mudah dikuasai dengan menekan tombol attack untuk menghancurkan lawan..

#### 4. Komunikasi Interpersonal

Didefinisikan sebagai pengiriman pesan-pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain atau sekelompok orang dengan efek dan umpan balik secara langsung. Selanjutnya bahwa komunikasi interpersonal, individu selain menunjukkan perhatian juga menunjukkan seberapa jauh perhatian itu diberikan. Semakin besar interaksi interpersonal yang ada menunjukkan semakin besar perhatian seseorang pada orang lain yang di ajak komunikasi, sebaliknya semakin sedikit komunikasi interpersonal yang terjadi semakin kecil orang memperhatikannya.<sup>27</sup>

<sup>25</sup> Rafik Wahyun, <http://apa-itu-squad/2017/08/tips/>, di akses pada tanggal 12 September 2018.

<sup>26</sup> Novan Surya Saputra, <https://www.google.co.id/amp/s/jalantikus.com/amp/tips/macam-macam-hero-mobile-legends/>, di akses pada tanggal 12 September 2018.

<sup>27</sup> Allo Liliweri, *Komunikasi Antar Pribadi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2002,112.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terkandung dalam tatap muka yang saling mempengaruhi, mendengarkan, menyampaikan pernyataan, keterbukaan, kepekaan, yang merupakan cara yang lebih efektif dalam mengubah sikap, pendapat dan perilaku seseorang dengan efek umpan balik secara langsung.<sup>28</sup>

Menurut Barnlund, yang dikutip oleh Dasrun Hidayat, komunikasi antar pribadi merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek dan feedback yang langsung.<sup>29</sup> Pendapat senada dikemukakan oleh Deddy Mulyana bahwa komunikasi interpersonal atau antar pribadi adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal<sup>30</sup>.

Menurut Joseph A. Devito mengartikan *the process of sending and receiving messages between two person, or among a small group of persons, with same effect and some immediate feedback*. (Komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau diantara sekelompok kecil orang-orang dengan beberapa umpan balik seketika)<sup>31</sup>.

Everett M. Rogers mengartikan bahwa komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi dari mulut ke mulut yang terjadi dalam interaksi tatap muka antara beberapa pribadi<sup>32</sup>. Komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi antar perorangan dan bersifat pribadi, baik yang terjadi secara langsung (tanpa medium) ataupun tidak langsung (malalui medium).<sup>33</sup>

Dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antar pribadi dibidang paling ampuh dalam kegiatan mengubah

<sup>28</sup> Supratiknya, *Komunikasi Antar Pribadi*, Yogyakarta: Kanisius, 2013,23.

<sup>29</sup> Yoyon Mudjiono, *Komunikasi Antar Pribadi* (Surabaya : SAP, 2014),33.

<sup>30</sup> Suranto AW. *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta : Graha Ilmu), 2010,3.

<sup>31</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bhakti, 2003),59.

<sup>32</sup> Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Grasindo, 2008),35.

<sup>33</sup> Ibid,36.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sikap, kepercayaan, opini dan perilaku komunikasi, sebab komunikasi berlangsung secara tatap muka. Oleh karena konukiator dengan komunikasi itu saling bertatap muka, maka terjadilah kontak pribadi; pribadi komunikator menyentuh pribadi komunikasi. Ketika komunikator menyampaikan pesan, umpan balik berlangsung seketika (*immediate feedback*). Komunikator dapat mengetahui pada saat itu tanggapan komunikasi terhadap pesan yang dilontarkan komunikator.

Apabila umpan baliknya positif, artinya tanggapan komunikasi menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan tadi bisa dimengerti oleh komunikasi atau sesuai yang diinginkan komunikator, maka komunikator dapat mempertahankan gaya komunikasinya, sebaliknya jika tanggapan komunikasi negatif, maka komunikator dapat mengubah gaya komunikasinya sampai komunikasi tersebut berhasil. Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi antar pribadi adalah proses penyampain pesan antara dua orang atau sekelompok kecil secara langsung baik itu pesan verbal maupun non verbal sehingga mendapatkan *feedback* (umpan bailk) langsung<sup>34</sup>. Proses komunikasi sendiri bisa dilakukan dari komunikator yang berperan memebrikan pesan untuk disampaikan kepada komunikasi dan pesan tersebut biasanya dlaam bentuk bahasa, sikap nonverbal dan perilaku dari pelaku komunikasi secara langsung.

Komunikasi interpersonal merupakan jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari, apabila diamati dan dikomparasikan dengan jenis komunikasi lainnya, maka dapat ditemukan ciri-ciri komunikasi interpersonal antara lain :<sup>35</sup>

a. Interaksi dua arah

Komunikasi interpersonal menempatkan sumber pesan dan penerima dalam posisi yang sejajar, sehingga memicu terjadinya pola penyebaran pesan mengikuti arus dua arah. Artinya komunikator dan

<sup>34</sup> M. Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2007),32.

<sup>35</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2008,

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasikan dapat berganti peran secara cepat. Seseorang sumber pesan, dapat berubah peran sebagai penerima pesan, begitulah sebaliknya. Arus pesan secara dua arah ini berlangsung secara berkelanjutan.

Adapun tahapan komunikasi dua arah yaitu :<sup>36</sup>

- 1) Pengirim mengolah gagasan atau ide dasar menjadi pesan yang dapat mudah disampaikan serta dipahami oleh penerima pesan. Dalam hal ini, source menyesuaikan isi pesan yang akan disampaikan dan bagaimana menyampaikannya nanti berdasarkan target penerima pesan.
  - 2) Pesan yang disampaikan komunikator kekomunikasikan tidak dapat diterima disebabkan adanya gangguan eksternal dan internal seperti, pendengaran dll.
  - 3) Pesan yang disampaikan komunikator kekomunikasikan kemudian memberikan feedback atau respon. Respon ini bisa saja berupa tanggapan terhadap pesan, atau justru pertanyaan karena ada hal yang dianggap belum jelas. Dalam hal ini, kedua belah pihak bisa berupaya menyamakan pandangan terhadap makna pesan dan melakukan diskusi terhadap isi pesan tersebut.
- b. Suasana non formal

Komunikasi biasa berlangsung dalam suasana non formal, pesan yang dikomunikasikan biasanya secara lisan bukan tertulis. Disamping itu, forum komunikasi yang dipilih biasanya juga cenderung bersifat nonformal, seperti percakapan intim, bukan forum formal seperti rapat. Amaka dengan demikian, apabila komunikasi itu berlangsung antara para pejabat disebuah instansi, maka para pelaku komunikasi itu tidak secara kaku berpegang pada hirarki jabatan dan prosedur birokrasi, namun lebih memilih pendekatan secara individu yang bersifat pertemanan, relevan dengan suasana nonformal. Komunikasi ini dijalankan dalam situasi tidak resmi, menggunakan bahasa sehari-hari

<sup>36</sup> Pakar Komunikasi, <https://www.google.co.id/amp/s/pakarkomunikasi.com/komunikasi-dua-arah/amp>, di akses pada tanggal 13 September 2018.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Umpan balik segera

Komunikasi interpersonal biasanya mempertemukan para pelaku komunikasi secara bertatap muka, maka umpan balik dapat diketahui dengan segera. Seorang komunikator dapat segera memperoleh balikan atas pesan yang disampaikan dari komunikan, baik secara verbal maupun nonverbal, contohnya, seorang komunikator bermaksud untuk menawarkan gagasan kepada komunikan, apakah komunikan menerima tawaran tersebut atau tidak, dapat diketahui dengan segera melalui respon verbal maupun nonverbal. Respon verbal berarti dari jawaban yang berupa kata-kata, setuju, pikir-pikir, dan sebagainya. Sementara itu respon verbal dapat ditangkap melalui gelengan atau anggukan kepala, pandangan mata, raut muka, dan sebagainya.

d. Komunikasi berada dalam jarak yang dekat

Komunikasi interpersonal merupakan metode komunikasi antarindividu yang menuntut agar peserta komunikasi berada dalam jarak dekat, baik jarak dalam arti fisik maupun psikologis. Jarak yang dekat dalam arti fisik, artinya para pelaku saling bertatap muka, berada pada satu lokasi tempat tertentu. Sedangkan jarak yang dekat secara psikologis menunjukkan keintiman hubungan antar individu.

## 5. Kajian Terdahulu

Sebelumnya sudah ada skripsi dan beberapa jurnal penelitian yang menjadi acuan peneliti dalam meneliti pengaruh game online terhadap komunikasi interpersonal, yaitu :

*Pertama*, penelitian Siti Rochmah yang berjudul Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Adiksi *Game Online* Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi berganda terdapat dua jenis data skunder dan primer. Data primer diperoleh dengan melakukan observasi dokumentasi dan wawancara, wawancara diambil dari informan yang memainkan game online. Selain wawancara, data sekunder diperoleh dari jurnal, buku, internet. Adapun tujuan dalam

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian ini adalah memperoleh gambaran pengaruh game online komunikasi interpersonal dan *loneliness* terhadap adiksi *game online*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kecanduan *game online* dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian bersifat *non-probability sampling* yang berarti tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi subjek peneliti, mengingat obyek penelitiannya adalah pelajar yang kecanduan bermain *game online* maka variabel dalam penelitian ini yaitu adiksi *game online*, komunikasi interpersonal *self concept*, komunikasi interpersonal *ability*, komunikasi interpersonal *skill experience*, komunikasi interpersonal *emotion*, komunikasi interpersonal *self disclosure*, *loneliness personality*, *loneliness social desirability*, *loneliness depression*. *Game online* adalah suatu permainan yang terhubung dengan jaringan internet dan memiliki beragam macam fitur sehingga memberikan kecanduan bagi penggunanya. Hal ini berdampak pada perubahan pada sikap pemain dengan lingkungan sekitar. Hasil dari penelitian ini pengaruh antara variabel komunikasi orangtua-anak terhadap adiksi *game online* hanya satu dimensi komunikasi yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adiksi *game online* yaitu komunikasi interpersonal terikat *emotion*.

*Kedua*, Jurnal Muhammad Afandi, Pengaruh game online terhadap tingkat efektivitas komunikasi interpersonal (study kasus pada kalangan pelajar kelas 5 SDN 009 samarinda) oleh Muhammad Afandi. dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik total sampling yaitu keseluruhan dari populasi, keefektifan komunikasi merupakan taraf seberapa jauh pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan yang merubah tingkah laku seseorang sesuai dengan yang diharapkan dan dapat menunjang suatu tujuan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh *game online* terhadap tingkat efektivitas komunikasi interpersonal antar pemain dengan pemain lain bahkan antar pemain dengan orang lain disekelilingnya. Dalam penelitian ini memiliki dua variabel yaitu variabel *game online* (x) diantaranya, diversifikasi, relasi personal, identitas personal, pengawasan dan variabel efektivitas komunikasi interpersonal (y)

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diantaranya, keterbukaan, empati, dukungan, rasa positif dan kesetaraan. Data yang dikumpulkan melalui observasi, angket, pengambilan data melalui internet. Hasil dari penelitian ini adalah pengaruh *game online* terhadap tingkat efektivitas komunikasi interpersonal pada kalangan pelajar kelas 5 SDN 009 Samarnda dikategorikan sangat lemah artinya efektivitas komunikasi interpersonal antar pelajarcukup baik.

*Ketiga*, Jurnal Brilianda Imam, komunikasi interpersonal pada konsumen game online terhadap perilaku sosial mahasiswa Amikom Yogyakarta oleh Brilianda Imam metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan analisis korelasi dan regrelasi. Sampel yang di ambil adalah semua pengguna game online (mahasiswa AMIKOM Yokyakarta) yang menggunakan game online. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel komunikasi interpersonal pada pemain game online mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku proposial dengan nilai probabilitas  $0,000 < \text{level of signifcansnt} = 0,05$ . Hampir setiap hari dan menghabiskan waktu berjam-jam, sehingga komunikasi interpersonalnya dengan lingkungan luar menjadi berkurang,

## 6. Defenisi Konsepsional dan Operasional Variabel

### a. Defenisi Konsepsional

Konsepsional merupakan gambaran dari kajian pustaka terhadap pengukuran pokok baik terhadap variabel bebas (X) maupun untuk variabel terikat (Y) khususnya keterkaitan antara dua variabel. Untuk penelitian ini peneliti merumuskan sebagai berikut :

#### 1. Variabel X (bebas) : *Game Online*

*Game Online* Merupakan sebagai program permianan yang tersambung melalui jaringan yang dapat dimainkan kapan saja. Adapun indikator dari *Game Online*:

- a) Mode.
- b) Rank.
- c) Squad
- d) Hero.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2. Variabel Y (Terikat) : Komunikasi Interpersonal

Didefinisikan sebagai pengiriman pesan-pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain atau sekelompok orang dengan efek dan umpan balik secara langsung. Adapun indikator dari komunikasi interpersonal yaitu:

- a) Interaksi dua arah.
- b) Suasana nonformal.
- c) Umpan balik segera.
- d) Komunikasi berada dalam jarak dekat.

### b. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 2.1**  
**Operasional Variabel**

No	Variabel	Aspek	Indikator	Deskriptor
1.	Game online	Ciri- ciri <i>game online</i> <i>mobile legends</i>	A. Mode	1) Permainan ini memiliki mode 10 tim. 2) Permainan ini memiliki random mode. 3) Permainan ini memiliki mode bebas.
			B. Rank	1) Pemain cenderung memperoleh peringkat tertinggi. 2) Pemain cenderung menambah point tertinggi. 3) Pemain cenderung mendapatkan hadiah.
			C. Squad	1) Pemain berupaya untuk bergabung bersama dengan pemain lain. 2) Pemain berupaya untuk memperoleh <i>rewards</i> .

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

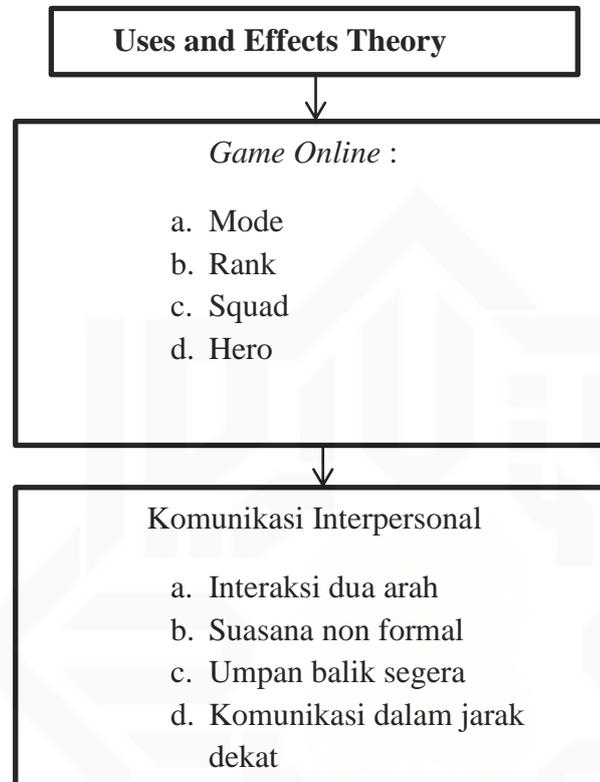
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Variabel	Aspek	Indikator	Deskriptor
			D. Hero	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) <i>Game online mobile legends</i> memiliki karakter dengan membunuh musuh dengan cepat.</li> <li>2) <i>Game online mobile legends</i> memiliki karakter dengan menghindari musuh.</li> <li>3) <i>Game online mobile legends</i> memilikim memilih karakter menghancurkan musuh dengan mudah.</li> </ol>
2.	Komunikasi interpersonal	Ciri- ciri komunikasi interpersonal	E. Arus pesan dua arah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pesan yang disampaikan mudah dipahami.</li> <li>2) Gangguan dalam berkomunikasi.</li> <li>3) Adanya <i>feedback</i>.</li> </ol>
			F. Suasana nonformal	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Komunikasi seera bebas</li> <li>2) Fokus saat berkomunikasi.</li> <li>3) Tatap muka langsung.</li> </ol>
			G. Umpan balik segera	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pesan yang disampaikan ditanggapi dengan cepat.</li> <li>2) Pesan yang disampaikan dapat diterima langsung.</li> </ol>
			H. Komunikasi berada pada jarak dekat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Dapat berkomunikasi dengan berhadapan secara langsung .</li> <li>2) Dapat memperhatikan pesan yang disampaikan.</li> <li>3) Dapat memperhatikan ekspresi wajah.</li> <li>4) Dapat mendengarkan pesan yang disampaikan secara langsung.</li> </ol>

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 2.1 Kerangka Konsep

**B. Hipotesis**

Secara asal kata (etimologis) hipotesis berasal dari kata *hypo* dan *thesis*. *hypo* berarti kurang dan *thesis* berarti pendapat. Dari kedua kata itu dapat diartikan bahwa hipotesis adalah pendapat yang kurang, maksudnya bahwa hipotesis ini merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji terlebih dahulu dan kebenarannya bersifat sementara atau dugaan awal.<sup>37</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat diajukan hipotesis

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan dari *game online mobile legends* terhadap komunikasi interpersonal mahasiswa jurusan ilmu komunikasi UIN SUSKA Riau.

<sup>37</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal.28

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari *game online mobile legends* terhadap komunikasi interpersonal mahasiswa jurusan ilmu komunikasi UIN SUSKA Riau.

Dari hasil hipotesis yang ada, peneliti menggunakan hipotesis  $H_a$  : adanya pengaruh *game online mobile legends* terhadap komunikasi interpersonal mahasiswa jurusan ilmu komunikasi UIN SUSKA RIAU.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.