

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Istilah “komunikasi” berasal dari kata Latin “*communication*” Istilah ini berasal dari kata “*communis*”, yang berarti “Bersama” atau “bersama-sama” baik dalam arti maupun maknanya. Dengan demikian, komunikasi didefinisikan sebagai suatu tindakan yang terjadi ketika komunikator dan penerima memiliki sesuatu yang sama. Komunikasi didefinisikan sebagai pesan atau informasi yang dikirimkan oleh komunikator dan diterima oleh penerima. Komunikasi mencakup dua komponen: isi pesan dan simbol. Isi pesan terdiri dari pikiran dan perasaan, sedangkan simbol adalah bahasa. Komunikasi juga merupakan tindakan menyampaikan rangsangan untuk memicu reaksi dari orang lain.

Makalah Harold Lasswell yang berjudul “*The Structure and Function of Communication in Society*” sering dikutip oleh para ahli komunikasi sebagai paradigma komunikasi yang efektif. Menurut Lasswell, salah satu teknik yang efektif untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*”

Model Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi terdiri dari lima aspek sebagai jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut, yaitu:

1. Komunikator.
2. Pesan.
3. Media.
4. Komunikan.
5. Umpan balik.

Dengan demikian, menurut paradigma Lasswell, komunikasi adalah proses mentransfer pesan dari komunikator kepada penerima melalui media yang menghasilkan dampak tertentu.

Dalam komunikasi juga terdapat proses yang dilakukan yaitu sebagai berikut: Proses komunikasi primer adalah proses penyampaian

pesan menggunakan lambang-lambang sebagai media utama, baik melalui bahasa verbal maupun nonverbal. Dalam konteks *Mobile Legends*, proses primer tampak melalui penggunaan bahasa lisan saat melakukan *voice chat*, bahasa tulisan melalui fitur *chat*, serta simbol nonverbal berupa emotikon, *gesture* karakter, atau sinyal dalam permainan (seperti tanda “*attack*”, “*retreat*”, atau “*gather*”). Lambang-lambang ini membantu pemain menyampaikan maksud secara cepat dalam situasi permainan yang dinamis.

Proses komunikasi sekunder muncul ketika penyampaian pesan menggunakan media kedua, seperti perangkat *smartphone*, jaringan *Internet*, dan aplikasi komunikasi yang menjadi perantara antara pemain. Dalam *game online*, komunikasi tidak dapat berlangsung tanpa media sekunder ini, karena saluran teknologi menjadi alat penting yang memungkinkan interaksi antar pemain meskipun mereka berada di lokasi berbeda. Dengan demikian, keberadaan media sekunder sangat menentukan efektivitas komunikasi dalam permainan serta pengalaman bermain anak-anak sebagai komunikan.

Terdapat juga beberapa bentuk komunikasi yaitu: 1) Komunikasi personal meliputi komunikasi intrapersonal dan antarpersonal. Komunikasi intrapersonal dalam *game* terlihat ketika pemain melakukan proses berpikir, pertimbangan strategi, atau evaluasi diri selama bermain. Sementara itu, komunikasi antarpersonal tampak ketika pemain berinteraksi secara langsung dengan satu pemain lain, misalnya saat berkoordinasi dengan teman satu tim menggunakan *chat* pribadi atau *voice call*. Interaksi ini berpotensi memperkuat kemampuan komunikasi interpersonal anak, seperti keterampilan menyampaikan pendapat, meminta bantuan, atau memberikan instruksi. 2) Komunikasi kelompok merupakan bentuk komunikasi yang paling dominan dalam *Mobile Legends*, terutama karena permainan ini mengharuskan pemain bekerja dalam tim beranggotakan lima orang. Komunikasi kelompok kecil dalam konteks ini terjadi melalui koordinasi strategi, diskusi taktis, pembagian peran, hingga proses mengambil keputusan bersama. Aktivitas seperti diskusi strategi sebelum pertandingan, *brainstorming* saat menentukan *draft hero*, hingga instruksi cepat selama

permainan mencerminkan penerapan pola komunikasi kelompok secara aktif. Di sisi lain, komunikasi kelompok besar atau *public communication* dapat terjadi ketika pemain mengikuti turnamen sekolah atau mengikuti event komunitas yang melibatkan audiens lebih luas, meskipun porsinya tidak sebesar komunikasi kelompok kecil dalam *gameplay* harian. 3) Komunikasi massa muncul ketika informasi mengenai *game*, *update*, turnamen, atau konten tertentu disebarkan kepada pemain melalui media massa atau media digital. Konten kreator, streamer, dan platform *gaming* ikut berperan dalam membentuk persepsi pemain melalui pesan yang diterima secara serentak oleh banyak audiens. 4) Komunikasi media juga sangat relevan, karena *game online* pada dasarnya merupakan bentuk komunikasi yang memanfaatkan media digital sebagai saluran utama. Komunikasi media dalam *game* berlangsung melalui perangkat *smartphone*, jaringan *Internet*, aplikasi permainan, hingga antarmuka digital yang memungkinkan pesan disampaikan dalam bentuk teks, suara, maupun simbol *visual*. Media ini tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk pola interaksi, intensitas komunikasi, serta gaya berkomunikasi pemain.

Para ahli mendefinisikan komunikasi secara berbeda-beda dalam karya-karya mengenai teori komunikasi, sudut pandang, jenis, dan penerapannya. Beberapa ahli juga menyoroti bahwa terdapat tiga perspektif mengenai komunikasi: komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi.

1. Komunikasi Satu Arah (Linear).

Komunikasi linier adalah proses pengiriman pesan dari sumber melalui berbagai komponen kepada penerima untuk menimbulkan perubahan pada penerima. Komunikasi linier selalu dikaitkan dengan model komunikasi Lasswell, yang menjawab pertanyaan “siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dan dengan efek apa.” Konsep komunikasi satu arah menekankan keberhasilan penyampaian pesan dan menggambarkan bagaimana komunikasi pada dasarnya bersifat persuasif.

2. Komunikasi sebagai Interaksi

Komunikasi interaksi yaitu proses komunikasi yang disampaikan menimbulkan sebab akibat atau aksi reaksi yang arahnya bergantian. Dalam hal ini komunikasi melibatkan komunikator yang menyampaikan pesan secara verbal atau nonverbal kepada komunikan yang pesannya terdapat timbal balik. Komunikasi ini lebih aktif dan dinamis daripada komunikasi linier.

3. Komunikasi transaksi

Komunikasi transaksi adalah jenis komunikasi yang bertujuan untuk memahami makna pesan. Proses ini melibatkan penciptaan makna oleh dua orang atau lebih. Komunikasi ini tidak membedakan antara pengirim dan penerima, juga tidak berfokus pada sumber pesan, karena melibatkan beberapa orang dan bersifat dinamis. Jenis komunikasi ini terjadi ketika seseorang menafsirkan perilaku orang lain, baik yang bersifat verbal maupun nonverbal.

2.2 Game online

Game online adalah sebuah permainan (*game*) yang dimainkan didalam suatu jaringan (baik *LAN* maupun *Internet*), permainan ini dimainkan secara bersamaan dengan pemain lainnya. *Game online* adalah permainan yang memungkinkan banyak orang bermain secara bersamaan melalui jaringan daring. *Game online* multipemain merupakan perkembangan dari permainan pemain tunggal; pada umumnya, permainan ini mengikuti format, metode, dan konsep umum yang sama dengan semua *game online* lainnya. Perbedaannya terletak pada fakta bahwa permainan multipemain dapat dimainkan oleh sejumlah besar pemain secara bersamaan.

Game online merupakan salah satu bentuk permainan digital yang memanfaatkan jaringan *Internet* sebagai sarana utama untuk menghubungkan pemain satu dengan pemain lainnya dalam suatu ruang virtual. Berbeda dengan permainan digital konvensional yang bersifat offline, *game online* memungkinkan terjadinya interaksi sosial secara langsung melalui media digital, sehingga menghadirkan pengalaman

komunikasi yang baru, kompleks, dan dinamis bagi penggunanya. Dalam konteks remaja usia 13–17 tahun, *game online* bukan hanya menjadi sarana hiburan, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial tempat pemain membangun hubungan, melakukan kerja sama, dan mengekspresikan identitas diri.

Secara konseptual, *game online* dipahami sebagai permainan berbasis jaringan yang menyediakan lingkungan interaktif bagi pemain untuk berkolaborasi, berkompetisi, dan berkomunikasi dalam waktu nyata (*real-time*). Interaksi ini difasilitasi oleh berbagai fitur komunikasi seperti *chat teks*, *chat suara*, *emotikon*, hingga sistem sinyal dalam permainan. Fitur-fitur tersebut memungkinkan pemain untuk mengirimkan pesan secara cepat dan efektif, sehingga menjadikan *game online* sebagai media komunikasi digital yang intensif.

Dengan berkembangnya teknologi informasi dan meningkatnya akses terhadap perangkat *smartphone*, *game online* kini menjadi bagian dari gaya hidup remaja. *Game online* populer seperti *Mobile Legends*, *Free Fire*, *PUBG Mobile*, hingga *Genshin Impact* memiliki jutaan pemain aktif, termasuk anak-anak dan remaja yang memanfaatkan *game* sebagai media berinteraksi dengan teman sekolah, teman baru di dunia maya, maupun komunitas gaming. Hal ini menunjukkan bahwa *game online* telah menjadi ekosistem sosial yang dapat mempengaruhi perkembangan komunikasi interpersonal remaja.

Dari sudut pandang komunikasi, *game online* menciptakan berbagai bentuk perilaku komunikasi, baik verbal maupun nonverbal. Komunikasi verbal terlihat dari percakapan saat menyampaikan instruksi, berdiskusi strategi, atau berkomentar selama permainan. Sementara itu, komunikasi nonverbal hadir melalui penggunaan simbol *visual*, *gesture* dalam *karakter*, *ikon*, atau *emotikon* sebagai penyampai pesan yang bersifat cepat. Dengan demikian, *game online* berfungsi sebagai media primer dalam proses komunikasi digital pemain.

Selain itu, *game online* juga memanfaatkan media teknologi sebagai bagian dari komunikasi sekunder. Tanpa perangkat digital, server

permainan, dan jaringan *Internet*, interaksi antar pemain tidak dapat berlangsung. Artinya, keberadaan media teknologi sangat berperan dalam menentukan intensitas dan pola komunikasi yang terjadi di dalam *game online*. Interaksi digital ini kemudian dapat berdampak pada perilaku komunikasi remaja, baik dari segi kemampuan bekerja sama, gaya berbicara, empati, hingga kecenderungan terhadap komunikasi *agresif* atau *toxic*.

Lebih jauh lagi, *game online* seringkali melibatkan pembentukan kelompok bermain atau *squad*, komunitas, dan forum diskusi yang membentuk pola komunikasi kelompok. Dalam konteks ini, remaja belajar tentang koordinasi, pembagian peran, kemampuan memberi arahan, hingga interaksi berbasis kerja sama. Pengalaman tersebut dapat memperkuat keterampilan komunikasi kelompok kecil, meskipun tidak jarang juga menghadirkan konflik verbal ketika terjadi perbedaan pendapat atau kekalahan dalam permainan.

Tidak hanya itu, *game online* juga dapat menjadi bagian dari komunikasi massa dan komunikasi media. Informasi mengenai *update* permainan, turnamen, strategi, serta konten hiburan disebarkan melalui berbagai platform seperti *YouTube*, *TikTok*, *Instagram*, dan *forum gaming*. Hal ini menyebabkan remaja terpapar pesan-pesan dari media digital secara masif, yang dapat memengaruhi persepsi, sikap, serta cara mereka berkomunikasi di lingkungan *game* maupun kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian, *game online* tidak hanya berperan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi digital yang signifikan bagi anak dan remaja. Kompleksitas interaksi yang terjadi di dalamnya menyebabkan *game online* memiliki potensi untuk mempengaruhi perilaku komunikasi, baik secara positif melalui peningkatan kemampuan berkolaborasi dan berkomunikasi, maupun secara negatif melalui munculnya perilaku *agresif* verbal, misinformasi, atau kecenderungan menggunakan bahasa kasar. Hal inilah yang menjadi alasan pentingnya mengkaji *game online* dalam kaitannya dengan perilaku komunikasi anak usia 13–17 tahun.

Terdapat berbagai jenis *game online* yang banyak dimainkan saat ini yaitu *Mobile Legend*, *PUBG*, dan *Free Fire* yang merupakan *game action*. Seorang bermain *game online* untuk menghilangkan rasa jenuh dari berbagai kegiatan yang sebelumnya dilakukan. Tetapi ada juga beberapa pemain menghabiskan waktu berjam-jam, bahkan bisa seharian penuh untuk memainkan *game online* ini.

Game online dapat mengakibatkan kecanduan karena kurangnya kemampuan dalam mengontrol diri dalam bermain *game*. Orang yang mengalami kecanduan *game online* cenderung sulit membagi waktu. Hal seperti itu dapat mengganggu waktu produktif dan aktifitasnya setiap hari. Beberapa dampak positif dan negatif *game online*:

Dampak Positif

1. Meningkatkan konsentrasi.
2. Meningkatkan keterampilan motorik dan koordinasi mata-tangan remaja.
3. Meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris, karena sebagian besar *game online* menggunakan bahasa Inggris.
4. Meningkatkan literasi komputer.
5. Meningkatkan imajinasi.

Dampak Negatif

1. Menyebabkan kecanduan berlebihan dan mengabaikan kewajiban lain.
2. Menurunkan kebugaran fisik.
3. Mengurangi motivasi belajar, yang berujung pada kemalasan.
4. Sulit untuk berkonsentrasi pada pelajaran atau pekerjaan.
5. Merusak penglihatan dan saraf.
6. Mengurangi interaksi sosial.
7. Membuat lebih sulit untuk mengekspresikan diri dan berinteraksi dengan orang lain.

2.3 *Mobile Legends*

Mobile Legends: Bang Bang merupakan salah satu *game online* berbasis *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) sebuah permainan yang telah menjadi fenomena populer di kalangan remaja, dan keterlibatan mereka dalam permainan ini dapat memiliki implikasi pada pola komunikasi mereka. Popularitas tersebut didorong oleh kemudahan akses, desain permainan yang kompetitif, serta fitur komunikasi yang memungkinkan pemain berinteraksi secara langsung dalam tim. Dengan demikian, *Mobile Legends* tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi digital yang memiliki potensi mempengaruhi perilaku komunikasi pemainnya.

Mobile Legend rilis pada tanggal 11 juni 2016 yang diterbitkan oleh moonton. Moonton adalah Perusahaan yang berasal dari china. *Mobile Legend* dapat dimainkan di ponsel dengan system operasi *android* dan *iOS*. *Mobile Legend* adalah permainan *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA), yang berarti pemain bermain dalam tim 5 lawan 5. Dalam area bermain *Mobile Legend* mempunyai 3 jalur (*line*) atas, tengah dan bawah yang disetiap jalur diperkuat dengan adanya 9 tower dan 1 tower utama.

Dalam *Mobile Legend* terdapat mode *ranked* yang sering dimainkan oleh para pemainnya, mode *ranked* tersebut dimainkan oleh setiap pemain dengan cara berlomba untuk mencapai kemenangan. Kedua tim harus menghancurkan *base* lawan dan mempertahankan *base* sendiri agar mendapatkan kemenangan. Jika salah satu tim terlebih dahulu menghancurkan *base* lawan tim tersebut akan mendapatkan poin Bintang untuk menambahkan tier atau pangkat dalam *Mobile Legend*. Para pemain memainkan mode ini bersaing agar mendapatkan pangkat yang lebih tinggi. Mode *Ranked* ini memiliki beberapa nama peringkat mulai dari terendah *Warrior*, *Elite*, *Master*, *Grandmaster*, *Epic*, *Legend*, hingga paling tinggi *Mythic*. *Mobile Legend* terdapat 123 hero dan terdapat 6 role hero yaitu *Support*, *Mage*, *Tank*, *Assassin*, *Fighter*, dan *Marksman*.

Dalam konteks komunikasi, *Mobile Legends* menyediakan beberapa fitur yang memungkinkan interaksi cepat dan efektif antarpemain, antara

lain fitur *chat* teks, *chat* suara (*voice chat*), dan *quick chat* atau tanda isyarat seperti “*attack*”, “*retreat*”, “*gather*”, dan sebagainya. Fitur-fitur ini berfungsi sebagai media primer dalam proses penyampaian pesan yang bersifat langsung, cepat, dan menyesuaikan dengan situasi permainan yang dinamis. Selain itu, keberadaan media teknologi seperti *smartphone*, jaringan *Internet*, dan *server* permainan menjadi bentuk komunikasi sekunder yang memungkinkan interaksi berlangsung tanpa batas jarak geografis.

Sebagai *game* yang berbasis tim, *Mobile Legends* juga mendorong terbentuknya komunikasi kelompok. Interaksi dalam permainan mencerminkan dinamika kelompok kecil di mana pemain harus melakukan koordinasi, membangun strategi bersama, berdiskusi, hingga membuat keputusan dalam waktu singkat. Proses ini dapat mempengaruhi perilaku komunikasi anak, baik dalam hal kemampuan menyampaikan pendapat, keterampilan memberikan arahan, maupun cara berinteraksi secara asertif dengan rekan satu tim.

Selain aktivitas dalam permainan, *Mobile Legends* juga menghadirkan ruang komunikasi yang lebih luas melalui komunitas *daring* seperti grup media sosial, forum pemain, konten kreator, dan siaran langsung (*live streaming*). Ruang ini memungkinkan terjadinya komunikasi massa maupun komunikasi media, di mana informasi mengenai *update* permainan, turnamen, strategi permainan, dan aktivitas komunitas dapat disebarkan kepada audiens dalam jumlah besar. Dengan demikian, *Mobile Legends* menjadi ekosistem komunikasi digital yang kompleks, yang bukan hanya menjadi media permainan tetapi juga media sosial bagi anak dan remaja.

Popularitas *Mobile Legends* di kalangan remaja membuatnya memiliki pengaruh potensial terhadap pola interaksi, gaya bahasa, cara menyampaikan pesan, hingga sikap berkomunikasi. Interaksi yang terjadi dalam permainan dapat bersifat positif, seperti meningkatkan kerja sama, kemampuan koordinasi, dan rasa percaya diri dalam berkomunikasi. Namun, permainan ini juga dapat memunculkan bentuk komunikasi negatif

seperti penggunaan kata-kata kasar (*toxic communication*), perilaku *agresif* verbal, atau interaksi impulsif, terutama ketika pemain mengalami tekanan dalam permainan. Hal inilah yang menjadikan *Mobile Legends* relevan dikaji dalam perspektif perilaku komunikasi anak usia 13–17 tahun.

2.4 Perilaku Komunikasi

Perilaku komunikasi mengacu pada cara seseorang mengekspresikan diri dan merespons situasi serta konteks komunikasi berdasarkan kondisi kognitif dan emosionalnya. Perilaku komunikasi dibagi menjadi dua kategori: verbal dan nonverbal. Perilaku komunikasi verbal mengacu pada semua tindakan komunikatif yang mengekspresikan perasaan dan pikiran menggunakan kata-kata, baik yang diucapkan maupun yang ditulis. Perilaku komunikasi nonverbal adalah kumpulan ekspresi, perasaan, emosi, sikap, dan gagasan yang disampaikan tanpa menggunakan kata-kata, dengan tujuan untuk membangun makna yang dapat menegaskan, melengkapi, mengklarifikasi, atau bahkan menggantikan dan bertentangan dengan pesan yang disampaikan secara lisan.

Menurut Simahate dalam (Maulida, 2020) komunikasi tidak dapat dipisahkan dari lingkungannya. Konteks memengaruhi komunikasi, termasuk bahasa, bahasa tubuh, dan faktor-faktor lainnya. Dengan demikian, konteks komunikasi baik dalam hal jarak, waktu, maupun nilai-nilai memiliki dampak yang mendalam terhadap cara para pelaku berkomunikasi di dalamnya.

Dukungan dan insentif dari lingkungan memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku komunikasi. Sebagaimana yang disampaikan oleh Khairil dalam (Maulida, 2020) kelompok atau lingkungan sosial seseorang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku komunikasi. Individu terhubung dengan rekan-rekannya dalam konteks ini, sehingga menciptakan realitas sosial baru. Realitas baru ini kemudian diinternalisasi dan muncul sebagai perilaku yang unik (Sampeali dalam Maulida, 2020).

Perilaku komunikasi anak-anak muda ini memiliki makna dan tujuan yang unik. Menurut De Vito, beberapa tujuan komunikasi antara lain adalah

untuk membangun dan mempertahankan hubungan, bermain, bersenang-senang, membantu orang lain, serta mengumpulkan informasi (Simahate, Faustina dalam Maulida, 2020). Menurut Simahate dalam (Maulida, 2020) menekankan bahwa perilaku komunikasi pada dasarnya didorong oleh keinginan untuk mencapai tujuan tertentu.

Motivasi adalah faktor yang menyebabkan satu tindakan lebih diutamakan daripada yang lain. Ada dua alasan yang dapat memengaruhi perilaku orang dalam hubungan pribadi dan antarpersonal, yaitu motivasi positif dan motivasi negatif, motivasi tersebut yang dapat mendorong manusia untuk melakukan suatu yang diinginkan dan suatu hal yang dibutuhkan.

Para ahli telah lama meneliti apakah faktor biologis memengaruhi kemampuan komunikasi dan perilaku seseorang. Dengan kata lain, apakah karakteristik-karakteristik ini dipengaruhi oleh faktor keturunan, McCroskey mendefinisikan sifat sebagai kecenderungan temperamen yang berasal dari struktur saraf biologis yang ditentukan secara genetik; atau, dengan kata lain, sifat ditentukan oleh aktivitas otak manusia.

Secara konseptual, perilaku komunikasi dapat dipahami sebagai manifestasi dari bagaimana seseorang berinteraksi dengan orang lain. Perilaku tersebut tampak dari cara individu berbicara, memilih kata, memberi respon, mengekspresikan emosi, hingga cara menjalin hubungan interpersonal. Dalam perspektif ilmu komunikasi, perilaku komunikasi tidak hanya dipandang sebagai tindakan yang tampak secara langsung, tetapi juga mencerminkan proses internal seperti persepsi, sikap, dan interpretasi terhadap suatu pesan.

Sementara itu, komunikasi merupakan hal yang sangat penting bagi keberlangsungan hidup manusia, terutama saat berdoa. Devito mendefinisikan komunikasi sebagai pertukaran pesan antara dua orang atau sekelompok kecil orang, yang melibatkan sejumlah unsur dan respons langsung. Berdasarkan definisi ini, komunikasi dialogis merupakan cara paling efektif untuk memengaruhi sikap, keyakinan, atau perilaku seseorang. Komunikasi yang efektif memiliki sejumlah ciri, antara lain:

1. Keterbukaan (*openness*) adalah kemampuan untuk merespons secara sukarela terhadap informasi dalam hubungan antarpersonal.
2. Empati (*empathy*) adalah kemampuan untuk melihat sesuatu dari sudut pandang orang lain dan memahami apa yang mereka alami dalam situasi tertentu.
3. Sikap Mendukung (*Supportiveness*) adalah komponen penting dari komunikasi yang baik adalah sikap mendukung. Orang menunjukkan sikap mendukung dengan bersikap spontan daripada terencana dan deskriptif daripada menghakimi
4. Rasa Positif (*equality*) adalah pemahaman implisit bahwa setiap pihak penting, berharga, dan mampu memberikan kontribusi yang berarti.
5. Sikap Positif (*Positiveness*) adalah keadaan memiliki pandangan positif terhadap diri sendiri, yang memotivasi individu untuk terlibat lebih penuh dan menumbuhkan suasana komunikatif yang memfasilitasi hubungan yang produktif.

Dengan demikian, perilaku komunikasi didefinisikan sebagai aktivitas atau tindakan manusia yang muncul dari proses di mana suatu organisme menerima rangsangan dan meresponsnya. DeVito mengidentifikasi lima komponen yang memengaruhi proses ini: Keterbukaan (*openness*), Empati (*empathy*), Sikap Mendukung (*Supportiveness*), Kesetaraan (*equality*), Sikap Positif (*Positiveness*). Komunikasi akan berjalan lancar dan berhasil jika terjadi perubahan dalam sikap, gagasan, atau perilaku manusia, serta adanya pemahaman bersama antara komunikator dan penerima, yang disampaikan kepada penerima melalui komunikasi verbal dan nonverbal atau bahasa tubuh.

2.5 Teori SOR (Stimulus Organism Respon)

Hovland mengajukan teori stimulus-organism-respons (S-O-R) pada tahun 1953. Teori ini berasal dari psikologi dan kemudian diterapkan pada studi komunikasi karena subjek psikologi dan komunikasi sama: manusia, yang terdiri dari komponen sikap, opini, dan persepsi (sikap yang berkaitan dengan wawasan atau pemahaman), afek (sikap yang berkaitan dengan perasaan), dan konasi (sikap yang berkaitan dengan kecenderungan untuk

bertindak). Asumsi utama teori ini adalah bahwa alasan perubahan perilaku ditentukan oleh kualitas stimulus yang berkomunikasi dengan organism (penerima) (Yasir dalam Rahmat abidin dan Abidin, 2021).

Menurut Fisher dalam (Rahmat abidin dan Abidin, 2021), Dalam teori S-O-R, ada beberapa unsur yang tidak dapat dipisahkan. Ketiga unsur tersebut adalah:

1. Pesan (stimulus: S)

Pesan merupakan komponen penting dalam komunikasi. Hal ini karena pesan adalah isi yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada penerima. Dalam komunikasi, pesan sangatlah penting karena merupakan inti dari proses komunikasi. Tanpa pesan, komunikator dan penerima tidak dapat berkomunikasi.

Stimulus juga merupakan segala bentuk rangsangan yang diterima oleh individu dari lingkungan luar. Dalam konteks permainan *Mobile Legends*, stimulus dapat berupa:

- a. Tampilan *visual* permainan seperti grafik, karakter, atau animasi.
- b. Pesan verbal dan nonverbal dari rekan tim, seperti instruksi, komentar, atau percakapan dalam *game*.
- c. Situasi kompetitif dan tekanan permainan, seperti kemenangan, kekalahan, atau kondisi permainan yang mendesak.
- d. Fitur-fitur komunikasi seperti *voice chat*, *quick chat*, *emotikon*, dan *notifikasi* permainan.
- e. Interaksi sosial yang terbentuk dalam tim atau komunitas bermain.

Rangsangan-rangsangan ini dapat memicu perhatian, emosi, dan interpretasi tertentu pada pemain, yang kemudian mempengaruhi bagaimana mereka berperilaku selama maupun setelah bermain.

2. Komunikan (Organism: O)

Komunikan adalah orang yang menerima rangsangan yang disampaikan oleh komunikator. Sikap penerima terhadap rangsangan tersebut tentu saja akan berbeda-beda, tergantung pada bagaimana masing-masing individu bereaksi terhadap rangsangan yang diberikan. Dalam menganalisis sikap, terdapat tiga variabel utama yang digunakan

untuk mendukung proses pembelajaran: perhatian, pemahaman, dan penerimaan. Ketiga variabel ini penting karena menentukan bagaimana penerima akan bereaksi setelah menerima rangsangan tersebut. Organism mengacu pada kondisi internal individu yang meliputi proses kognitif, afektif, dan psikologis. Organism menjadi mediator antara stimulus dan respons. Pada anak dan remaja usia 13–17 tahun, organism sangat dipengaruhi oleh perkembangan psikologis, emosi yang belum stabil, dan kemampuan regulasi diri yang masih berkembang. kondisi organism dapat mencakup:

- a. Kognisi, seperti pemahaman strategi permainan, persepsi terhadap rekan tim, dan interpretasi instruksi.
- b. Emosi, seperti rasa senang, kecewa, marah, panik, atau bangga ketika bermain.
- c. Sikap, seperti sikap kooperatif, kompetitif, agresif, atau toleran terhadap rekan tim.
- d. Motivasi, misalnya motivasi ingin menang, ingin mendapatkan rank tinggi, atau ingin mendapat pengakuan dari pemain lain.

Semua faktor internal ini memengaruhi bagaimana seseorang memproses stimulus yang diterima dari permainan, sehingga menentukan perilaku komunikasi yang akhirnya terbentuk.

3. Efek (Respon: R)

Artinya, dampak komunikasi, khususnya perubahan perilaku dan sikap. Proses perubahan perilaku ini mencerminkan cara orang belajar, yang meliputi:

- a. Suatu organism dapat menerima atau menolak rangsangan yang diberikan kepadanya. Jika organism tersebut menerima rangsangan tersebut, hal itu menandakan bahwa perhatian individu telah tertuju dan rangsangan tersebut efektif; namun, jika rangsangan ditolak, hal itu menunjukkan bahwa rangsangan tersebut tidak berhasil menarik perhatian individu dan prosesnya berakhir di situ.

- b. Jika rangsangan telah diterima, organism tersebut memahaminya dan melanjutkan ke tahap berikutnya.
- c. Organism tersebut kemudian memproses rangsangan tersebut, yang menghasilkan keinginan untuk bertindak sebagai respons terhadap masukan tersebut (mengadopsi sikap tertentu).
- d. Dengan sumber daya yang tersedia dan dorongan dari lingkungan, rangsangan tersebut mengarah pada perubahan perilaku.

Dalam konteks perilaku komunikasi remaja saat bermain *Mobile Legends*, respons dapat berupa:

- a. Respons verbal, seperti memberi instruksi, berkomentar, menyemangati, memaki, atau mengkritik.
- b. Respons nonverbal, seperti menggunakan emotikon, quick chat, gesture dalam *game*, atau tanda strategi.
- c. Respons emosional, seperti kemarahan berlebihan, antusiasme, frustrasi, atau kepuasan.
- d. Respons interpersonal, seperti bekerja sama, mendukung rekan tim, atau sebaliknya menyalahkan anggota tim lain.
- e. Respons perilaku lanjutan, yakni bagaimana pola komunikasi dalam *game* memengaruhi pola komunikasi remaja dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut teori SOR (Stimulus Organism Respon), Dalam hal perubahan sikap dalam proses komunikasi, jelas bahwa, dalam konteks khusus ini, fokusnya terletak pada cara berkomunikasi, cara mengubah sikap, dan cara memengaruhi sikap audiens. Tampaknya sikap hanya dapat diubah selama proses tersebut jika rangsangan yang memengaruhinya lebih kuat daripada rangsangan awal. Tiga faktor yang sangat penting: pemahaman, penerimaan, dan perhatian. Ketiga faktor ini menunjukkan bahwa proses komunikasi sedang berlangsung ketika penerima memperhatikan rangsangan atau pesan yang mereka terima. Penerima akan lebih cenderung mengubah pola pikir mereka jika mereka mampu

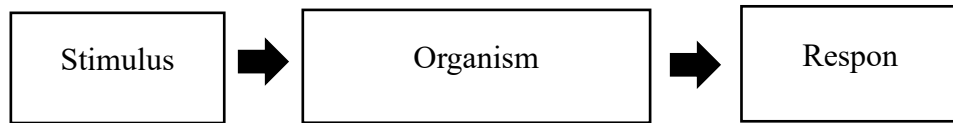
memahami, menyerap, dan memproses rangsangan atau pesan tersebut (Kurniawan dalam Rahmat abidin dan Abidin, 2021).

Menurut Fisher dalam (Rahmat abidin dan Abidin, 2021) Variabel-variabel berikut ini memengaruhi seberapa baik hipotesis Stimulus-Organism-Respon (SOR) diterapkan dalam proses komunikasi:

1. Karena komunikatorlah yang memulai komunikasi, diharapkan ia memiliki sifat-sifat yang dapat diandalkan oleh penerima stimulus. Untuk menarik perhatian penerima, komunikator juga harus memiliki kemampuan komunikasi yang kuat serta penampilan yang memikat.
2. Istilah “media” dalam komunikasi merujuk pada alat atau metode yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Agar pesan dapat disampaikan secara efektif dan dipahami oleh penerima, media yang digunakan harus dipilih dengan cermat.
3. Karakteristik Penerima (organism) Pemahaman yang mendalam tentang penerima sangat penting untuk meningkatkan tingkat keberhasilan suatu stimulus tertentu karena karakteristik penerima memainkan peran penting dalam menentukan apakah pemikiran atau konsep yang dikirimkan diterima atau tidak.

Komunikasi adalah proses aksi-reaksi, seperti yang ditunjukkan oleh model Stimulus-Organism-Respon (S-O-R). Ini berarti bahwa teori tersebut mengasumsikan bahwa simbol, isyarat nonverbal, dan kata-kata tertentu akan menyebabkan orang bereaksi dengan cara tertentu. Hasil positif atau negatif mungkin terjadi dengan model S-O-R ini.

Menurut Onong Uchjana Efendy dalam (Yasmin dan Priyanata, 2024) Model komunikasi S-O-R (Stimulus-Organism-Respon) sangat menekankan pada pesan yang disampaikan guna membangkitkan minat penerima (pihak yang menerima pesan) dan memungkinkannya memahami pesan tersebut dengan cepat, yang pada gilirannya menyebabkan perubahan perilaku dan sikap. Dengan demikian, Pesan (Stimulus: S), Penerima (Organism: O), dan Efek (Respon: R) merupakan tiga komponen utama dari model komunikasi ini. Hal ini ditunjukkan pada hal berikut (Onong Uchjana Efendy dalam Rahmat abidin dan Abidin, 2021) :



Dari gambar tersebut, Sudah jelas bagaimana model komunikasi ini memengaruhi pembentukan sikap. Dengan kata lain, setiap tindakan akan selalu memicu reaksi dan percakapan. Penting juga untuk diingat bahwa agar terjadi perubahan sikap, rangsangan harus memenuhi tiga syarat: penerimaan, pemahaman, dan perhatian.

Perubahan sikap dapat muncul dalam bentuk perubahan perilaku, afektif, atau kognitif. Dalam penelitian ini, model S-O-R relevan karena alasan-alasan berikut:

1. Stimulus yang dimaksud adalah pesan yang disampaikan dalam *Mobile Legends* (ML) atau Hal apa yang menarik dalam aplikasi *Mobile Legends*. Adapun indikator stimulus yaitu:
 - a. Penggunaan fitur komunikasi dalam *game*.
 - b. Interaksi sosial yang difasilitasi *game*.
2. Organism yang dimaksud adalah remaja yang bermain *Mobile Legends*. Adapun indikator Organism yaitu:
 - a. Motivasi & emosi saat bermain.
 - b. Pembentukan sikap & pengaruh pada perilaku komunikasi.
3. Respon yang dimaksud adalah efek yang didapat setelah bermain *Mobile Legends*. Adapun indikator Respon atau Efek yaitu:
 - a. Perilaku komunikasi.
 - Keterbukaan
 - Rasa Positif
 - Sikap Positif
 - Empati
 - Sikap Mendukung

Proses pembelajaran pada individu dijelaskan melalui proses perubahan perilaku, yang melibatkan pemberian rangsangan kepada organism yang dapat diterima atau ditolak. Proses tersebut akan berakhir

jika rangsangan tersebut ditolak atau tidak diterima, yang menandakan bahwa rangsangan tersebut tidak efektif dalam menarik perhatian orang tersebut. Di sisi lain, jika organism menerima rangsangan tersebut, hal itu menunjukkan bahwa rangsangan tersebut efektif dan bahwa orang tersebut sedang memperhatikan.

Organism menyadari bahwa suatu rangsangan akan memicu fase berikutnya setelah rangsangan tersebut diamati dan diterima. Setelah memproses rangsangan tersebut, organism bersiap untuk meresponsnya dengan mengambil sikap tertentu. Pada akhirnya, rangsangan tersebut mendorong individu untuk bertindak (perubahan perilaku) dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia dan dukungan dari lingkungan sekitar.

Organism menyadari bahwa suatu rangsangan akan memicu fase berikutnya setelah rangsangan tersebut diamati dan diterima. Setelah memproses rangsangan tersebut, organism bersiap untuk meresponsnya dengan mengambil sikap tertentu. Pada akhirnya, rangsangan tersebut mendorong individu untuk bertindak (perubahan perilaku) dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia dan dukungan dari lingkungan sekitar.

Kesiapan untuk mengubah sikap seseorang muncul setelah pesan tersebut diproses dan diterima oleh penerima. Premis dari teori ini adalah bahwa kualitas rangsangan yang berinteraksi dengan individu menentukan penyebab perubahan perilaku. Dengan kata lain, keberhasilan perubahan perilaku pada individu, organisasi, atau masyarakat bergantung pada karakteristik sumber komunikasi, seperti kredibilitas, kepemimpinan, dan gaya berbicara.

2.6 Konsep Operasional

Konsep operasional merupakan hasil dari pemikiran kritis dan rasional yang bertujuan untuk memperkirakan hasil potensial dari suatu penelitian, konsep-konsep abstrak ini kemudian dioperasionalisasikan menjadi indikator-indikator yang dapat diamati secara empiris. Konsep-konsep yang dapat diamati ini sangat penting karena memungkinkan pihak

lain untuk mengulang penelitian tersebut, sehingga kesimpulan peneliti dapat diuji kembali oleh pihak lain. Penelitian ini mengkaji dua variabel: variabel independen dan variabel dependen.

Variabel didefinisikan sebagai segala sesuatu yang akan menjadi subjek pengamatan penelitian. Selain itu, sering dikatakan bahwa penelitian berkaitan dengan variabel-variabel yang memengaruhi peristiwa atau fenomena yang sedang diteliti. Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen (X)

Variabel yang memengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel terikat disebut variabel bebas. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Mobile Legends, yang dianalisis menggunakan teori Stimulus-Organism-Respon (S-O-R).

a. Stimulus

Stimulus adalah persepsi seseorang terhadap lingkungannya. Dalam penelitian ini, stimulus terdiri dari fitur dan aktivitas dalam Mobile Legends yang mungkin memengaruhi pemain, seperti penggunaan fitur komunikasi dalam *game* dan interaksi sosial.

b. Organism

Organism adalah keadaan internal seseorang setelah menerima stimulus. Dalam penelitian ini, organism mencakup motivasi, emosi, dan sikap yang muncul selama bermain Mobile Legends dan dapat memengaruhi komunikasi pemain.

c. Respon

Respon adalah reaksi atau tanggapan yang muncul setelah seseorang menerima stimulus dan melalui proses organism. Dalam penelitian ini, respon mengacu pada perubahan yang dialami remaja setelah bermain Mobile Legends, seperti perubahan dalam cara berkomunikasi dan merespons orang lain baik dalam permainan maupun dalam kehidupan sehari-hari.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Perilaku Komunikasi Remaja Usia 13–17 Tahun, yang didasarkan pada teori efektivitas komunikasi antarpribadi karya Joseph A. Devito, yang meliputi:

- a. Keterbukaan (*openness*) adalah Kemampuan untuk merespons secara positif informasi yang diterima dalam hubungan antarpersonal.
- b. Empati (*empathy*) adalah Kemampuan seseorang untuk memahami apa yang dialami orang lain dalam suatu situasi tertentu, sebagaimana dilihat dari sudut pandang orang tersebut.
- c. Sikap Mendukung (*Supportiveness*) adalah Sikap mendukung sangat penting dalam hubungan yang efektif. Setiap orang menunjukkan sikap membantu dengan bersikap deskriptif daripada menghakimi, dan spontan daripada strategis.
- d. Rasa Positif (*equality*) adalah di mana kedua belah pihak mengakui bahwa mereka saling menghormati, berharga, dan memiliki sesuatu yang penting untuk ditawarkan.
- e. Sikap Positif (*Positiveness*) adalah seseorang harus memiliki citra diri yang positif, mendorong pengguna untuk berpartisipasi lebih aktif, dan menumbuhkan lingkungan yang kondusif bagi komunikasi yang efektif.

Tabel 2.1 Konsep Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator / Definisi Operasional	No. Item	Skala Likert
Variabel X Pengaruh <i>Mobile Legends</i> (Stimulus + Organism)	Stimulus	Fitur permainan yang memicu pengalaman bermain (<i>hero, ranked, update</i>) dan Interaksi sosial yang difasilitasi <i>game</i> (teman baru, komunikasi)	2,3,4,5,6	4 poin
	Organism	Motivasi & emosi saat bermain (tantangan, senang, percaya diri) dan Pembentukan sikap & pengaruh pada perilaku komunikasi (sabar, peka, perubahan komunikasi)	7,9,10,15	4 poin
	Respon	Perilaku komunikasi nyata yang ditunjukkan remaja setelah menerima stimulus dari <i>Mobile Legends</i> , baik di dalam permainan maupun dalam kehidupan sehari-hari.	8,11,12, 13,14	4 poin
Variabel Y Perilaku Komunikasi	Keterbukaan	Berani mengungkapkan ide, perasaan, dan berbicara di depan teman	1, 2, 3	4 poin
	Empati	Memahami perasaan teman, menenangkan,	4, 5, 6	4 poin

		menanggapi dengan baik		
	Sikap Positif	Bersikap sabar, tenang, tidak mudah terpancing emosi	5,7,9	4 poin
	Rasa Positif	Menggunakan kata sopan, menerima kritik, merasa lebih dekat dengan teman	8,10,15	4 poin
	Sikap Mendukung	Memberikan semangat, saran, mendukung tim, menerima semua anggota tim	11, 12, 13,	4 poin

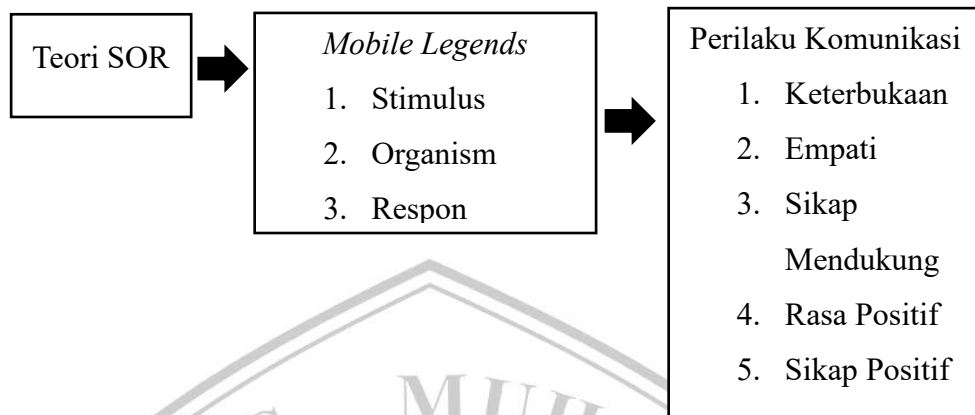
2.7 Hipotesis

Hipotesis Secara etimologis, istilah “hipotesis” berasal dari kata “*hypo*” dan “*thesis*”. “*Hypo*” berarti “kurang,” sedangkan “*thesis*” berarti “pendapat.” Kedua kata ini dapat digabungkan untuk membentuk “pendapat yang kurang,” yang berarti bahwa hipotesis adalah pendapat atau pernyataan yang kebenarannya belum pasti; hipotesis tersebut harus diuji terlebih dahulu, dan kebenarannya bersifat sementara atau merupakan asumsi awal. Berdasarkan masalah yang diidentifikasi dalam pertanyaan penelitian, peneliti mengajukan hipotesis berikut:

H₀: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara *Mobile Legends* Terhadap Perilaku Komunikasi Remaja Usia 13-17 Tahun Di Dusun Pendopo Desa Liprak Kidul Kecamatan Banyuanyar Kabupaten Probolinggo

H₁: Terdapat pengaruh signifikan antara *Mobile Legends* Terhadap Perilaku Komunikasi Remaja Usia 13-17 Tahun Di Dusun Pendopo Desa Liprak Kidul Kecamatan Banyuanyar Kabupaten Probolinggo.

2.8 Kerangka Berfikir



2.9 Penelitian Terdahulu

Sebagai sumber inspirasi untuk penelitian ini, peneliti berupaya mengumpulkan berbagai studi yang berkaitan dengan topik yang dibahas, meskipun ide penelitian ini berasal dari sebuah studi sebelumnya yang telah diselesaikan dan dikembangkan lebih lanjut oleh penelitian-penelitian lain. Selama proses penelitian, para peneliti menemukan beberapa studi yang sangat relevan dengan topik yang dibahas, diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ika Qothrun Nada dari Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang berjudul "*Pengaruh Game online Mobile Legends terhadap Sikap Belajar Remaja Kelas XI MIPA 2 SMAN 1 Taman Sidoarjo*" bertujuan untuk mengetahui pengaruh *game online Mobile Legends* terhadap sikap belajar remaja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis korelasi untuk mengetahui hubungan antara variabel *game online Mobile Legends* dengan sikap belajar siswa. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai korelasi sebesar 0,401 yang menunjukkan adanya hubungan antara *game online Mobile Legends* dengan sikap belajar siswa dalam kategori sedang. Selain itu, besarnya pengaruh variabel *game online Mobile Legends* terhadap sikap belajar adalah sebesar 16,1%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar

penelitian. Hasil uji signifikansi menunjukkan nilai sebesar $0,015 < 0,05$ sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *game online Mobile Legends* memiliki pengaruh terhadap sikap belajar siswa kelas XI MIPA 2 di SMAN 1 Taman Sidoarjo. Penelitian ini relevan dengan penelitian yang penulis lakukan karena sama-sama membahas pengaruh *game online Mobile Legends* terhadap perilaku remaja. Namun, penelitian tersebut lebih berfokus pada sikap belajar, sedangkan penelitian penulis berfokus pada perilaku komunikasi anak usia 13–17 tahun.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Juhana Fashihulisan dari Program Studi Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Mataram yang berjudul “*Dampak Bermain Game online terhadap Akhlak Siswa Kelas VII di MTs Darul Ma’arif Roka Kecamatan Belo Kabupaten Bima*” bertujuan untuk mengetahui dampak bermain *game online* terhadap akhlak siswa. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan dengan mengamati perilaku siswa yang aktif bermain *game online* baik di lingkungan sekolah maupun di rumah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar siswa kelas VII menjadikan *game online* sebagai rutinitas sehari-hari. Di lingkungan sekolah, siswa bermain *game online* selama 10–20 menit ketika tidak memiliki aktivitas lain, sedangkan di rumah siswa bermain selama 2,5–6 jam per hari. Intensitas penggunaan tersebut termasuk dalam kategori penggunaan berlebihan atau kecanduan karena melebihi batas penggunaan normal, yaitu lebih dari 3 jam per hari. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kebiasaan bermain *game online* dapat memengaruhi perilaku dan akhlak siswa dalam kehidupan sehari-hari, seperti berkurangnya disiplin belajar dan interaksi sosial. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian penulis karena sama-sama membahas dampak *game online* terhadap perilaku remaja. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, yaitu penelitian tersebut menitikberatkan pada akhlak siswa, sedangkan penelitian penulis meneliti perilaku komunikasi anak usia 13–17 tahun.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Amirul Fathin Fadhil dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “*Pengaruh Game Mobile Legends terhadap Perilaku Komunikasi Interpersonal Siswa SMA Islam Boarding School Raudhatul Jannah Payakumbuh Sumatera Barat*” bertujuan untuk mengetahui pengaruh *game Mobile Legends* terhadap perilaku komunikasi interpersonal siswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis korelasi menggunakan aplikasi SPSS 26. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,149 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *game Mobile Legends* dengan perilaku komunikasi interpersonal siswa. Selain itu, nilai Pearson Correlation berada pada rentang 0,21–0,40 yang menunjukkan tingkat korelasi lemah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *game Mobile Legends* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku komunikasi interpersonal siswa di SMA Islam Boarding School Raudhatul Jannah Payakumbuh Sumatera Barat. Penelitian ini relevan dengan penelitian penulis karena sama-sama membahas *game Mobile Legends* dan perilaku komunikasi. Namun, penelitian tersebut berfokus pada komunikasi interpersonal siswa sekolah boarding school, sedangkan penelitian penulis meneliti perilaku komunikasi anak usia 13–17 tahun secara lebih umum menggunakan teori S-O-R.