

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu hal yang pasti ada dalam kehidupan manusia baik secara pribadi maupun kelompok, dengan adanya komunikasi segala sesuatunya akan lebih mudah. Manusia merupakan makhluk sosial saling membutuhkan, dan dalam memenuhi kebutuhan dan kepentingan tersebut, komunikasi merupakan jawaban dari hal tersebut.

. Menurut Everett M. Rogers, komunikasi adalah sebuah proses dimana ide disampaikan satu sumber kepada penerima lainnya dengan tujuan untuk mengubah perilaku. Dapat disimpulkan dari pengertian tersebut bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian ide, informasi, emosi melalui penggunaan simbol yang dapat memberikan efek seperti perubahan perilaku yang dilakukan dengan beberapa media tertentu. Sedangkan menurut Hovland, Jains, dan Kelley, Komunikasi merupakan proses komunikator menyampaikan stimulus dengan tujuan untuk membentuk perilaku orang lain Melalui penggunaan simbol seperti gambar, kata-kata, angka-angka dan lain-lain. Wibowo juga berpendapat bahwa Komunikasi adalah aktifitas penyampaian apa yang ada dalam pikiran, konsep yang kita miliki dan keinginan yang ingin kita sampaikan pada orang lain. (Pohan and Fitria, 2021)

Laswell dalam karyanya yang berjudul “*The Structure and Function of Communication in Society*” (Sihombing, 2017) memberikan pernyataan bahwa cara yang tepat dalam menyampaikan komunikasi adalah menjawab beberapa pertanyaan sebagai berikut : “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa disampaikan, dan apa pengaruhnya”. Paradigma Laswell menyebutkan bahwa dalam komunikasi terdapat lima unsur diantaranya komunikator, pesan, media, komunikan, dan juga efek. Lima unsur tersebut memiliki beberapa makna antara lain :

1. Siapa? (*Who?*)

Komunikator adalah pihak yang menyampaikan pesan, baik individu, kelompok, maupun organisasi yang bertanggung jawab dalam proses komunikasi.

2. Apa yang disampaikan? (*Says What?*)

Pesan merujuk pada isi atau informasi yang dikomunikasikan oleh pengirim kepada penerima.

3. Melalui saluran apa? (*In Which Channel?*)

Media merupakan sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti surat kabar, televisi, radio, atau platform digital.

4. Kepada siapa? (*To Whom?*)

Komunikan adalah pihak yang menerima pesan, baik secara individu maupun kelompok yang menjadi target komunikasi.

5. Dengan dampak apa? (*With What Effect?*)

Efek mengacu pada pengaruh atau perubahan yang terjadi pada penerima pesan setelah memperoleh informasi, baik dalam hal sikap, pemikiran, maupun tindakan.

Sebuah proses komunikasi dikatakan efektif jika komunikator, pesan, media, komunikan dan efeknya terbaca jelas. Berdasarkan paradigma Laswell tersebut, secara singkat dapat disebutkan bahwa komunikasi proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media dan memberikan efek tertentu.

Dalam komunikasi sendiri terdapat beberapa model komunikasi yang digunakan sebagai acuan. Model komunikasi merupakan kerangka teoritis yang menggambarkan proses pertukaran pesan atau informasi melalui beberapa komponen utama. Terdapat tiga model komunikasi yang sering dipakai sebagai acuan yaitu model linear, model interaksional dan juga model transaksional. Masing-masing model tersebut memiliki pandangan dan definisi yang berbeda mengenai bagaimana pesan dikirim, diterima, dan diinterpretasikan.

1. Model Linear

Model Linear memandang komunikasi sebagai proses satu arah, dimana pesan dikirim dari komunikator ke komunikan tanpa adanya umpan balik secara langsung. Contohnya ada pada model Shannon-Weaver, yang menyebutkan lima komponen utama yaitu sumber, transmitter, saluran, penerima, dan tujuan.

Misalnya saat seseorang menonton video tanpa interaksi langsung, pesan yang disampaikan hanya mengalir dari pembuat konten ke penonton. Model ini juga menyoroti pentingnya mengatasi gangguan atau noise yang dapat menghambat proses penyampaian pesan.

2. Model Interaksional

Model interaksional menekankan bahwa komunikasi merupakan proses dua arah yang melibatkan umpan balik. Setelah pesan diterima, penerima memberikan respon yang kemudian mempengaruhi pesan berikutnya. Contohnya dapat ditemukan dalam interaksi melalui live chat pada saat melakukan streaming atau live.

Dimana pesan tidak hanya dikirim, tetapi juga segera direspon oleh audiens, sehingga terjadi dialog yang dinamis dan berkelanjutan. Model ini memperhatikan konteks serta latar belakang psikologis pelaku komunikasi yang saling bertukar pesan dan informasi lewat sebuah media.

3. Model Transaksional

Model transaksional melihat komunikasi sebagai proses yang bersifat simultan, dimana pengiriman dan penerimaan sebuah pesan berlangsung secara bersamaan. Dalam interaksi tatap muka, misalnya kedua pihak baik pengirim maupun penerima secara aktif terlibat dalam menciptakan makna melalui kombinasi pesan verbal dan non-verbal.

Ekspresi wajah, gerak tubuh, dan intonasi suara yang dihadirkan selama melakukan percakapan akan saling mempengaruhi dan membentuk cara pesan diterima dan ditanggapi oleh penerima pesan. Model ini menekankan bahwa makna komunikasi dibangun secara kolektif selama proses interaksi berlangsung antara komunikator dan komunikan.

Selain model komunikasi, komunikasi juga dapat dikategorikan berdasarkan jenisnya, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi non-verbal. Kedua jenis komunikasi tersebut memiliki peran yang penting dalam kehidupan sosial baik dalam interaksi personal, profesional, maupun di ruang publik.

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan kata-kata baik dalam bentuk lisan maupun tulisan untuk menyampaikan suatu pesan.

a. Bentuk komunikasi verbal secara lisan

Komunikasi verbal secara lisan terjadi ketika seseorang berbicara langsung atau melalui media seperti telepon, video call, atau siaran radio. Contohnya adalah percakapan sehari-hari, presentasi, wawancara, dan diskusi

b. Bentuk komunikasi verbal secara tulisan

Komunikasi verbal secara tulisan terjadi ketika penyampaian pesan dalam bentuk teks, seperti dalam buku, surat, artikel, email, atau sebuah pesan singkat yang dihadirkan.

Komunikasi verbal sendiri memiliki ciri-ciri antara lain seperti :

- a. Memungkinkan pesan tersampaikan secara jelas dan terstruktur
- b. Bisa bersifat dua arah atau satu arah, seperti dialog atau pidato
- c. Bergantung pada bahasa yang digunakan oleh kedua belah pihak

Sedangkan contoh dari Komunikasi verbal adalah seperti :

- a. Seorang pembicara dalam sebuah rapat kerja
- b. Artikel berita yang memberi informasi kepada pembaca
- c. Guru yang sedang memberikan dan menjelaskan sebuah materi kepada muridnya

2. Komunikasi non-verbal

Komunikasi non-verbal adalah bentuk komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata atau ucapan melainkan mengandalkan isyarat, ekspresi wajah, bahasa tubuh, nada suara, serta elemen yang bersifat visual lainnya. Bentuk komunikasi non-verbal dijelaskan antara lain seperti :

- a. Ekspresi wajah : menunjukkan emosi seperti bahagia, marah, sedih, atau terkejut
- b. Gestur tubuh : gerakan tangan kepala, atau postur tubuh untuk memperjelas maksud pesan

- c. Kontak mata : menandakan perhatian, ketertarikan, atau sikap tertentu yang dilakukan dalam komunikasi
- d. Nada dan intonasi suara : cara berbicara yang dapat memberikan nuansa atau makna tambahan terhadap pesan
- e. Jarak dalam komunikasi: Kedekatan fisik dalam percakapan menunjukkan tingkat keakraban atau formalitas

Ciri-ciri dari Komunikasi non-verbal antara lain:

- a. Dapat memperkuat atau justru bertentangan dengan komunikasi verbal
- b. Seringkali terjadi secara spontan dan sulit dikendalikan sepenuhnya
- c. Berperan penting dalam menyampaikan emosi dan maksud dari seseorang.

Contoh sederhana dari komunikasi verbal:

- a. Mengangkat ibu jari sebagai tanda persetujuan atau penerimaan
- b. Nada suara yang meninggi menunjukkan ketegangan dan kemarahan
- c. Seseorang tersenyum saat mendengar sebuah kabar baik

Komunikasi verbal dan non-verbal saling melengkapi dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi verbal membantu menyampaikan pesan secara langsung dan eksplisit, Sedangkan komunikasi non-verbal memberikan konteks tambahan yang menjelaskan maksud dan emosi dibalik pesan yang disampaikan tersebut.

Pemahaman terhadap kedua bentuk komunikasi ini penting untuk meningkatkan efektivitas interaksi dalam berbagai situasi, baik dalam lingkungan sosial, pendidikan, maupun profesional.

2.2 Teori Pesan

Menurut Onong Effendy, pesan merupakan sebuah elemen dalam proses komunikasi yang berasal dari perasaan dan pikiran seseorang. Pesan disampaikan kepada orang lain Melalui bahasa, lambang, atau simbol-simbol lainnya. Sedangkan Abdul Hanafi mengartikan pesan sebagai hasil nyata dari sebuah sumber atau *encoder*. Saat seseorang berbicara, maka ‘pembicara’ tersebut adalah pesan, begitu juga ketika menulis sebuah surat maka ‘penulis’ surat tersebut itu yang disebut sebagai pesan.

Menurut (Sobur, 2014) pesan merupakan sebuah proses komunikasi yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan secara tatap

muka atau melalui media komunikasi. Media komunikasinya sendiri antara lain meliputi informasi, hiburan, ilmu pengetahuan, propaganda atau nasihat. Teori pesan komunikasi dikemukakan oleh Laswell melibatkan pemahaman mengenai model komunikasi yang dikemukakan Harold D. Laswell. Teori Laswell ini berfokus pada lima pertanyaan dasar dalam sebuah komunikasi yaitu antara lain “*who*”, “*say what*”, “*in which channel*”, “*to whom*”, “*with what effect*”.. (Putri and Sanjaya, 2024).

Dalam penelitian analisis isi, pesan merupakan bagian yang penting. Laswell menekankan bahwa pesan tidak hanya bisa diamati secara langsung (*manifest*), tetapi juga dapat dianalisis untuk menemukan makna tersembunyi (*laten*). Pesan *manifest* (tersurat) merupakan isi pesan yang terlihat, terdengar dan terbaca secara langsung. Pesan manifest dapat berupa kalimat yang diucapkan, tulisan/subtitle di layar, dan tindakan nyata. Sedangkan pesan *laten* (tersirat) adalah makna yang tersembunyi, tidak disampaikan secara langsung, akan tetapi dapat diartikan oleh audiens melalui konteks, ekspresi, simbol, dan situasi.

Agar dapat dengan baik dan juga efektif, tidak hanya diperlukan pemahaman tentang prosesnya saja, tetapi juga kemampuan dalam menerapkan pengetahuan secara kreatif. Komunikasi dikatakan efektif apabila komunikasi yang terjadi bersifat dua arah yaitu dimana makna yang distimulasikan serupa atau sama dengan yang dimaksudkan oleh pengirim pesan atau komunikator. Menurut (Sobur, 2014) terdapat dua jenis pesan dalam komunikasi, antara lain:

a. Pesan Verbal

Pesan verbal merupakan bentuk komunikasi lisan yang melibatkan satu atau beberapa kata. Sebagian besar ucapan yang diutarakan secara sadar termasuk dalam kategori pesan verbal yang disengaja, yaitu upaya yang dilakukan secara sadar untuk berkomunikasi dengan orang lain secara lisan. Sedangkan terdapat juga pesan verbal yang tidak disengaja, yaitu sesuatu yang kita ucapkan tanpa bermaksud menyampaikan hal tersebut

b. Pesan non-verbal

Pesan non-verbal kategorinya cukup luas mencakup semua aspek non-verbal dalam perilaku seperti sikap tubuh, ekspresi wajah, gerakan tangan, nada suara dan sebagainya. Pada intinya pesan non-verbal adalah pesan

yang disampaikan tanpa penggunaan kata, melainkan dengan penggunaan simbol-simbol yang terlihat lewat gestur tertentu.

Terdapat juga dua model penyusunan pesan menurut Cassandra L. Book (1980) dalam (Sobur, 2014) yaitu:

a. Penyusunan pesan informatif

Model penyusunan pesan ini bersifat informatif dan biasanya ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran khalayak. Prosesnya lebih ditujukan pada penyebaran informasi dengan cara yang simpel, cakupan yang luas dan pemakaian istilah yang mudah untuk dipahami oleh masyarakat umum tanpa menggunakan istilah yang kurang populer.

b. Penyusunan pesan persuasif

Model penyusunan pesan ini bertujuan untuk mengubah sikap, persepsi dan pandangan khalayak. Maka dari itu, pesan persuasif mengandung proposisi yang merupakan tujuan yang diinginkan oleh sumber pesan terhadap penerima sebagai hasil atas pesan yang telah disampaikan. Dengan kata lain, Setiap pesan diharapkan dapat menghasilkan perubahan pada audiens.

Menurut Cangara (2000) dalam (Sobur, 2014) mengatakan bahwa cukup banyak teori yang mengatakan yang membahas penyampaian dan penyusunan pesan, diantaranya adalah;

1) Teori *Over power em*

Teori ini menunjukkan bahwa sebuah pesan yang diulang-ulang, disampaikan lewat durasi yang panjang, dan dengan suara yang keras, akan cenderung lebih mudah dilupakan khalayak

2) Teori *Glamour*

Teori ini menyebutkan bahwa ide atau pesan yang disampaikan dengan cara menarik akan membuat audiens tertarik dan cenderung menerima pesan tersebut

3) Teori *Don't Tell Em*

Teori ini memberi pendapat bahwa suatu ide tidak disampaikan kepada orang lain, mereka tidak akan memperhatikan atau mempertanyakan, sehingga tidak akan membentuk pendapat tentang ide tersebut.

Dalam penelitian ini, teori pesan yang dikemukakan oleh Laswell dan dikembangkan oleh Robert K. Merton menjadi penting karena dalam penyampaian gaya komunikasi oleh Jonathan Liandi, dapat dianalisis pesan tersurat (*manifest*) dan tersirat (*latent*) lewat audio, visual, dan juga teks yang ada pada channel youtube Jonathan Liandi. Melalui ketiga aspek tersebut nantinya dapat dimengerti bagaimana jenis pesan yang disampaikan, pesan tersirat dan juga pesan tersurat dari gaya komunikasi yang disampaikan oleh Jonathan Liandi.

2.3. Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi adalah salah satu cara seseorang yang ingin memberikan pengaruh dengan berinteraksi lewat kata-kata dengan harapan dapat mengubah perilaku orang lain yang sedang kita ajak untuk berkomunikasi. Gaya komunikasi merupakan sebuah awalan untuk bisa memahami sifat dan kepribadian orang lain dalam lingkup kehidupan sosialnya. Gaya komunikasi bisa memberi pengaruh dalam relasi seseorang baik dalam karir maupun kehidupan sosial. Satu dari sekian banyak hal yang memiliki peran penting untuk *branding* diri adalah kemampuan dalam berbicara dan kemampuan dalam berkomunikasi secara luas.

Suranto (2011) mengartikan gaya komunikasi sebagai serangkaian perilaku interpersonal yang khusus dan digunakan dalam konteks tertentu. Setiap gaya komunikasi terdiri dari kumpulan perilaku yang ditujukan untuk mendapatkan respon atau reaksi spesifik dalam situasi tertentu. Kesesuaian dari gaya komunikasi yang digunakan bergantung pada maksud dari *sender* dan harapan dari *receiver*. (Setiadarma and Suswanto, 2020)

Dalam gaya komunikasi akan terlihat lebih vital daripada konten komunikasi itu sendiri. Sebagian besar orang dapat memahami sebuah konten dengan baik akan tetapi pesan komunikasi nya tidak dapat diterima oleh orang lain karena ia tidak bisa menyampaikan dengan baik pesan komunikasi tersebut. Maka dari itu gaya komunikasi sangat perlu untuk diaplikasikan sebagai satu dari sekian banyak poin yang dapat memberikan pengaruh tersendiri dalam melakukan personal branding. (Maula, 2023)

Steward L. Tubbs dan Slyvia Moss (2019) dalam (Wijaya et al., 2023) menyampaikan bahwa terdapat enam poin tipe Komunikasi antara lain :

1. *Controlling Style* (Mengendalikan)

Gaya *Controlling Style* sering digunakan untuk mempengaruhi orang lain tentang apa yang dilakukannya. Orang-orang yang Menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan Komunikasi satu arah (*one way communication*)

2. *Equalitarian Style* (Kesetaraan)

Gaya *Equalitarian Style* adalah gaya yang memiliki aspek penting yaitu kesetaraan. Hal ini dapat dilihat dari adanya penyebaran penyampaian pesan-pesan verbal secara lisan maupun yang bersifat dua arah (*two way communication*). Komunikasi dalam gaya ini dilakukan secara terbuka.

3. *Structuring Style* (Berstruktur)

Gaya ini memberikan instruksi, menempatkan tanggung jawab dan mempersiapkan struktur organisasi memanfaatkan komunikasi tertulis dan lisan. Pengirim pesan lebih berfokus pada bagaimana membujuk orang lain dengan menyebarkan rincian tentang tujuan, tugas, rencana dan pedoman organisasi.

4. *Dynamic Style* (Dinamik)

Gaya ini cenderung agresif, sehingga paling cocok untuk lingkungan kerja yang serba cepat dan taktis. Pendekatan ini sangat penting, tetapi juga menuntut pekerja untuk bisa mengatasi masalah atau hambatan.

5. *Relinquishing Style* (Saran)

Gaya ini menyampaikan ketersediaan untuk mendengarkan masukan dan pendapat orang lain alih-alih memaksakan ide, pendapat, dan saran sendiri. Ketika bekerjasama dengan orang-orang yang berpengalaman dan kompeten serta bertanggung jawab atas pekerjaan mereka, pendekatan ini bekerja dengan baik.

6. *Withdrawal Style* (Menarik Diri)

Gaya ini menunjukkan penolakan untuk berkomunikasi dengan orang lain karena adanya persoalan atau kesulitan antar pribadi. Menggunakan gaya ini dapat menyebabkan pelemahan komunikasi dan dihindari dalam konteks Komunikasi dengan lingkungan.

Dengan mengenali dan memahami gaya komunikasi, kita dapat meningkatkan efektivitas Komunikasi, membangun hubungan yang sehat dan menghindari konflik yang tidak perlu dalam interaksi interpersonal. Berikut adalah macam-macam gaya Komunikasi (Adler, II and Manning, 2023) antara lain adalah:

- a. Komunikasi Pasif

Komunikasi pasif cenderung tidak membela dirinya sendiri dan menghindari mengungkapkan pendapat, pikiran maupun perasaan. Mereka akan cenderung meminta maaf meski pendapatnya diacuhkan oleh orang lain. Orang dengan tipe ini memungkinkan beberapa hak pribadinya dilanggar dan membiarkan orang lain mendominasi. Hal ini membuat mereka merasa cemas dan putus asa karena kehilangan kendala atas hidupnya. Namun mereka dapat menjadi komunikator yang lebih kuat dengan belajar mendorong dirinya untuk menjadi lebih tegas.

b. Komunikasi Agresif

Komunikasi Agresif secara langsung akan terlihat membela dirinya, dan sering melanggar hak-hak orang lain dengan cara yang kasar atau ofensif. Sikap ini diakibatkan oleh rasa rendah diri yang terlihat secara dominan. Mereka sering mengkritik, menyalahkan orang lain, serta Menggunakan intimidasi untuk mendapatkan kontrol. Akibatnya, mereka sering dijauhi oleh orang-orang dan merasa tidak memiliki kendala yang sebenarnya

c. Komunikasi Pasif-Agresif

Komunikasi Pasif-Agresif cenderung tidak menghadapi masalah secara langsung, namun mengungkapkan kemarahan atau frustasinya secara tidak langsung. Mereka sering terlihat sarkas untuk menghindari sebuah konfrontasi akan tetapi tetap berusaha mempengaruhi situasi. Mereka merasa kesal dan tidak mampu, serta sering mengatakan “iya” meskipun sebenarnya dalam lubuk hatinya ingin berkata “tidak”

d. Komunikasi Tegas (Asertif)

Komunikasi tegas dapat menyampaikan opininya secara jelas tanpa melanggar hak hak orang lain. Mereka memiliki rasa percaya diri yang tinggi, mendengarkan secara aktif dan mampu mengatasi masalah tanpa memicu konflik. Mereka juga tenang dan menunjukkan pengendalian diri yang baik saat mengontrol bahasa tubuh.

Pada penelitian ini, gaya komunikasi yang digunakan adalah gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Ronald B.Alder dan Neil Towne yaitu gaya komunikasi pasif, agresif, pasif-agresif, dan juga asertif. Hal tersebut dikarenakan

dalam konteks streaming game, keempat gaya komunikasi tersebut cukup relevan dengan rutinitas yang sering ditemui ketika seorang streamer sedang melakukan streaming game. Seorang streamer selalu menunjukkan keempat gaya komunikasi tersebut lewat audio atau ucapan yang disampaikan, melalui visual atau apa yang dia perlihatkan, serta melalui teks yang ia tampilkan. Oleh karena itu nantinya akan mudah dianalisis lebih lanjut melalui channel youtube @JonathanLiandi, mengenai gaya komunikasi apa yang sering digunakan dari keempat gaya komunikasi yang disampaikan oleh Ronald B. Adler dan Neil Towne tersebut.

2.4 Analisis Isi

Analisis isi bisa disebut sebagai metode penelitian ilmiah yang dibuat untuk memahami karakteristik konten serta menarik sebuah kesimpulan dari data yang tersedia. Pada penelitian kualitatif, analisis isi lebih ditujukan pada bagaimana seorang peneliti menafsirkan komunikasi secara mendalam, termasuk juga bagaimana mereka memahami sebuah pesan, Menganalisis simbol-simbol, dan mengartikan interaksi simbolik dalam komunikasi. Analisis isi secara umum merupakan sebuah teknik analisis untuk membuat keputusan dan kesimpulan dari berbagai sumber seperti dokumen tertulis atau rekaman dengan melakukan identifikasi pesan dan informasi secara sistematis dan objektif sesuai dengan konteksnya.

Menurut Max Weber, analisis isi merupakan sebuah metode penelitian yang menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat inferensi atau dugaan yang valid pada sebuah teks. Sedangkan Menurut Riffe, Lacy, dan Fico, analisis isi merupakan pengujian yang sistematis dan bisa ditiru dari simbol-simbol komunikasi, yang dimana simbol tersebut diberikan nilai numerik berdasarkan pengukuhan yang valid dan analisis Menggunakan metode statistik untuk memberikan gambaran berupa isi komunikasi, menarik sebuah kesimpulan dan memberikan konteks. Bisa disimpulkan menurut pendapat diatas bahwa analisis isi merupakan metode penelitian yang sistematis dan bisa ditiru dari simbol-simbol komunikasi untuk memberikan gambaran berupa isi komunikasi, menarik kesimpulan dan memberikan konteks.

Menurut Klaus Krippendorff, analisis isi merupakan suatu teknik penelitian untuk membuat dugaan atau kesimpulan yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah ditanya dengan memperhatikan konteksnya. (Hakim, 2007) Sebagai suatu teknik penelitian, analisis isi mencakup serangkaian prosedur khusus yang digunakan untuk memproses data ilmiah secara sistematis. Teknik ini memiliki tujuan untuk memperluas wawasan, menambah pengetahuan baru, memberikan beberapa fakta serta panduan praktisi untuk implementasinya. Analisis Isi adalah sebuah alat penelitian yang penting dalam memahami berbagai jenis data, termasuk komunikasi verbal, teks, dan media lainnya sehingga dapat menelusuri makna yang lebih rinci dari konten yang sedang dianalisis. Seperti teknik penelitian lainnya, analisis isi membantu peneliti untuk menemukan pola, tren atau temuan yang tidak terlihat dari data, yang dapat memperkuat pengambilan sebuah keputusan atau pengembangan teori. (Krippendorff, 1980)

Analisis isi adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik komunikasi, baik yang tampak (*manifest*) maupun yang tidak tampak (*latent*). Menurut Neuendorf (2002:23) dan Krippendorff (2006:20), analisis isi memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan memahami elemen-elemen eksplisit serta implisit dalam komunikasi. Pendekatan ini dapat diaplikasikan secara kuantitatif maupun kualitatif, tergantung pada tujuan penelitian.

Dalam bukunya, (Eriyanto, 2011) juga menegaskan bahwa analisis isi tidak hanya berfokus pada pesan yang langsung terlihat, tetapi juga pada makna tersembunyi yang membutuhkan interpretasi lebih mendalam. Pesan *manifest* mencakup elemen-elemen yang jelas dan langsung dapat diidentifikasi, sedangkan pesan *latent* melibatkan makna tersembunyi yang memerlukan analisis kontekstual untuk diungkapkan.

2.5 Streamer Game Online

Streaming game online merupakan kegiatan yang dimana pemain memainkan game dan melakukan siaran langsung secara bersamaan melalui platform siaran tertentu. Pemain yang melakukan video game streaming dapat dikatakan sebagai streamer (August and Paramita, 2022). Para streamer memainkan

peran penting dalam membangun kedekatan dengan penggemar game online, Melalui platform tertentu seperti Youtube, streamer dapat lebih dekat dan aktif berinteraksi dengan penggemar yang menonton lewat beberapa fitur seperti *link donate*, kolom komentar, *live chat*, dan lain-lain.

Streamer merupakan seseorang yang melakukan penyiaran konten secara langsung melalui platform digital dengan menggunakan internet, sehingga penonton dapat melihat secara *real-time* tanpa perlu mengunduh konten terlebih dulu. Kegiatan yang dilakukan bisa bervariasi mulai dari bermain game, melakukan vlog, menyiarkan musik, diskusi, atau tutorial. Streaming biasanya dilakukan melalui beberapa platform seperti Twitch, Youtube, Facebook, dan media sosial lainnya. Para streamer berinteraksi langsung dengan penonton melalui fitur livechat atau komentar selama siaran berlangsung. Streamer juga dapat memperoleh pendapatan melalui sponsor, donasi dari penonton, iklan, atau kemitraan dengan platform yang digunakan. (Sjöblom and Hamari, 2017)

Berdasarkan penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa streamer game online memiliki peran yang penting dalam dunia e-sports khususnya dalam Mobile Legend. Streamer tidak sekedar menjadi panggung hiburan bagi penonton, akan tetapi juga menjadi influencer yang memberi pengaruh besar dalam membangun komunitas dan *fanbase* dari Mobile Legend itu sendiri.

2.6 Game Online

Menurut kamus besar bahasa indonesia (KBBI) game merupakan sebuah permainan. Permainan adalah kegiatan bermain yang dilakukan dengan peraturan dan alur tertentu yang dilakukan oleh banyak orang untuk bersenang-senang. (Adiningtyas, 2017) mengatakan bahwa game online merupakan salah satu jenis permainan pada komputer yang membutuhkan koneksi internet sebagai medianya. Game online disediakan oleh layanan penyedia jasa internet untuk fitur tambahan sebagai bukti berlangganan. Bahkan game online tersebut dapat langsung digunakan pada sistem yang telah difasilitasi oleh *developer* dari game tersebut.

Game online adalah permainan elektronik bersifat *multiplayer* yang dihubungkan melalui jaringan internet dan dimainkan melalui perangkat seperti ponsel, komputer, laptop, atau perangkat lainnya dan dapat dimainkan diwaktu

yang bersamaan (Surbakti, 2017). Terdapat beberapa genre yang populer dalam game online antara lain MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*), FPS (*First-Person Shooter*), dan juga RPG (*Role-Playing Game*)

2.7 Mobile Legends

Mobile Legends merupakan game yang dibuat khusus untuk smartphone. Dalam permainannya, terdapat dua tim yaitu tim kita sendiri dan tim lawan. Kedua tim harus berusaha untuk saling menghancurkan seluruh bangunan atau turret musuh dan tetap mempertahankan bangunan atau turret sendiri agar tidak dikalahkan oleh musuh. Dalam map nya terdapat tiga jalur yang biasa disebut *Top Lane* (atas), *Mid Lane* (tengah), dan juga *Bottom Lane* (bawah) dan tiap jalurnya terdapat minion yang berguna untuk membantu mempertahankan bangunan dan memberi serangan kepada lawan. Mobile Legends terdapat beberapa tingkatan peringkat mulai dari warrior, elite, master, grandmaster, epic, legend, mytic honor, mytic glory, mytic immortal. (Wijaya and Paramita, 2019)

Mobile Legend termasuk dalam jenis permainan atau game moba atau biasa disebut dengan *mobile analog*. Game yang dibuat oleh Moonton tersebut sudah menjadi salah satu patokan di industri e-sports khususnya di wilayah Asia Tenggara. Mobile Legends memiliki turnamen untuk mempertandingkan tim-tim di tiap regionalnya dengan nama turnamen Mobile Legends Professional League (MPL). MPL tersebut dilaksanakan secara rutin Setiap season dengan format liga dan berlanjut hingga fase gugur.

Melihat perkembangannya sejauh ini, wajar bila banyak streamer ataupun konten creator yang membuat konten terkait Mobile Legends di beberapa platform media sosial seperti Youtube dengan berbagai konten-konten tertentu. Popularitasnya yang terus meningkat membuat Mobile Legends menjadi salah satu game yang cukup digandrungi dan populer di dunia gaming.

2.8 Youtube

Melalui Youtube, orang banyak menonton tayangan tayangan yang ada untuk media bisnis, media pembelajaran dan juga media hiburan. Youtube memberikan banyak fasilitas menarik seperti media sosial lainnya, salah satunya yang menarik adalah fitur live streaming pada youtube. Lewat fitur ini, penonton

dapat berinteraksi secara non verbal kepada streamernya. Sebutan streamer sendiri telah diberikan kepada orang yang melakukan siaran livestream di Youtube. Streamer sendiri telah menjadi suatu komunitas yang populer di youtube karena antusias penonton dan keuntungan finansial yang dihasilkan cukup mendukung. Maka dari itu streamer disebut sebagai hiburan oleh penontonnya. (King and de La Hera, 2020)

Youtube saat ini menjadi salah satu dari sekian banyak media komunikasi digital masa kini yang memiliki fungsi sebagai platform untuk mengunggah berbagai jenis konten yang berbentuk video yang secara langsung dibagikan kepada orang-orang yang menonton dengan internet.

2.9 Jonathan Liandi

Jonathan Liandi adalah seorang gamer dan streamer yang berasal dari Prambumulih, Sumatera Selatan. Sebelum menjadi seorang streamer, Jonathan Liandi dulunya adalah seorang profesional player MLBB yang aktif bermain untuk beberapa tim seperti ONIC esports, Bigetron Esports, dan juga EVOS esports. Pada saat itu ia bermain bersama profesional player ternama lain seperti Jess no Limit, Oura, Donkey, Marsha, Watt, dan beberapa profesional player lainnya. Dalam rentang waktu beberapa musim tersebut ia menjadi player yang cukup dikenal dan mendapatkan gelar juara kedua pada MPL Season 2 di tahun 2018.

Setelah memutuskan pension sebagai profesional player, Jonathan Liandi sempat beralih menjadi seorang *Brand Ambassador* dari tim EVOS esports. Pada saat itu, ia menjadi profesional player pertama yang menjadi talent dari sebuah tim sports. Setelah itu, ia mulai aktif dan fokus dengan channel youtubenya yang ia beri nama @JonathanLiandi. Ia mulai dikenal sebagai seorang streamer dan youtuber berkat konten-kontennya yang cukup menghibur dan banyak disukai oleh penggemar mobile legends.

Variasi tema konten yang melimpah mulai dari EMPETALK, EMPESHOW, EMPACTION, EMPETOIR, dan beberapa konten lainnya membuat penonton yang berkunjung ke channel youtube dari Jonathan Liandi memiliki banyak pilihan konten untuk ditonton. Tingkah konyolnya saat melakukan streaming dan informasi yang diberikan seputar games, menjadi salah satu ciri

khasnya dalam Setiap kontennya. Hal tersebutlah yang menjadikannya Streamer dengan subscriber terbanyak ketiga per Agustus 2024. (Sugiarti, 2024)

2.10 Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada Gaya Komunikasi Streamer e-sports Mobile Legend pada konten channel Youtube @JonathanLiandi. Dikarenakan Youtube merupakan salah satu platform yang banyak digunakan oleh para streamer untuk melakukan interaksi dan berkomunikasi dengan penggemar atau penonton. Dalam hal ini, Gaya Komunikasi menjadi penting dikarenakan dapat menjadi salah satu cara streamer dalam membentuk *branding* atau ciri khas dari streamer itu sendiri.

2.11 Kerangka Berfikir/Kerangka Konseptual



Gambar 2. 1 Susunan Kerangka Konseptual

2.12 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

| No | Judul Penelitian, Penerbit | Tujuan Penelitian | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
|----|-------------------------------|-------------------|----------------------|------------------|
|----|-------------------------------|-------------------|----------------------|------------------|

| | | | | |
|---|--|---|-------------------|---|
| 1 | <p>GAYA KOMUNIKASI AKUN TIKTOK @msalbaniquotes DALAM MENYAMPAIKAN NILAI-NILAI ISLAM DI KALANGAN GEN-Z, Wijaya & Muktarruddin, 2024</p> | <p>Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui gaya Komunikasi yang digunakan pada akun tiktok @msalbaniquotes</p> | <p>Kualitatif</p> | <p>Dari hasil penelitian, menyebutkan bahwa gaya Komunikasi dari akun tiktok @msalbaniquotes terbukti menarik dan efektif, menghasilkan konten yang banyak disukai dan dibagikan di kalangan Gen-Z. Konten-konten tersebut tidak hanya menghibur, tetapi juga membentuk sikap positif dan memotivasi penonton. Gaya komunikasinya juga terbukti berhasil membangun pengaruh besar dikalangan Gen-Z, membuktikan bahwa media sosial bisa menjadi sarana yang tepat dalam menyebar pesan-pesan positif.</p> |
| 2 | <p>GAYA KOMUNIKASI DAKWAH HABIB JAFAR DI MEDIA SOSIAL (Studi akun Instagram @husein_hadar), Iskandar & Habibi, 2024</p> | <p>Tujuan dari penelitian ini adalah Menganalisis gaya Komunikasi Habib Jafar di media sosial Instagram dengan</p> | <p>Kualitatif</p> | <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Habib Jafar Menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami saat menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Gaya</p> |

| | | | | |
|---|---|---|------------|---|
| | | menggunakan teori gaya Komunikasi dan teori analisis konten. | | komunikasi verbal dan non-verbal yang efektif membantu meningkatkan pemahaman umat tentang agama, memperluas penyebaran dakwah ke berbagai daerah, dan membangun ikatan yang kuat antara da'i dan pengikutnya. |
| 3 | GAYA KOMUNIKASI STREAMER GAME ONLINE MOBILE LEGENDS PADA CHANNEL YOUTUBE OURA GAMING, Maula, 2023 | Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana Gaya Komunikasi Streamer Game Online Mobile Legends pada Channel Youtube Oura Gaming | Kualitatif | Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada konten Eko Julianto memiliki dua pola komunikasi yang digunakan pada dua fase berbeda dalam game Mobile Legends. Terdapat dua gaya komunikasi yang digunakan yaitu komunikasi agresif dan komunikasi asertif. |

Dari beberapa penelitian terdahulu yang dijelaskan diatas, ketiga penelitian tersebut memiliki kesamaan yaitu sama-sama melakukan penelitian dengan konsep gaya komunikasi. Serta ketiga penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif. Keterbaruan dan orisinalitas dari penelitian ini dibandingkan dengan

penelitian terdahulu adalah pada objek penelitian dan fokus penelitian yang berbeda.

Penelitian ini berfokus pada channel Youtube @JonathanLiandi yang merupakan seorang streamer Mobile Legends dan juga seorang Youtuber. Berbeda dengan beberapa penelitian terdahulu yang fokus penelitiannya ada pada akun instagram dan juga tiktok. Dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang lebih luas dan mendalam tentang gaya komunikasi yang ada pada channel Youtube @JonathanLiandi dengan fokus penelitian yang berbeda

