

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 YouTube sebagai Media Komunikasi Sosial

2.1.1 Komunikasi

Berdasarkan pengalamannya pada propaganda politik, Harold D. Lasswell dalam (Rustan, 2017) menyatakan bahwa komunikasi adalah “siapa mengatakan apa kepada siapa menggunakan saluran apa dan dengan dampak apa”. Aristoteles menegaskan terhadap unsur dari pembicara, pesan, dan khalayak yang kemudian melihat dari proses komunikasi yang menggunakan media (channel) dan memberikan sebuah dampak. Komunikasi, menurut Bernard Berelson & Gary A. Steiner dalam (Rustan, 2017) adalah pemindahan informasi, konsep, perasaan, kemampuan, dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, figure, grafik, dan sebagainya.

Transmisi sebagai suatu tindakan atau proses yang sering disebut sebagai komunikasi. Carl I. Hovland dalam (Rustan, 2017) menyatakan bahwa komunikasi adalah proses dimana seorang individu (komunikator) berbicara dengan penerima (komunikan) dengan tujuan yang disengaja untuk memengaruhi perilaku penerima. Sedangkan menurut Turner, komunikasi merupakan proses sosial yang dimana individu menggunakan symbol-simbol untuk menciptakan serta menginterpretasikan makna dalam lingkungan dan terdapat 5 komponen komunikasi yaitu sosial, proses, simbol, makna, dan lingkungan (Rustan, 2017).

Tujuan Komunikasi

Aktivitas komunikasi dilakukan untuk memenuhi harapan dan tujuan tertentu. Menurut (Rustan, 2017) Tujuan komunikasi adalah make them SMART, yaitu:

- a. *Specific*
Membuat sasaran individu mendengarkan informasi yang telah diberikan dari sumber, pesan, media, serta efek dan konteks yang juga khusus.
- b. *Measurable*
Menilai kelayakan sumber untuk mencapai sasaran komunikasi, tujuan, dampak, indicator atau alat ukur pesan, dan media.
- c. *Attainable*
Penetapan dalam pencapaian pada suatu aktivitas komunikasi, menentukan tingkat pencapaian dari tujuan komunikasi dalam persentase perubahan sikap, dll.
- d. *Result-orientated*
Sasaran komunikasi harus didasarkan pada hasil yang diharapkan (*planned communication, intentionality communication*).
- e. *Time limited*
Komunikasi yang terikat oleh waktu dipandang sebagai komponen penting dari komunikasi yang efektif dan harus dipatuhi

Unsur-Unsur Komunikasi

Menurut Harold Laswell dalam buku (Mulyana, 2022), cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan “*who says what in which channel to whom with what effect.*”

- a. Sumber (*source*)
Nama lain dari sumber adalah *sender, communicator, speaker, encoder*, atau *originator*. Merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa saja berupa individu, kelompok, organisasi perusahaan bahkan Negara.
- b. Pesan (*message*)
Merupakan seperangkat symbol verbal atau non-verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud dari sumber (*source*).
- c. Saluran (*Channel*)
Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber (*source*) untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran pun meurujuk pada bentuk pesan dari cara penyajian pesan.

d. Penerima (*receiver*)

Nama lain dari penerima adalah *destination, communicant, decoder, audience, listener*, dan *interpreter* dimana penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber.

e. Efek (*effect*)

Merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut

2.1.2 Komunikasi Sosial

Komunikasi sosial adalah komunikasi yang terjadi ketika antar individu dalam kehidupannya di wilayah masyarakat dan memiliki konteks dalam dimensi kehidupan. Komunikasi sosial juga merupakan proses yang dapat mempengaruhi keterkaitan sosial antar individu dalam kehidupan bersosial (Pandaleke et al., 2020).

Fungsi dari komunikasi adalah sebagai penyampaian informasi yang utama, mendidik, menghibur dan yang terakhir mempengaruhi orang lain dalam bersikap ataupun bertindak. Menurut (Suharno, 2016) ada lima fungsi dari komunikasi yaitu

a. Menyampaikan Informasi (*to Inform*)

Dapat dikatakan bahwa aktivitas utama dalam komunikasi adalah menyampaikan pesan dan informasi

b. Mendidik (*to Educate*)

Idealnya informasi yang disampaikan kepada komunikan terutama dalam komunikasi media massa harus menekankan pada aspek mendidik

c. Menghibur (*to Entertain*)

Lepas dari pro dan kontra tentang hiburan yang sehat dan yang tidak sehat, yang jelas bahwa informasi yang di kemas tertuma dalam komunikasi massa memiliki fungsi dan tujuan menghibur

d. Pengawasan (*Surveillance*)

Komunikasi, baik massa maupun interpersonal pada dasarnya memiliki fungsi pengawasan

e. Memengaruhi (*to Influence*)

Pesan yang disampaikan dalam proses komunikasi dasarnya bertujuan untuk memengaruhi komunikan.

Berdasarkan uraian diatas peneliti menyimpulkan bahwa inti dari fungsi komunikasi adalah dapat menjadi pengawasan lingkungan yakni seorang biasa memperoleh informasi baik dari luar maupun dalam lingkungannya. Komunikasi pun berfungsi menghubungkan bagian-bagian yang terpisah meliputi intepretasi informasi mengenai lingkungan dan pemakaiannya untuk berperilaku terhadap peristiwa dan kejadian-kejadian.

Setiap individu yang berkomunikasi pasti memiliki tujuan, secara umum tujuan komunikasi adalah lawan bicara agar mengerti dan memahami maksud makna pesan yang disampaikan. Menurut (Effendy, 2017) ada empat tujuan komunikasi, yaitu

- a) Mengubah Sikap (*to Change The Attitude*), yaitu sikap individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.
- b) Mengubah Pendapat Atau Opini (*to Change Opinion*), yaitu pendapat individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.
- c) Mengubah perilaku (*to Change The Behavior*), yaitu perilaku individu atau sekelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang diterima.
- d) Mengubah masyarakat (*to Change The Society*), yaitu tingkat social individu atau kelompok terhadap sesuatu menjadi berubah atas informasi yang mereka terima.

Berdasarkan uraian diatas peneliti menyimpulkan bahwa tujuan dari komunikasi memiliki pengaruh yang besar bagi si penerima pesan atau

informasi. Pesan yang disampaikan dari komunikator kepada komunika tersebut dapat merubah sikap, opini atau pendapat, perilaku bahkan dapat merubah masyarakat dengan informasi yang telah diberikan oleh sang penyampai pesan atau komunikator.

2.1.3 Macam-Macam Media Komunikasi Sosial

Klasifikasi media komunikasi sosial menurut (Ritonga, 2023) dibagi menjadi 6 bagian, antara lain:

1. Proyek Kolaborasi (Collaborative Projects)

Proyek kolaborasi merupakan bentuk demokratisasi media sosial, di mana banyak pengguna internet dapat bersama-sama menyunting, menambah, atau menghapus informasi yang tersedia. Wiki menjadi salah satu contoh platform yang memungkinkan pengguna melakukan perubahan secara langsung. Wikipedia, misalnya, adalah ensiklopedia daring multibahasa yang dibangun secara kolaboratif.

2. Blog (Blogs)

Blog termasuk salah satu jenis media sosial tertua yang memungkinkan penggunanya menulis catatan atau artikel dalam urutan kronologis. Blog banyak dimanfaatkan dengan beragam tujuan, mulai dari wadah menuliskan pengalaman pribadi (seperti buku harian), media berbagi informasi, hingga sarana jual beli. Salah satu contoh platform blog adalah Wordpress.

3. Komunitas Konten (Content Communities)

Komunitas konten adalah media sosial yang berfungsi sebagai wadah untuk menyimpan dan menyebarkan konten buatan pengguna kepada khalayak luas. Contohnya antara lain YouTube untuk berbagi video, SlideShare untuk berbagi presentasi, serta Flickr untuk berbagi foto.

4. Dunia Game Virtual (Virtual Game Worlds)

Dunia game virtual berkaitan erat dengan permainan daring, di mana pengguna memiliki avatar atau karakter yang mewakili dirinya. Karakter tersebut dapat berinteraksi dengan karakter lain dan melakukan berbagai aktivitas di dalam dunia game. Contoh yang populer antara lain *World of Warcraft*, *Watch Dogs*, dan *Need for Speed*.

5. Dunia Sosial Virtual (Virtual Social Worlds)

Berbeda dengan dunia game virtual, dunia sosial virtual berfokus pada penciptaan “kehidupan kedua” di luar realitas sehari-hari. Pengguna dapat memerankan diri sebagai orang lain dengan interaksi dan aktivitas yang menyerupai kehidupan nyata. Contoh platform ini adalah *Second Life*.

6. Situs Jejaring Sosial (Social Networking Sites)

Situs jejaring sosial menyediakan ruang bagi pengguna untuk membuat profil pribadi berisi data diri, berkomunikasi dengan orang lain, serta membagikan berbagai bentuk konten (teks, gambar, suara, atau video). Selain itu, pengguna dapat mengikuti aktivitas sehari-hari teman melalui pembaruan status. Contoh dari kategori ini adalah Facebook, Friendster, dan MySpace. Instagram sendiri termasuk ke dalam jenis situs jejaring sosial.

Media Sosial

Secara umum, media dapat dipahami sebagai sarana komunikasi sebagaimana definisi yang sudah dikenal. Media sering dikaitkan dengan sifatnya yang bersifat massal, terlihat dari berbagai teori dalam komunikasi massa. Sementara itu, istilah sosial dalam media sosial lebih tepat dipahami melalui perspektif sosiologi, karena merujuk pada hubungan antarindividu

yang tercermin dalam tindakan sosial maupun interaksi sosial. Meskipun pengertian dasar tentang media dan sosial telah dijelaskan, merumuskan definisi media sosial tidak cukup hanya berdasarkan aspek teknologinya. Diperlukan pemahaman melalui teori-teori sosial agar lebih jelas membedakan media sosial dengan bentuk media lain di internet sebelum menyimpulkan apa yang dimaksud dengan media sosial. Media sosial merupakan sarana berbasis internet yang memungkinkan penggunanya menampilkan identitas diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi informasi, berkomunikasi dengan orang lain, serta membangun hubungan sosial secara virtual (Yulistiyono, 2021).

Media sosial adalah platform daring berbasis aplikasi internet yang memungkinkan pengguna untuk berbagi, berpartisipasi, serta menghasilkan konten dalam berbagai bentuk seperti blog, wiki, forum, jejaring sosial, hingga ruang virtual yang ditunjang teknologi multimedia yang terus berkembang. Kelebihan media sosial terletak pada kecepatan penyebaran informasi, sementara kelemahannya mencakup berkurangnya intensitas interaksi tatap muka, potensi kecanduan berlebihan, serta munculnya masalah hukum akibat konten yang melanggar etika, privasi, maupun aturan yang berlaku (Ulfa, et al., 2024).

Media sosial merupakan platform berupa situs maupun aplikasi yang memanfaatkan teknologi internet. Kehadiran media ini memungkinkan penggunanya untuk terhubung dengan siapa saja, mulai dari orang terdekat hingga individu yang sebelumnya tidak dikenal. Berdasarkan hasil FGD, media sosial dipahami sebagai layanan jaringan daring yang memfasilitasi hubungan antarindividu maupun kelompok (Sihombing, et al., 2025).

Manfaat Media Sosial

Media sosial merupakan bagian penting dari sistem relasi, koneksi, dan komunikasi yang berkembang di masyarakat. Menurut Rizqiyah, et al. (2025) dalam penggunaan media sosial, terdapat sejumlah sikap yang perlu ditumbuhkan terkait dengan peran dan manfaat media sosial. Pertama, media sosial berfungsi sebagai sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan informasi. Berbagai aplikasi yang tersedia memungkinkan pengguna memperoleh berbagai pengetahuan, data, maupun isu dari berbagai belahan dunia. Selain sebagai sumber informasi, media sosial juga menjadi wadah untuk menyampaikan pesan kepada orang lain. Karena konten yang hadir berasal dari latar belakang sosial, budaya, ekonomi, dan tradisi yang berbeda, maka pengguna dituntut memiliki sikap kritis, kemampuan analisis yang tajam, kebijaksanaan, serta pengendalian emosi agar mampu memanfaatkan media sosial secara positif.

Kedua, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana dokumentasi, administrasi, dan integrasi. Setiap aplikasi pada dasarnya menyimpan berbagai jenis konten, mulai dari profil pribadi, laporan peristiwa, rekaman kejadian, hingga hasil kajian penelitian. Dengan karakteristik tersebut, organisasi maupun individu dapat menggunakan media sosial untuk menyusun kebijakan, melatih pengguna, hingga mengintegrasikan berbagai lini agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Contoh pemanfaatannya dapat berupa pembuatan blog organisasi, penyebaran konten relevan kepada publik, maupun penggunaan media sosial untuk mendukung visi, misi, dan efektivitas operasional lembaga.

Ketiga, media sosial juga berperan dalam perencanaan, strategi, dan manajemen. Arah dan tujuan penggunaan media sosial sepenuhnya ditentukan oleh penggunanya. Di tangan para praktisi manajemen dan pemasaran, media

sosial menjadi alat yang sangat efektif dalam merancang strategi, baik untuk melakukan promosi, membangun loyalitas pelanggan, memperluas pangsa pasar, mendidik publik, hingga mengumpulkan umpan balik dari masyarakat.

Keempat, media sosial berfungsi sebagai sarana kontrol, evaluasi, dan pengukuran. Respons publik yang muncul melalui media sosial dapat dijadikan indikator sejauh mana strategi atau kebijakan yang diterapkan telah berjalan dengan baik. Dari interaksi yang terjadi, organisasi dapat menilai pemahaman masyarakat terhadap suatu isu, memantau kepatuhan atau pelanggaran terhadap prosedur, serta mengidentifikasi harapan dan kecenderungan publik. Hal ini menjadikan media sosial tidak hanya sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen evaluasi dan pencegahan yang efektif dalam membentuk opini serta pemahaman masyarakat.

2.1.4 Pengertian YouTube

YouTube telah berkembang menjadi platform utama dalam penyebaran berbagai jenis konten, salah satunya adalah konten esports. Dalam konten esports, YouTube bukan semata wadah rekreasi, melainkan pula sebagai saluran dokumentasi pertandingan seperti, vlog, mic check, gameplay, dan team comms dari para tim professional esports salah satunya adalah BOOM Esports. Popularitas YouTube dalam kalangan komunitas game dan esports global diperkirakan melampaui 640,8 juta di tahun 2025, data tersebut dilansir dari website demandsage (2025). Media YouTube membuat adanya ruang yang relevan untuk membahas komunikasi yang terjadi secara verbal maupun nonverbal.

Esports telah berkembang sangat pesat dan mencapai puncak di tahun 2024, dalam data Esports Charts (2024) menyajikan bahwa game esports tersering disaksikan selama sejarah di penjuru bumi. Dalam penelitian ini

YouTube menjadi sumber data utama karena menampilkan konten video dari tim profesional esports, yang diperlihatkan dengan respon audiens yang nyata antara pemain selama turnamen berlangsung. Dalam konten tersebut menyajikan komunikasi nonverbal selama situasi kompetitif, seperti ekspresi wajah, gesture tubuh, dan intonasi suara yang menjadi bagian dalam koordinasi dan interaksi tim. Dengan rekaman konten video tersebut, peneliti dapat mengamati bentuk-bentuk komunikasi nonverbal yang muncul secara alami dan spontan yang dilakukan oleh para pemain tim professional esports.

Maka YouTube di akuisisi oleh Google, dengan memperluas jangkauan dan popularitasnya. Youtube merupakan wadah tayangan daring serta berperan pokok dari pemanfaatan laman tersebut dengan digunakan sebagai sarana guna menelusuri, menonton, dan membagikan berbagai konten video yang asli dan dari segala dunia dengan internet (Budiargo, 2015; 47; David et al., 2017). Youtube menyediakan ruang respon audiens melalui sebuah fitur komentar, yang dapat membuat penonton untuk memberikan komentar terhadap video konten. Respons dari audiens tersebut dapat menjadi ranah komunikasi, seperti dukungan emosional, humor, kritik, dan interpretasi aksi yang dilakukan para pemain. Selain itu, Youtube menjadi ruang kreativitas bagi seluruh komunitas creator untuk mengekspresikan ide, berbagi pengalaman, dan memperluas pengetahuan. Peran tersebut yang menjadikan YouTube sebagai bagian penting dalam pembahasan teori dan kerangka berpikir dalam penelitian ini.

2.2 Sifat Pesan Komunikasi dalam YouTube

Jenis komunikasi berdasarkan (Pohan, 2021). Komunikasi dapat terjadi berdasarkan cara penyampaiannya. Pada umumnya cara penyampaian informasi dibedakan menjadi dua yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Komunikasi Berdasarkan Penyampaian Penyampaian informasi dapat dibedakan menjadi dua cara yaitu:

2.2.1 Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang menggunakan simbol atau kata-kata, komunikasi tersebut dinyatakan dengan oral atau lisan maupun tulisan (Abidin, 2022). Komunikasi verbal dibedakan menjadi dua anantara lain yaitu:

1. Komunikasi Lisan

Komunikasi lisan dapat diartikan dengan sebuah proses ketika seorang pembicara melakukan interaksi secara lisan dengan pendengar guna membuat pengaruh tingkah laku si penerima. Komunikasi lisan bisa dilakukan dengan tatap muka, telepon, radio, televisi, dan lain-lain.

2. Komunikasi Tulisan

Komunikasi tulisan merupakan sebuah keputusan yang dilakukan dari pengirim ke penerima dengan simbol-simbol lalu baru dikirimkan. komunikasi tulisan ini bisa berupa memo, surat, buku petunjuk, gambar, dan laporan.

Komunikasi tulisan dipenjelasan atas ini bisa dengan komunikasi teks di game online seperti, chatting dan fitur chat yang memungkinkan pemain untuk mengirim pesan teks secara real-time, dan ada sistem pesan pribadi yaitu fitur chat untuk mengirimkan pesan langsung kepada salah satu pemain lain. Komunikasi teks ini bisa untuk memberikan informasi ataupun hiburan diskusi dalam game online. Sedangkan komunikasi lisan ada, komunikasi suara yang ada dalam game online yaitu voice chat dimana fitur diskusi dengan suara untuk mengkomunikasikan secara real-time, dan push-to-talk yaitu fitur yang memungkinkan pemain berbicara dengan pemain lain hanya dengan menekan tombol yang ditentukan ataupun otomatis.

2.2.2 Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal merupakan ungkapan interaksi yang condong minim tersusun hingga sulit guna dimengerti. Lewat ketidaksamaan asal usul misalnya wilayah, pembelajaran, serta ranah kemasyarakatan membuat penafsiran terhadap pesan yang ingin disampaikan akan berbeda beda, sehingga diperlukan untuk pembelajaran (Juwita et al., 2024). Jadi komunikasi nonverbal merupakan bentuk komunikasi yang disampaikan tanpa menggunakan bahasa lisan maupun tulisan yang berfungsi untuk menjelaskan makna dari komunikasi tersebut.

Penggunaan komunikasi nonverbal dalam permainan tim game online bisa dengan Gerakan avatar dalam game yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan, spray (Gambaran dinding), dan smart ping merupakan penggunaan tanda-tanda di sebuah game untuk menandai lokasi ataupun objek tertentu untuk memberikan tanda atau informasi singkat (Sydney & Martadinata, 2024).

Komunikasi nonverbal dalam penelitian ini menggunakan teori mengacu pada Paul Ekman yang diklasifikasi oleh Deddy Mulyana dalam buku “Ilmu Komunikasi suatu Pengantar” yang ada 10 bentuk komunikasi, antara lain (Nafi’ah, 2021):

1. Bahasa tubuh

Dalam Bahasa tubuh kinesika (*kinesics*) merupakan ranah yang mengkaji ucapan raga, sebutan tersebut dibentuk oleh Ray L. Birdwhistell. Dimana tiap bagian raga yakni, jemari, muka, jemari, kepala, serta betis berikut totalitas menjelma tanda perlambangan yang digunakan. Bahasa tubuh memiliki beberapa bentuk yaitu, sebagai berikut (Mulyana, 2023):

- A. Isyarat Tangan: dimana setiap ucapan disertai dengan isyarat tangan. Seperti halnya, sebagian orang menggunakan gerakan tangan mereka dengan bebas, sementara sebagian lainnya lebih terbatas dan moderat. Hal tersebut dilakukan untuk memperteguh

pesan verbal. Penggunaan isyarat tangan memiliki makna yang berbeda atau berlainan dengan budaya antar budaya.

- B. Gerakan Kepala: merupakan sebuah gerakan yang termasuk dalam komunikasi nonverbal yang berperan untuk memperjelas komunikasi verbal. Gerakan kepala, seperti anggukan kepala yang berarti tidak, yang menjadi bermakna ya di beberapa negara. Begitupun dengan gerakan menggelengkan kepala yang dimaknai sebagai penolakan atau ketidaksetujuan, tapi di beberapa negara bisa berarti penerimaan atau persetujuan.
- C. Postur Tubuh dan Posisi Kaki: berbagai sikap raga spesifik mampu dikaitkan bersama kedudukan kemasyarakatan serta keyakinan spesifik. Sikap raga yang tinggi dan seimbang cenderung di apresiasi yang berlebihan. Hal tersebut memiliki pengaruh citra diri dengan postur tubuh. Tubuh yang tegap sering diartikan dengan kepercayaan diri dan antusiasme. Selain itu, cara duduk dan berdiri sering diartikan berbeda di tiap negara. Cara orang berjalan bisa memberikan pesan kepada orang lain seperti rasa lelah, sehat, bahagia, riang, dan sedih.
- D. Raut Muka, Senyum, serta Pandangan Bola Mata: sejumlah individu yang menilai kalau tingkah laku tanpa verbal yang paling sering berbicara dimana ada ekspresi wajah, dan tatapan mata, meskipun mulut tidak banyak berkata. Menurut Albert Mehrabian, wajah memiliki pengaruh besar dalam pesan yaitu 55%, vocal 38%, dan lisan yakni semata 7%. Berdasarkan Birdwhistell, pergeseran yang cuma kecil mampu menghasilkan ketidaksamaan yang luas. Ekspresi wajah termasuk dalam perilaku nonverbal yang digunakan untuk mengekspresikan emosional seseorang. Ekspresi wajah menurut Ekman et al. bahwasanya orang bisa mengkomunikasikan kebahagiaan dengan mata, senyuman, dan pipi terangkat. Ekspresi kejiikan dilihat dari

bibir atas terangkat, hidung mengkerut, alis dan kelopak mata menurun kebawah. Ketakutan dapat dilihat di daerah mata, mulut yang biasanya terbuka. Ketika seseorang marah cenderung alisnya merendah dan matanya yang menatap dengan intens. Ekspresi ketika terkejut, alis mata terangkat, mata terbuka lebar, dan mulut terkadang terbuka. Ekspresi sedih terlihat di sekitar mata dan mulut.

2. Sentuhan

Sentuhan ini atau sentuh menyentuh disebut juga haptika (*haptics*). Sentuhan memiliki banyak makna, dan dapat digantikan dengan berbagai kata. Dalam realitanya suatu sentuhan dapat memiliki makna sebagai pukulan, tamparan, tepukan, senggolan, pegangan, belaian, dan sebagainya. Sentuhan dilakukan untuk mengekspresikan rasa senang ataupun keakraban, dan bisa untuk mengakui adanya kehadiran seseorang. Menurut Kaye (2005, sebagaimana dikutip dalam Mulyana, 2023) bahwa sentuhan memiliki lima golongan yakni amat tanpa pribadi sampai amat pribadi, yakni sebagaimana:

- A. Fungsional-profesional. Raba yang bercorak resmi maupun beku tak menyertakan perasaan, serta semata tertuju terhadap urusan perdagangan.
- B. Sosial-Sopan. Dalam hal ini perilaku tersebut membangun dan memperkuat harapan, aturan dan praktik sosial. Sentuhan dalam kategori ini seperti berjabat tangan, pelukan saat bertemu maupun berpisah.
- C. Persahabatan-kehangatan. Sentuhan kategori ini memiliki makna yang menandakan adanya hubungan yang akrab, seperti merangkul ketika sudah lama berpisah, menyentuh telapak tangan setelah mencetak skor dalam pertandingan.

- D. Cinta-keintiman. Sentuhan ini bisa diartikan adanya keterkaitan emosional atau ketertarikan kepada seseorang.
- E. Rangsangan Seksual. Golongan tersebut menandakan terhubung bersama golongan terdahulu, tetapi terdapat perbedaan yang bersifat seksual, yang berarti tidak secara langsung bermakna cinta maupun keintiman.

3. Parabahasa

Parabahasa ini bisa disebut juga vokalika (*vocalics*), dimana hal ini merujuk pada suara di luar kata-kata yang dapat dimaknai. Seperti halnya nada, kecepatan bicara, kualitas suara, intensitas suara, intonasi, nada vokal, logat, bunyi bergetar, maupun terisak, serta lain-lain. Tiap sifat vokal menyampaikan perasaan seseorang. Menurut Mehrabian serta Ferris sebagaimana dikutip dalam Mulyana, 2023 menyatakan bahwa parabahasa merupakan aspek nonverbal yang paling penting setelah ekspresi wajah yang digunakan untuk menyampaikan sebuah perasaan atau emosi. Menurut formula mereka lebih dari 90% isi emosional dilihat dari perilaku nonverbal. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa karakteristik Vokal menunjukkan adanya emosi, kemarahan, kegugupan, kesedihan, dan kebahagiaan, sedangkan ketakutan, cinta, dan keterkejutan sulit untuk dinilai. Variasi suara menjadi aspek parabahasa yang memiliki maksud dan makna tertentu. Setiap budaya, suku, subkultur memiliki aspek parabahasa yang berbeda-beda. Aspek parabahasa menjadi warisan budaya setiap bangsa, bukan hanya volume suara, tetapi bisa kecepatan dan intonasi suaranya.

4. Penampilan Fisik

Penampilan fisik memiliki banyak persepsi dari setiap orang, baik dari pakaiannya (gaya, mutu material, serta corak), beserta aksesoris lainnya misalnya, lensa mata, ransel, sandal, arloji, rantai leher, subang,

gelang jari, gelang, dan lainnya. Banyak orang sering memberikan penilaian makna dari karakteristik fisik seseorang yang berkaitan, dari bentuk tubuh, warna kulit, model rambut, dan sebagainya (Nafi'ah, 2021). Karakteristik seperti kekuatan, pesona, rona dermis, bulu kepala, misai, jambang, serta pewarna bibir bisa dipakai guna menyampaikan hal kepada orang lain. Meskipun secara implisit, suatu bidang kajian memperlihatkan kalau pesona jasmani merupakan tanda utama pada konsep kepribadian. Penampilan fisik seseorang bisa diartikan dengan penampilan fisik benda, yaitu sebuah sampul buku ataupun laman di internet (Mulyana, 2023).

5. Bau-bauan

Aroma atau bau-bauan juga dapat digunakan untuk menyampaikan pesan, khususnya melalui aroma misalnya penyegar badan, eau de toilette, eau de cologne, serta minyak wangi yang sudah lama dipakai. Menurut para ahli, wewangian, bau aroma parfum yang dipakai oleh seseorang dapat mencerminkan sifat, selera, dan maupun keyakinan, dan sebagai penyampaian pesan terkait kelas sosial, menjadi pancingan maupun bujukan, ungkapan, kewanitaan ataupun kejantanan. Pada ranah usaha, aroma pun terhubung bersama reputasi, kedudukan, serta kredibilitas.

6. Orientasi Ruang dan Jarak Pribadi

Setiap kebudayaan mempunyai metode khusus ketika menafsirkan tempat, entah eksternal ataupun internal ruang, yang berkaitan dengan interaksi antar individu. Menurut Edward T. Hall yakni membangun proxemics selaku ranah kajian guna mengulas pandangan individu mengenai tempat, serta, dan itu berpengaruh pada komunikasi. Sejumlah eksperimen menunjukkan kalau suasana yang

indah bisa menjadi benak serta ketentraman individu, yang pada akhirnya berubah pada kualitas interaksi dengan orang lain.

7. Konsep Waktu

Waktu sanggup menetapkan seperti apa relasi antar individu. Corak kehidupan milik insan yang berada di dalam waktu terpengaruh oleh kebudayaannya. Menyikapi waktu menggunakan cara yang simbolik dapat menunjukkan Sebagian dari jati diri manusia sendiri. Menurut Edward T. Hall konsep waktu itu dibedakan menjadi dua yaitu, polikronik dan monokronik. Polikronik itu waktu dijadikan sebagai suatu putaran yang kembali dan kembali lagi, dalam hal ini kegiatan lebih dipentingkan daripada waktu itu sendiri. Sedangkan monokronik lebih dipersepsikan bahwa waktu itu berjalan lurus dari masa silam ke masa depan, dan dalam waktu ini lebih ditekankan penjadwalan dan kesegaran waktu tersebut.

8. Diam

Diam memiliki makna karena terkait dengan ruang dan waktu yang menjadi bagian dari lingkungan yang juga bisa diberi makna. Menurut John Cage tidak ada yang benar-benar disebut sebagai ruang kosong maupun waktu kosong, sebab selalu ada sesuatu yang dilihat dan didengar. Jadi bagaimanapun seseorang berusaha untuk diam, hal itu tidak mungkin dilakukan seseorang.

9. Warna

Penggunaan warna dapat mempresentasikan suasana emosional, cita rasa, afiliasi politik, atau bahkan keyakinan agama. Warna bersifat simbolik yang dapat berpengaruh dalam berbagai aspek kehidupan.

10. Artefak

Artefak adalah benda hasil dari buatan manusia yang mencerminkan kecerdasan dan budaya, dari perluasan yang lebih jauh dari pakaian dan penampilan. Benda-benda yang digunakan adalah sesuatu yang memenuhi kebutuhan manusia, menjalin interaksi, dan menyampaikan makna tertentu

Komunikasi nonverbal dapat dibedakan dari komunikasi verbal, namun dalam kenyataannya kedua komunikasi ini selalu hadir bersamaan dalam interaksi sehari-hari. Menurut Thomas M. Scheidel dalam komunikasi ujaran, rangsangan antara verbal dan nonverbal senantiasa muncul bersamaan sebagai kesatuan, dimana kedua rangsangan ini diinterpretasikan Bersama-sama oleh penerima pesan. Seperti yang dijelaskan oleh Mark L. Knapp bahwasanya dalam komunikasi nonverbal mencakup berbagai bentuk peristiwa komunikasi yang berlangsung diluar kata-kata baik yang terucap maupun tertulis (Mulyana, 2023).

Dalam komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal terdapat tiga perbedaan. Pertama, perilaku verbal merupakan saluran tunggal, sedangkan nonverbal multi saluran. Kedua, pesan verbal terpisah-pisah, tetapi pesan nonverbal lebih sinambung. Ketiga, komunikasi nonverbal mengandung banyak emosional daripada komunikasi verbal. Dimana dalam pesan verbal ungkapan kata-kata sering digunakan untuk menyampaikan fakta, pengetahuan, maupun keadaan, sedangkan dalam pesan nonverbal lebih umum untuk menyatakan perasaan seseorang, perasaan yang paling dalam sekalipun, seperti dari rasa sayang ataupun sedih (Mulyana, 2023).

Pesan nonverbal memiliki lima fungsi menurut Paul Ekman, hal itu dapat digambarkan dengan perilaku mata, sebagai berikut (Mulyana, 2023):

1. Emblem, yaitu gerakan mata tertentu yang digunakan sebagai simbol yang mempunyai kesetaraan dengan simbol verbal.
2. Ilustrator, merupakan pandangan ke bawah yang menunjukkan adanya kesedihan atau depresi.
3. Regulator, kontak mata yang menjadi saluran percakapan terbuka. Seperti halnya memalingkan muka yang menandakan ketidaksediaan dalam berkomunikasi.
4. Penyesuaian, yaitu kedipan mata yang cepat ketika seseorang merasa dalam tekanan. Hal itu adalah respons yang tidak disadari seseorang dimana tubuh melakukan upaya untuk mengurangi kecemasan.
5. Affect Display, merupakan pembesaran manik mata (pupil dilation) yang berarti menunjukkan adanya emosi yang meningkat.

Dari fungsi-fungsi pesan nonverbal tersebut, dapat dilihat lebih jauh lagi, bagaimana hubungan perilaku verbal dengan perilaku nonverbal. Hal tersebut memiliki fungsi-fungsi. Pertama perilaku nonverbal berfungsi untuk mengulangi perilaku verbal, contohnya ketika seseorang menggunakan kepala ketika ingin mengatakan “Ya” dan menggelengkan kepala ketika ingin mengatakan “Tidak”, dan menunjukkan arah dengan menggunakan jari telunjuk. Kedua digunakan untuk memperkuat dan melengkapi dari perilaku verbal, misalnya dengan melakukan lambaian tangan dengan mengucapkan “Selamat jalan” atau bisa dengan ucapan “Bye bye”. Ketiga perilaku nonverbal bisa digunakan untuk menggantikan perilaku verbal, contohnya ketika seseorang menggoyangkan tangan mengarah kedepan untuk pengganti kata “Tidak”. Keempat perilaku nonverbal dapat menentukan perilaku verbal, contohnya mahasiswa yang mengenakan jaket dan membereskan buku dan alat tulisnya menjelang jam kuliah akan berakhir, dan dapat dilihat dosen akan segera menutup kuliahnya. Kelima dalam perilaku nonverbal dapat bertentangan dengan perilaku verbal, contohnya ketika dosen sedang melihat jam tanganya

dua tiga kali, yang dimana ia mengatakan kepada mahasiswanya bahwa ia mempunyai waktu luang (Mulyana, 2023).

Dalam pesan verbal dan nonverbal bisa terdapat sebuah pertentangan, dan biasanya banyak yang lebih percaya dengan pesan nonverbal. Karena lebih spontan dan sulit untuk dikendalikan daripada pesan verbal. Pesan nonverbal cenderung untuk menunjukkan pesan yang sebenarnya ingin disampaikan. Kebanyakan dalam perilaku nonverbal diluar kesadaran diri. Dalam hal ini seseorang bisa memutuskan dengan siapa dan kapan ketika berbicara dan topik apa yang ingin dibicarakan, tetapi ekspresi wajah merupakan hal yang sulit untuk dikendalikan (Mulyana, 2023).

2.2.3 Paralinguistik

Paralinguistik meruoakan salah satu saluran utama dalam komunikasi melalui suara seseorang yang dapat mengungkapkan perasaan dan sikap yang tidak dinyatakan secara langsung dengan kata-kata (Mulyana, 2023). Paralinguistik atau parabhaasa merupakan salah satu bentuk komunikasi nonverbal yang berkaitan dengan cara penyampaian pesan melalui suara, bukan dari isi kata-katanya, melainkan bagaimana kata-kata tersebut diucapkan. Unsur-unsur paralinguistik meliputi intonasi, tempo bicara, nada suara, volume, tekanan, ritme, dan jeda dalam berbicara. Parabahasa memungkinkan untuk digunakan seseorang dalam menyampaikan emosi, sikap dan mana tambhan yang tidak tersurat secara verbal. Hal ini seperti nada suara tinggi dapat menunjukkan kemarahan atau semangat, sedangkan intonasi yang lembut menandakan empati dan ketenangan.

Dalam konteks komunikasi kelompok atau tim, paralinguistik menjadi elemen vital dalam proses koordinasi dan interaksi. Variasi nada dan tempo bicara yang membantu para anggota tim untuk menandai urgensi, membentuk instruksi, menunjukkan emosi, dan memotivasi rekan dan anggota tim, dengan

cepat tanpa perlu penjelasan yang Panjang. Paralinguistik memiliki beberapa contoh sebagai berikut (Rachman, 2021):

A. Volume Suara

Pada bagian volume suara ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu suara yang berisik dan lemah akan sulit di dengar. Hal tersebut menunjukkan bahwa seseorang sulit membuka diri, susah mengutarakan perasaan. Kedua ada suara yang selalu berubah-ubah, dimana hal ini menunjukkan kesulitan seseorang atau kurang mempunyai seseorang dalam membicarakan topik yang sedang dibicarakan.

B. Kelancaran Berbicara

Pada bagian kelancaran berbicara ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu kelancaran berbicara dalam menunjukkan adanya kesiapan dalam penguasaan materi, ketika sering gagap atau ragu menunjukkan adanya ketidaktenangan atau kepekaan, berbicara dengan keluhan menunjukkan bahwasanya ada tekanan emosional pada pihak lain, dan ketika diskusi dan sering diam berarti menunjukkan kesulitan dalam merangkai kalimat yang akan diungkapkan.

Paralinguistik merupakan perpaduan antara interaksi verbal dan nonverbal, dimana dalam hal ini terdapat tanda-tanda paralinguistic menjadi empat bentuk, yaitu (Rachman, 2021):

1. Kualitas suara, hal ini menjadi tanda tinggi rendahnya sura pada suatu letupan sura, kualitas dari tekanan sura atau irama yang lainnya.
2. Ciri-ciri vocal, termasuk bunyi suara ketika orang tertawa, menangis, berteriak, menguap, ataupun mengisap sesuatu.

3. Pembatasan vocal, hal ini terlihat dalam ragam seriap kata dan frase yang digunakan ketika berbicara.
4. Pemisahan vocal, termasuk faktor-faktor yang mengandung irama dan mempunyai kontribusi dalam tahap percakapan antar individu atau dengan lainnya.

2.3 Esports dan Game Valorant dalam Pesan Komunikasi

2.3.1 Pengertian Esports

Esports pada masa kini tidak lagi dipandang semata sebagai aktivitas permainan video game atau sekadar hiburan berbasis daring. Lebih dari itu, Esport telah berkembang menjadi bentuk olahraga digital yang memiliki manfaat strategis, termasuk dalam ranah diplomasi publik Indonesia. Dukungan yang kuat dari generasi muda sebagai kelompok terbesar dalam komunitas Esport menjadikan bidang ini memiliki potensi besar untuk dimanfaatkan. Dengan posisi tersebut, Esport tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga mampu menjadi instrumen pembangunan bangsa sekaligus media untuk memperkuat citra dan branding Indonesia di tingkat internasional. Selain berfungsi sebagai sarana hiburan, esports juga menjadi media komunikasi modern yang memungkinkan terjadinya penyampaian pesan antara pemain, tim, dan audiens.

Esport saat ini mengalami perkembangan pesat dan telah menjadi fenomena global yang semakin populer. Jumlah pengguna game online terus meningkat dari tahun ke tahun, didorong oleh perubahan pandangan bahwa permainan digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan atau hobi semata. Lebih jauh, aktivitas ini kini juga membuka peluang ekonomi yang signifikan, sehingga dapat dijadikan sebagai profesi yang menjanjikan bagi para pemain maupun

pihak-pihak yang terlibat di dalam industri tersebut (Nuryawan & Handoyo, 2024).

Salah satu cabang olahraga yang tengah populer dan telah memperoleh pengakuan sebagai bidang yang dipertandingkan adalah olahraga elektronik. Istilah ini juga kerap disebut sebagai olahraga virtual, kompetisi permainan video yang terorganisasi, maupun cybersport, yang pada akhirnya dikenal secara luas dengan sebutan Esport (Rachman, et al., 2020). Esport di Indonesia didirikan oleh lima orang, yaitu Eddy Lim, Prana Adisapoetra, Erwin Richard, Permana, dan Terry. Lima orang ini membentuk organisasi Esport pada tahun 2013 dengan nama Indonesia Esport Association (IeSPA) yang diperluas hingga ke 12 Provinsi, termasuk Papua Barat (Sasayusa, 2024). Menurut Ketua Indonesia Esport Association (IeSPA), Eddy Lim media sosial, seperti Facebook hingga perkembangan sosial media lainnya justru sebagai platform untuk mengumpulkan para gamers di Indonesia, hingga berbagai negara.

Dalam esports, terdapat komunikasi yang menjadi bentuk interaksi baik antara pemain maupun dengan rekan tim lain atau dengan penonton yang merupakan bagian dari pesan komunikasi, yang menggabungkan unsur verbal, visual, dan nonverbal. Pesan muncul tidak hanya berupa instruksi strategis, tetapi juga dengan ekspresi emosi. Media yang digunakan dalam menyampaikan pesan sangat beragam, mulai dari fitur voice chat, ekspresi dalam gameplay, konten video, dan highlight pertandingan yang diunggah di media sosial seperti YouTube. Dalam konteks ini, esports yang akan diteliti adalah video konten turnamen yang menjadi media komunikasi publik, dimana pesan nonverbal pemain dapat diamati dengan luas.

2.3.2 Jenis-Jenis Pertandingan Esports

Esport memiliki daya tarik tersendiri karena mencakup beragam genre permainan yang dapat dipertandingkan secara profesional. Setiap kategori permainan menghadirkan format, aturan, dan mekanisme yang berbeda, sehingga menciptakan variasi kompetisi yang luas serta menarik minat komunitas pemain dari berbagai latar belakang. Keanekaragaman jenis pertandingan ini juga menjadi salah satu alasan mengapa Esport berkembang begitu pesat dan mampu menjangkau audiens global. Menurut Purba, et al. (2024) adapun jenis-jenis pertandingan Esport dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)

Genre ini menempatkan pemain sebagai pengendali karakter yang bertarung bersama tim di dalam arena pertempuran. Permainan MOBA sangat menekankan strategi tim, koordinasi, dan kemampuan individu. Contoh game populer dalam kategori ini Adalah *Dota 2*, *League of Legends*, *Mobile Legends*.

2. First-Person Shooter (FPS)

FPS menghadirkan pengalaman bermain dari sudut pandang orang pertama, di mana pemain menggunakan berbagai jenis senjata untuk mengalahkan lawan. Kategori ini menekankan refleks cepat dan keterampilan taktis. Beberapa permainan terkenal Adalah *Counter-Strike: Global Offensive*, *Overwatch*, *Call of Duty*.

3. Fighting Game

Jenis permainan ini fokus pada pertarungan antara dua pemain atau tim dalam format satu lawan satu maupun kelompok. Fighting game umumnya menguji kecepatan reaksi, teknik kombinasi, dan

strategi duel. Contoh populer adalah *Street Fighter*, *Tekken*, *Super Smash Bros*.

4. Sports Game

Kategori ini menghadirkan simulasi olahraga nyata, seperti sepak bola, bola basket, hingga balap mobil. Sports game memberikan pengalaman virtual yang menyerupai kompetisi olahraga di dunia nyata. Contoh yang sering dipertandingkan Adalah *FIFA*, *NBA 2K*, *Gran Turismo*.

5. Strategy Game

Permainan strategi menekankan pada kemampuan pemain dalam mengelola sumber daya, menyusun taktik, dan merancang langkah untuk meraih kemenangan. Game yang sering diperlombakan dalam kategori ini meliputi *StarCraft II*, *Age of Empires*, *Civilization*.

6. Card Game

Jenis ini berbasis kartu, di mana pemain membangun dek tertentu untuk melawan musuh. Strategi dalam penyusunan dek serta pemilihan kartu menjadi kunci kemenangan. Contoh card game yang populer di dunia Esport adalah *Hearthstone*, *Magic: The Gathering Arena*, *Gwent*.

Secara umum, media dapat dipahami sebagai sarana komunikasi sebagaimana definisi yang sudah dikenal. Media sering dikaitkan dengan sifatnya yang bersifat massal, terlihat dari berbagai teori dalam komunikasi massa. Sementara itu, istilah sosial dalam media sosial lebih tepat dipahami melalui perspektif sosiologi, karena merujuk pada hubungan antarindividu yang tercermin dalam tindakan sosial maupun interaksi sosial. Meskipun pengertian dasar tentang media dan sosial telah dijelaskan, merumuskan definisi media sosial tidak cukup hanya berdasarkan aspek teknologinya.

Diperlukan pemahaman melalui teori-teori sosial agar lebih jelas membedakan media sosial dengan bentuk media lain di internet sebelum menyimpulkan apa yang dimaksud dengan media sosial. Media sosial merupakan sarana berbasis internet yang memungkinkan penggunanya menampilkan identitas diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi informasi, berkomunikasi dengan orang lain, serta membangun hubungan sosial secara virtual (Yulistiyono, 2021).

Media sosial adalah platform daring berbasis aplikasi internet yang memungkinkan pengguna untuk berbagi, berpartisipasi, serta menghasilkan konten dalam berbagai bentuk seperti blog, wiki, forum, jejaring sosial, hingga ruang virtual yang ditunjang teknologi multimedia yang terus berkembang. Kelebihan media sosial terletak pada kecepatan penyebaran informasi, sementara kelemahannya mencakup berkurangnya intensitas interaksi tatap muka, potensi kecanduan berlebihan, serta munculnya masalah hukum akibat konten yang melanggar etika, privasi, maupun aturan yang berlaku (Ulfa, et al., 2024).

Media sosial merupakan platform berupa situs maupun aplikasi yang memanfaatkan teknologi internet. Kehadiran media ini memungkinkan penggunanya untuk terhubung dengan siapa saja, mulai dari orang terdekat hingga individu yang sebelumnya tidak dikenal. Berdasarkan hasil FGD, media sosial dipahami sebagai layanan jaringan daring yang memfasilitasi hubungan antarindividu maupun kelompok (Sihombing, et al., 2025).

2.3.3 Game Valorant

Valorant merupakan sebuah game first-person shooter (FPS) sistem yang digunakan dalam permainan ini adalah operasi windows, permainan ini berbasis tim yang dikembangkan oleh Riot Games. Awalnya valorant diluncurkan di channel Youtube dengan judul The Round yang setelah itu membuat perhatian para gamer tertuju kepada game ini. Permainan ini dirilis secara resmi pada Juni

2020, game ini mengkolaborasi elemen tembak menembak taktis dengan kemampuan yang unik di setiap karakternya, dengan sebutan agent. Pertandingan valorant mencakup dua tim yang beranggotakan lima pemain setiap tim (Dunia Games, 2020). Selama pertandingan berlangsung, pemain tidak hanya bisa berbicara melalui percakapan atau instruksi dengan verbal, tetapi juga bisa dengan pesan nonverbal melalui ekspresi wajah, gesture tubuh, intonasi suara, dan lainnya. Melalui proses ini, Valorant menjadi ruang komunikasi interaktif yang lumayan kompleks, dimana pesan disampaikan, diterima, dan dapat ditafsirkan dengan langsung ketika situasi kompetitif.

Dilansir dari website resmi Riot Games, Permainan ini mengusung mekanisme permainan dengan berbasis putaran, dimana ada dua tim penyerang dan bertahan. Tim penyerang memiliki tugas untuk berusaha menanamkan spike (bom) di wilayah tertentu, sedangkan tim bertahan hanya perlu mencegah tim penyerang masuk ke wilayah mereka. Setiap putaran permainan selesai, tim bertukar peran dengan tim satunya, dan tim pertama yang memenangkan jumlah putaran permainan akan menjadi pemenang. Dikutip dari website One Esports (2024) Dalam game Valorant ini setiap karakter atau agen memiliki rolenya masing-masing yaitu:

1. Initiator

Initiator merupakan agent yang memiliki tugas untuk mengetahui info di wilayah yang akan diserang, untuk mengetahui info musuh, ataupun untuk mengganggu posisi musuh. Initiator bisa memberikan peluang untuk tim bisa masuk ke site dengan lebih aman. Selain itu tugas initiator adalah untuk mendukung tim masuk kedalam site dengan aman. Agent yang termasuk initiator adalah Sova, skye, breach, kay/o, fade, geko.

2. Controller

Controller merupakan agent untuk mengatur wilayah peta dalam mendukung strategi tim. Kemampuan yang digunakan adalah smoke dan wall

untuk memperlambat pergerakan musuh. Controller juga sering dibilang dengan kata smoker. Tugas dari controller adalah mengamankan area yang terbuka atau tertentu di peta, dan mendukung serangan dengan mengontrol taktis terhadap wilayah permainan. Agent controller adalah brimstone, viper, omen, harbour, astra, dan clove.

3. Duelist

Duelist adalah agent yang dibuat untuk menjadi agen yang mengeliminasi musuh terlebih dahulu atau agent yang masuk pertama untuk memastikan site aman. Agent ini memiliki kemampuan yang unggul untuk duel satu lawan satu, dan memiliki tugas untuk membuka jalan tim untuk memasuki site atau wilayah tertentu seperti mid. Tugas duelist adalah menjadi garis depan untuk serangan, membuka jalur peluang untuk tim memasang spike, dan untuk mengeliminasi musuh dengan agresif. Agent duelist yaitu jett, phoenix, reyna, neon, iso, dan raze.

4. Sentinel

Sentinel adalah agen yang lebih fokus untuk menjadi pertahanan dan pendukung tim dengan utility yang dimiliki. Tugas dari sentinel yaitu melindungi area site atau jalur utama lawan, memberikan dukungan terhadap tim, menyembuhkan tim, menjaga flank atau bagian belakang jika ada musuh yang menyerang dari belakang, dan memperlambat serangan musuh. Agent sentinel yaitu sage, chyper, killjoy, chamber, vyse, dan deadlock.

Saat ini agent di valorant ada 25, seperti Astra, Breach, Brimstone, Chamber, Clove, Chyper, Deadlock, Fade, Geko, Harbour, Iso, Jett, Kayo, Killjoy, Neon, Omen, Phoenix, Raze, Reyna, Sage, Skye, Sova, Viper, Vyse, Yoru. Permainan valorant saat ini sangat banyak diminati oleh kalangan pemain game online, di Indonesia bahkan luar negeri. Dilansir dari website Wiki

VALORANT, bahwa Valorant memiliki beberapa mode permainan yang berbeda-beda, yaitu:

1. Unrated

Mode unrated adalah mode paling dasar dalam permainan Valorant, mode ini paling sering dimainkan para pemain baru untuk mencoba agent baru, berlatih bagaimana strategi baru, ataupun hanya untuk bersenang-senang tanpa adanya tekanan karena tanpa sistem peringkat kompetitif. Dalam permainan ini maksimal pertandingan adalah 25 putaran, tim pertama yang memenangkan 13 putaran yang menjadi pemenang.

2. Kompetitif

Mode kompetitif adalah mode versi peringkat seperti sistem rank dari mode unrated. Permainan kompetitif terdapat rank dengan didasarkan performa pemain. Rank dalam valorant mulai dari Iron sampai Radiant (rank tertinggi). Jika ada perbedaan rank yang jauh maka tidak bisa bermain bareng dalam mode kompetitif, kecuali bermain penuh 5 orang atau main bareng full party. Mode ini memiliki sistem Matchmaking Rating (MMR) yang digunakan untuk memastikan pemain bertanding dengan musuh yang seimbang, untuk mengurangi adanya pemain yang bermain di peringkat yang lebih rendah atau menghindari musuh yang seimbang yang bisa mengakibatkan perbedaan performa, karena hal itu berdampak negatif. Mode ini juga dibuat untuk pemain yang ingin mengasah kemampuan dan bersaing secara serius.

3. Swiftplay

Mode swiftplay merupakan mode yang mirip unrated tapi dengan versi singkat. Kemenangan yang seharusnya 13 putaran menjadi lebih singkat yaitu 5 putaran bagi tim pertama yang memenangkannya. Sistem permainannya tidak menggunakan sistem peringkat (rank), jadi mode ini biasanya dimainkan kalau ingin bermain secara singkat atau sebentar. Permainannya tetap dengan menggunakan ability atau kemampuan setiap agent.

4. Spike Rush

Mode spike rush adalah mode versi cepat seperti unrated, tetapi tim hanya perlu untuk memenangkan 4 putaran untuk menjadi pemenang. Mode ini memiliki ciri khas yang beda dengan unrated yaitu, diberikan senjata yang sama setiap putaran dan diacak, terdapat bola efek atau orbs yang terlihat di peta yang dapat memberikan kemampuan yang unik atau senjata khusus, seperti overheal, kecepatan, dan senjata sekali mati.

5. Deathmatch

Mode deathmatch adalah mode yang dibuat untuk melatih aim atau kemampuan dalam tembak-menembak pemain. Mode ini bersifat individu, tanpa adanya tim, yang berjumlah 40 poin atau 40 pembunuhan (kills) yang pertama menang. Mode ini juga memiliki ciri khas yaitu tidak adanya ability atau kemampuan agent, jadi hanya senjata untuk tembak-menembak, senjata bebas memilih dan bebas kredit, ada regenerasi Kesehatan setiap terjadi pembunuhan. Mode ini sering digunakan para pemain untuk berlatih aim dan kecepatan reaksi sebelum memulai bermain kompetitif.

6. Team Deathmatch

Mode team deathmatch adalah mode dua tim bersaing untuk kemenangan dengan jumlah total pembunuhan tertentu dalam waktu yang ditentukan. Mode ini bisa menggunakan ability atau kemampuan, dan mode ini bukan di map biasanya jadi ada map yang ditentukan khusus untuk bermain di team deathmatch. Mode ini memiliki ciri khas yaitu, respawn cepat ketika mati, senjata dan ability disesuaikan secara otomatis di setiap pertandingan.

7. Custom

Mode custom adalah mode digunakan untuk melakukan pertandingan secara pribadi dan aturan bisa dibuat secara keinginan seperti, waktu permainan, jenis map atau peta, mode permainan, dan pengaturan kredit. Mode ini sering digunakan untuk latihan aim, turnamen komunitas, belajar line up beberapa agent, dan mengeksplorasi peta.

2.4 Penelitian Terdahulu

Riset sebelumnya dimanfaatkan selaku landasan untuk mengembangkan penelitian dan sebagai landasan teoritis serta referensi analisis. Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang mempunyai hubungan dengan bahasan yang hendak dikaji, sebagai berikut:

1. Siti Umi Nafi'ah (2021)

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Umi Nafi'ah, dengan penelitian yang berjudul *Komunikasi Nonverbal antara Kepala Desa dengan Penyandang Tunagrahita di Desa Karangpatihan Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo Periode 2020-2021*. Dalam riset ini memiliki hasil penelitian yaitu menunjukkan bahwa kepala Desa Karangpatihan, menggunakan berbagai bentuk komunikasi nonverbal, seperti Gerakan tangan, ekspresi wajah, kontak mata, dan sentuhan, untuk berinteraksi dengan para penyandang tunagrahita. Dari bentuk komunikasi nonverbal tersebut mendapat respon positif dari tunagrahita, berupa anggukan kepala dan senyuman, dan menunjukkan bahwa mereka memahami pesan yang disampaikan.

Kajian ini memakai metode kualitatif deskriptif, kajian ini mempunyai persamaan dengan penelitian penulis yaitu meneliti komunikasi nonverbal dan penggunaan teori Paul Ekman. Keduanya memiliki persamaan dalam penggunaan teori komunikasi nonverbal Paul Ekman yang diklasifikasi oleh Deddy Mulyana. Sedangkan perubahan pada kajian ini dibandingkan riset penyusun yakni perbedaan objek riset, dimana peneliti terdahulu meneliti kepala Desa Karangpatihan dengan tunagrahita, sedangkan penulis meneliti anggota tim esports BOOM Esports dalam pertandingan turnamen di video YouTube.

2. Ivander Stefanus dan Wulan Purnama Sari (2020)

Penelitian terdahulu ini dilakukan oleh Ivander Stefanus dan Wulan Purnama Sari dengan judul *Komunikasi Verbal dan Nonverbal dalam Game Online League of Legends*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi antara pemain LoL berlangsung dua saluran utama dengan komunikasi nonverbal dan verbal. Komunikasi verbal terlihat dalam in-game chat, voice chat, serta aplikasi pihak ketiga seperti discord. Sementara pada interaksi nonverbal tampak melalui penanda pintar serta ekspresi yang digunakan untuk menyampaikan instruksi yang cepat ataupun untuk ekspresi emosional selama permainan.

Temuan kajian ini mempunyai keterkaitan bersama riset penulis yang turut membahas komunikasi nonverbal tentang game online, yaitu Valorant dalam konten video YouTube. Perbedaan kedua penelitian ini adalah pada fokus dan media penelitian, dimana penelitian terdahulu fokus pada komunikasi verbal dan nonverbal dalam fitur game LoL, sedangkan penulis lebih menekankan komunikasi nonverbal yang terekam dalam konten video YouTube.

3. Bagas Ramadhani (2024)

Penelitian terdahulu ini berjudul “Analisis Pola Komunikasi dalam Bermain Valorant (Studi pada Tim di Channel Discord: Chroma)”. Studi ini memakai metode kualitatif deskriptif. Temuan kajian ini memperlihatkan kalau pola komunikasi tim dalam bermain Valorant berubah setiap fase permainan. Temuan ini menegaskan bahwa dinamika komunikasi tim valorant dipengaruhi oleh kebutuhan taktis dalam permainan, serta dapat dijelaskan dalam teori dinamika kelompok Kurt Lewin dan teori kepemimpinan Situasi Hersey & Blanchard.

Kemiripan pada studi ini bersama kajian penulis yakni tentang komunikasi di dalam game Valorant, namun dengan fokus bentuk komunikasi nonverbal di konten video YouTube. Perbedaan dari kedua penelitian ini terletak pada fokus yang di analisis. Dalam penelitian terdahulu berfokus pada dinamika komunikasi internal tim Discord sebagai koordinasi verbal, sedangkan penulis memfokuskan komunikasi nonverbal dalam interaksi antar pemain Valorant di konten video YouTube.

