

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pelakunya menangkap reaksi dari orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal (Enjang, 2009). Hardjana (dalam Suseno, 2009) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai interaksi tatap muka antara dua orang atau beberapa orang di mana pengirim dapat menyampaikan secara langsung, dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula. Sedangkan Devito (2007) mendeskripsikan komunikasi interpersonal sebagai interaksi yang terjadi di antara dua individu atau lebih dengan tujuan membangun suatu hubungan, di mana hal tersebut biasanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki kesamaan tertentu. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi dari mulut ke mulut yang terjadi dalam interaksi tatap muka antara beberapa pribadi. Hal ini sebenarnya merupakan proses sosial di mana orang-orang yang terlibat di dalamnya saling memengaruhi (Wiryanto, 2004).

Komunikasi interpersonal yang terjadi di antara setiap orang tentunya memiliki tingkat kedalaman yang beragam, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor. Menurut Rahmat (2007), komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh persepsi interpersonal, konsep diri, atraksi interpersonal, dan hubungan interpersonal. Faktor-faktor tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Persepsi Interpersonal

Persepsi interpersonal merupakan pemberian arti kepada rangsangan yang diterima oleh indra yang berasal dari komunikan berupa pemahaman terhadap pesan, baik secara verbal maupun nonverbal. Kemampuan untuk memahami pesan ini akan berpengaruh terhadap keberhasilan komunikasi. Jika seseorang melakukan kesalahan dalam memahami pesan, maka dapat menyebabkan komunikasi tersebut menjadi terhambat atau bahkan gagal.

## 2. Konsep Diri

Konsep diri merupakan cara kita melihat serta perasaan tentang diri kita sendiri. Hal ini dapat terbentuk berdasarkan pengalaman dan interaksi dengan lingkungan seseorang. Pembentukan konsep diri ini terjadi sejak masih anak-anak hingga dewasa, sehingga dapat memengaruhi tindakan serta perbuatan seseorang tersebut. Seseorang yang memiliki konsep diri positif cenderung akan berperilaku positif, juga sebaliknya, orang yang memiliki konsep diri negatif maka cenderung akan menunjukkan perilaku negatif.

## 3. Atraksi Interpersonal

Atraksi interpersonal adalah ketertarikan atau kekaguman seseorang terhadap orang lain, yang meliputi sikap positif serta daya tarik individu tersebut. Semakin seseorang tertarik dengan orang lain, maka semakin besar peluang orang tersebut untuk berinteraksi dengan orang yang menarik baginya.

## 4. Hubungan Interpersonal

Hubungan interpersonal merupakan suatu hubungan antara seseorang dengan orang lain. Semakin erat hubungan interpersonal, maka semakin besar pula kesediaan seseorang untuk bersikap terbuka, serta pemahaman mereka terhadap orang lain dan diri sendiri menjadi semakin cermat. Hal ini dapat meningkatkan efektivitas komunikasi yang berlangsung antar individu.

Selain faktor di atas, juga dibutuhkan keterampilan komunikasi agar komunikasi interpersonal dapat berjalan dengan lancar. Terdapat dua jenis keterampilan yang dibutuhkan seseorang agar dapat melakukan komunikasi interpersonal dengan baik dan lancar, yaitu keterampilan kognitif dan keterampilan *behavioral* (perilaku). Keterampilan-keterampilan tersebut dijabarkan sebagai berikut:

## 1. Keterampilan Kognitif

Keterampilan kognitif adalah kemampuan yang berkaitan dengan pemahaman tentang bagaimana mencapai tujuan pribadi dan relasi saat berkomunikasi. Hardjana (2007) membagi keterampilan kognitif menjadi lima, yang meliputi:

- a. Pertama, empati (*empathy*), yaitu kemampuan untuk memahami perasaan dan pandangan orang lain tanpa menyingkirkan perspektif sendiri.
- b. Kedua, perspektif sosial (*social perspective*), yaitu kemampuan untuk melihat berbagai kemungkinan perilaku dari seseorang yang berkomunikasi dengan dirinya.
- c. Ketiga, kepekaan (*sensitivity*), yaitu kesadaran terhadap norma dan aturan yang berlaku dalam komunikasi interpersonal.
- d. Keempat, adalah pemahaman seseorang terhadap situasi dan kondisi saat berkomunikasi.
- e. Kelima, pemantauan diri (*self-monitoring*), yaitu kemampuan untuk memantau dan menyesuaikan tindakan selama berkomunikasi serta memperhatikan tanggapan dari lawan bicara.

## 2. Keterampilan *Behavioral*

Keterampilan *behavioral* (perilaku) adalah kemampuan komunikasi dalam hal tindakan, yang dapat membantu seseorang untuk mencapai tujuan, baik tujuan pribadi maupun relasi dengan orang lain. Hardjana (2007) membagi keterampilan *behavioral* menjadi enam, yang meliputi:

- a. Pertama, keterlibatan interaktif (*interactive involvement*), yaitu menentukan sejauh mana keterlibatan dalam proses komunikasi, yang mencakup sikap tanggap, sikap perseptif, dan sikap penuh perhatian.
- b. Kedua, manajemen interaksi (*interaction management*), yaitu kemampuan untuk mengambil tindakan yang mendukung tujuan komunikasi.
- c. Ketiga, keluwesan perilaku (*behavioral flexibility*), yaitu kemampuan untuk menyesuaikan tindakan demi mencapai tujuan komunikasi.

- d. Keempat, mendengarkan (*listening*), yaitu kemampuan untuk mendengar dengan empati yang menjadikan diri seseorang sebagai pendengar yang baik.
- e. Kelima, gaya sosial (*social style*), yaitu kemampuan untuk berperilaku baik, menarik, dan menyenangkan lawan bicara.
- f. Keenam, kecemasan komunikasi (*communication anxiety*), yaitu kemampuan untuk mengatasi rasa cemas, malu, atau gugup saat berkomunikasi.

Dengan kemajuan teknologi, kini komunikasi interpersonal tidak hanya terbatas pada pertemuan tatap muka saja. Komunikasi interpersonal juga dapat dilakukan melalui perangkat komputer yang saling terkoneksi dengan internet, sehingga dapat terjadi melalui berbagai platform, seperti media sosial, forum, *online game*, dan sebagainya.

## **2.2 Teori Computer-mediated Communication**

Komunikasi merupakan proses penyampaian dan pengolahan pesan dari komunikator ke komunikan melalui saluran tertentu, dengan tujuan untuk memengaruhi orang lain sehingga diharapkan adanya *feedback* dan efek dari pesan yang disampaikan. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata “virtual” memiliki tiga makna, pertama memiliki makna secara nyata, kedua memiliki makna mirip atau sangat mirip dengan sesuatu yang dijelaskan, ketiga memiliki makna tampil atau hadir dengan menggunakan perangkat lunak komputer, seperti internet. Dari pengertian tersebut, komunikasi virtual adalah cara berkomunikasi di mana proses penyampaian dan penerimaan pesan dilakukan melalui *cyberspace* atau dunia maya yang memiliki sifat interaktif (Severin, 2001). Dalam komunikasi virtual tersebut umumnya mencakup berbagai hal seperti hobi, hiburan, atau diskusi tentang suatu topik tanpa adanya sesuatu yang dibatasi (Rustandi & As, 2022).

Seiring berkembangnya teknologi, komunikasi virtual juga semakin sering digunakan oleh banyak orang karena kemudahannya dalam melakukan proses

pertukaran informasi yang hanya dengan menggunakan internet dan media komputer. Dengan menggunakan media tersebut, komunikasi virtual dapat dilakukan dengan mudah melalui beragam platform, seperti media sosial, forum, *online game*, *e-mail*, aplikasi obrolan daring, dan sebagainya. Keberadaan berbagai platform ini membantu mengatasi hambatan-hambatan yang ada dalam komunikasi, seperti jarak, waktu, biaya, dan sebagainya. Akibat kemudahan ini, tak jarang diri seseorang lebih menyukai untuk berkomunikasi secara virtual dibandingkan komunikasi langsung secara tatap muka. Menurut Harianja (2018), kesenangan terhadap komunikasi secara virtual ini memunculkan suatu komunitas baru yang dikenal sebagai komunitas virtual. Umumnya, komunitas ini terbentuk berdasarkan pada kegemaran dan kebutuhan seseorang terhadap kelompok tersebut (Bungin, 2006). Intensitas penggunaan internet yang dilakukan oleh komunitas virtual juga lebih tinggi jika dibandingkan dengan mayoritas orang, serta memiliki sifat ketergantungan. Seseorang dianggap sebagai bagian dari sebuah komunitas virtual dilihat dari seberapa seringnya orang tersebut menggunakan platform yang ada di internet tersebut.

Karena komunikasi virtual dilakukan melalui media komputer yang saling terhubung melalui jaringan internet, maka komunikasi virtual juga termasuk ke dalam kategori *computer-mediated communication* (CMC). Menurut Thurlow (2003), *computer-mediated communication* (CMC) merupakan komunikasi bermediasi yang merujuk pada komunikasi manusia yang dicapai melalui atau menggunakan bantuan teknologi komputer dan terhubung ke dalam jaringan internet. Pada dasarnya, CMC merupakan aspek perkembangan dari media baru yang menjadi tempat berkumpulnya setiap individu atau kelompok untuk berkomunikasi di dalam sebuah panggung virtual.

Menurut Newhagen (dalam Thurlow, 2003), terdapat lima faktor penting CMC yang menjadi pembeda dengan komunikasi biasa, yaitu:

1. *Packet Switching*

CMC dapat menggunakan berbagai bentuk komunikasi, seperti teks, audio, video, animasi, video, grafik, dan sebagainya. Beragam bentuk komunikasi tersebut dapat dikirim dengan mudah serta mudah diterima oleh orang lain.

## 2. *Sensory Appeal*

CMC dapat membantu untuk meningkatkan komunikasi yang bersifat multimodal, yaitu komunikasi yang melibatkan beragam unsur perasaan dan daya tarik panca indra kita.

## 3. *Interactivity*

CMC melibatkan komunikasi antarmanusia, yang artinya melibatkan pertukaran informasi atau perintah antara manusia dengan perangkat komputer. Hal ini menjadikan CMC sebagai alat komunikasi yang bersifat responsif dan reflektif.

## 4. *Synchronicity*

CMC memiliki sifat fleksibel, di mana dalam sebuah komunikasi yang melibatkan individu untuk turut berpartisipasi dalam proses komunikasi yang bersifat cepat sehingga umpan balik juga dapat cepat diperoleh.

## 5. *Hypertextuality*

CMC merupakan komunikasi dengan bentuk nonlinear, yang artinya informasi tertulis dapat diakses secara nonlinear. *Hypertext* merupakan sebuah sistem penyimpanan tulisan, gambar, suara, serta beragam data komputer yang dapat memungkinkan penggunaanya untuk melakukan sambungan langsung dengan tulisan, gambar, suara, serta data lain yang berhubungan.

Kemudahan yang ditawarkan oleh *computer-mediated communication* membuat komunikasi virtual menjadi kegiatan utama dalam melakukan proses pertukaran informasi di kehidupan sehari-hari. Melalui komunikasi virtual, seseorang dapat berpartisipasi dalam percakapan yang mendalam dengan orang lain dari berbagai belahan dunia, meskipun sebenarnya di dunia nyata mereka jarang atau bahkan tidak pernah bertemu secara langsung. Hal ini dapat dijadikan solusi alternatif untuk memenuhi kebutuhan sosial manusia bagi mereka yang kesulitan melakukannya di dunia nyata, seperti berinteraksi dengan orang lain, mengenal orang baru, menghubungkan orang yang jauh, dan sebagainya.

Kaitan teori *computer-mediated communication* dengan penelitian ini adalah munculnya platform sosial berbentuk *game virtual reality* yang bernama VRChat untuk memudahkan penggunaannya dalam memenuhi kebutuhan sosial mereka melalui dunia virtual. Jika dulunya ketika seseorang hendak memenuhi kebutuhan sosial, mereka harus melakukannya di dunia nyata atau melalui media seperti surat, telepon, dan sebagainya, kini dengan munculnya platform sosial VRChat dapat memudahkan seseorang untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang baru di dalam sebuah dunia virtual. Hal ini memudahkan seseorang yang merasa kesulitan dalam memenuhi kebutuhan sosialnya di dunia nyata dengan bantuan dunia virtual yang nyaris terasa sama dengan dunia nyata karena menggunakan teknologi *virtual reality*.

Teori *computer-mediated communication* merupakan teori yang tepat untuk digunakan dalam membantu kegiatan penelitian perilaku komunikasi pemain *game* sosial VRChat di dalam dunia virtual. Karena dengan melihat semakin berkembangnya zaman, teknologi yang digunakan untuk melakukan kegiatan komunikasi juga turut semakin berkembang. Sehingga dapat menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, salah satunya seperti dalam rangka memenuhi kebutuhan sosial seperti mencari teman, berinteraksi dengan banyak orang, hingga mencari pasangan. Sehingga perilaku komunikasi yang terjadi dari beragam pengguna juga akan berbeda tergantung dari media yang digunakan.

### **2.3 Perilaku Komunikasi**

Menurut Rogers (dalam Saputra, 2011) perilaku komunikasi merupakan suatu kebiasaan dari individu atau kelompok dalam menerima dan mencari informasi yang ditandai dengan adanya partisipasi, hubungan dengan sistem sosial, kekosmopolitan, hubungan dengan agen perubahan, menyikapi dengan media, keaktifan dalam mencari informasi, dan pengetahuan mengenai hal-hal baru dalam inovasi. Rakhmat (dalam Yohana & Wulandari, 2014) menjelaskan bahwa perilaku komunikasi merupakan sebuah sarana yang digunakan bersama untuk menyampaikan ide serta perasaan kita terhadap lawan bicara sehingga mereka dapat memahaminya. Perilaku komunikasi bisa diartikan sebagai suatu kegiatan untuk

memperoleh dan menyampaikan informasi kepada orang yang membutuhkannya. Menurut Porter & Samovar (dalam Mulyana, 2010), mengatakan bahwa perilaku komunikasi dapat memicu hal-hal dari interaksi sosial yang berkaitan dengan bagaimana masyarakat dalam suatu kawasan menginterpretasikan cara individu bertahan hidup dan berkomunikasi dengan individu lain.

Menurut Saputra (2011), terdapat tiga faktor yang memengaruhi perilaku komunikasi seseorang, yang meliputi kredibilitas media komunikasi, motivasi, dan lingkungan. Faktor-faktor tersebut dijabarkan sebagai berikut:

#### 1. Kredibilitas Media Komunikasi

Kredibilitas merupakan sebuah pandangan atau persepsi yang dimiliki oleh seorang komunikasi mengenai sifat-sifat komunikator. Kredibilitas dapat berubah-ubah berdasarkan perilaku persepsi komunikasi, topik yang dibahas, dan situasi.

#### 2. Motivasi

Proses komunikasi adalah kunci dalam memenuhi berbagai kebutuhan. Perilaku komunikasi memengaruhi eksistensi seseorang di dalam masyarakat. Demi memenuhi kebutuhan sosial, seseorang akan menjalin komunikasi yang interaktif dengan orang lain. Dalam pemenuhan kebutuhan untuk tumbuh dan berkembang, seseorang perlu suatu proses komunikasi yang interaktif dengan orang lain serta lingkungan.

#### 3. Lingkungan

Ketika lingkungan fisik dapat mendukung perubahan dalam perilaku komunikasi, seperti adanya perubahan kebiasaan, lingkungan sosial kebudayaan, pendidikan, keluarga, nilai-nilai, serta pengadaan sumber daya (seperti uang, waktu, tenaga, layanan, dan sebagainya), maka hal tersebut dapat membentuk suatu pola hidup di dalam masyarakat.

Perilaku komunikasi mencakup segala aktivitas yang bertujuan untuk menyampaikan dan memperoleh informasi dari berbagai macam sumber. Seiring berkembangnya teknologi komunikasi, aktivitas ini juga semakin mudah untuk



dilakukan. Hadirnya media komputer dan internet memengaruhi perilaku komunikasi masyarakat dalam proses penyampaian dan pencarian informasi. Tindakan memproduksi, mengonsumsi, serta menyebarkan informasi melalui komunikasi virtual dikenal sebagai perilaku komunikasi dunia maya.

## **2.4 Dunia Maya, Dunia Virtual, dan *Virtual Reality***

### **1.4.1 Dunia Maya**

Dunia maya atau *cyberspace* merupakan media elektronik yang ada di dalam jaringan komputer dan sering digunakan untuk melakukan komunikasi satu arah atau dua arah secara *online* (koneksi langsung). Saat ini, dunia maya dapat didefinisikan sebagai internet, *world wide web* (WWW), *e-mail*, forum diskusi, obrolan daring, *online game*, dan sebagainya. Kehadiran dunia maya telah membaur dengan dunia nyata di dalam mayoritas kehidupan masyarakat. Kebebasan berekspresi di dunia maya membuat banyak orang merasa bebas ketika berada di dalam dunia maya. Hal ini membentuk beragam identitas baru dalam diri seseorang, sehingga terkadang identitas seseorang di dunia maya belum tentu sama dengan identitas aslinya di dunia nyata. Tak jarang juga terdapat orang yang merasa kecanduan dengan internet dan merasa kehidupan mereka di dalam dunia maya lebih baik dan nyaman daripada kehidupan mereka di dunia nyata (Orzack, 2004). Dengan kata lain, seseorang dapat menjadikan dunia maya sebagai pelarian dari penatnya kehidupan mereka di dunia nyata.

Mirip seperti interaksi dunia nyata, seseorang berinteraksi dan berkomunikasi melalui gerakan, lisan, lambang, serta simbol, di dalam dunia maya seseorang juga dapat melakukan hal yang sama, yaitu dengan menggunakan beragam fitur yang tersedia di dalam platform yang mereka gunakan. Fitur-fitur tersebut berperan penting untuk membantu penggunaanya dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna lainnya. Dalam dunia maya, kebanyakan orang berinteraksi dan berkomunikasi melalui teks, gambar, dan simbol, meskipun tak jarang juga terdapat orang yang menggunakan interaksi dalam bentuk panggilan video. Akan tetapi, cara seperti ini ada kalanya membuat interaksi dan komunikasi terasa kurang nyata jika dibandingkan

dengan komunikasi tatap muka secara langsung sehingga membuat kehadiran lawan bicara seolah kurang terasa nyata. Hal ini kemudian menimbulkan kurangnya kedekatan fisik, emosional, dan interaksi dengan lingkungan atau objek yang ada di sekitar kita ketika berkomunikasi (Fuchsberger, dkk. 2021).

Semakin berkembangnya teknologi komunikasi, beragam platform yang ada di dunia maya juga turut bermunculan. Media yang digunakan pun beragam, seperti aplikasi obrolan daring, media sosial, forum, layanan *streaming*, *e-mail*, *online game*, dan lain-lain. Terdapat salah satu media komunikasi yang populer dan sedang hangat diperbincangkan dalam dunia komunikasi saat ini, yaitu *virtual reality* (VR). Hadirnya *virtual reality* membantu untuk mengurangi batasan antara dunia maya dan dunia nyata, dengan menghadirkan simulasi realitas di dalam sebuah dunia virtual. Hal ini memberikan pengalaman berkomunikasi dan berinteraksi secara virtual yang terasa lebih nyata dan menarik bagi penggunanya.

#### **1.4.2 Dunia Virtual**

Dunia virtual atau *virtual world* (juga disebut *virtual space*) merupakan sebuah lingkungan simulasi yang diciptakan oleh perangkat komputer, serta umumnya terdapat pengguna lain di dalamnya yang direpresentasikan oleh sebuah avatar. Dunia virtual adalah gabungan dari teknologi komunikasi dan komputer yang dapat dihubungkan dengan perangkat komunikasi lainnya, seperti telepon genggam, komputer, dan alat elektronik lainnya, termasuk teknologi *virtual reality* yang sedang populer saat ini (Abdillah, dkk. 2018). Dalam sebuah dunia virtual, penggunanya dapat mengeksplorasi dan berinteraksi dengan lingkungan tersebut, serta berpartisipasi ke dalam beragam kegiatan sekaligus berkomunikasi dengan pengguna lainnya (Kaplan & Haenlein, 2009). Dunia virtual memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan beragam hal yang ada di dunia nyata ke dalam bentuk digital. Selain itu, penggunanya juga dapat menjelajahi dunia yang sulit untuk dijelajahi atau bahkan tidak ada di dunia nyata, seperti mendaki gunung, pergi ke bulan, menyelam ke dasar laut, menjelajahi zaman purba, hingga menjelajahi dunia fantasi (seperti dunia peri, dunia sihir, dan sebagainya). Ketika sedang berada

di dalam dunia virtual, umumnya pengguna berkomunikasi dengan sesama pengguna lain melalui teks, suara, simbol, dan gestur secara *real-time*.

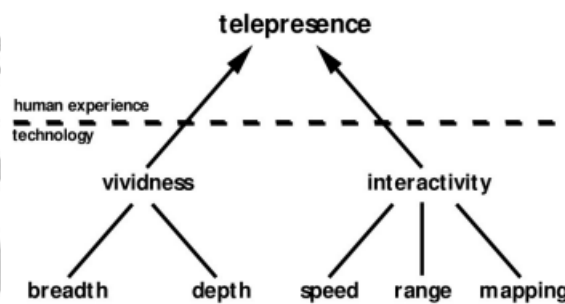
Terdapat beragam perangkat komputer yang dapat digunakan untuk mengakses sebuah dunia virtual, seperti *smartphone*, tablet, desktop, hingga perangkat *virtual reality* (VR). Perangkat yang dibutuhkan tergantung berdasarkan dari platform yang digunakan, ada kalanya suatu platform hanya dapat diakses oleh perangkat tertentu. Perangkat yang digunakan untuk mengakses dunia virtual juga akan memengaruhi pengalaman bermain setiap penggunanya. Meskipun tidak selalu wajib, sensasi yang digunakan untuk mengakses dunia virtual melalui VR tentunya akan terasa berbeda jika dibandingkan dengan menggunakan desktop. Sehingga perangkat yang digunakan untuk mengakses dunia virtual dapat disesuaikan oleh penggunanya tergantung dari preferensi serta kebutuhan pribadi masing-masing pengguna.

#### **1.4.3 Virtual Reality**

*Virtual reality* (VR) atau realitas maya merupakan pemunculan gambar-gambar tiga dimensi oleh komputer sehingga terlihat nyata dengan bantuan beberapa peralatan tertentu, yang menjadikan pengguna seolah-olah terlibat langsung secara fisik dalam lingkungan tersebut (Saurik, dkk. 2019). Melalui VR, pengguna dapat berinteraksi dengan suatu lingkungan yang disimulasikan oleh komputer tersebut (Bahar, 2014). Agar pengalaman menggunakan VR dapat menjadi lebih terasa nyata, pengguna membutuhkan beberapa alat pendukung yang dirancang khusus untuk teknologi VR. Para pengguna VR tak lagi hanya sekadar berada di depan monitor, tetapi juga menggunakan tampilan yang dipasang di kepala, dikenal dengan nama *head-mounted display* (HMD). Selain itu, juga terdapat perangkat tambahan yang menunjang pengalaman berada di sebuah dunia virtual, seperti *headset*, *joysticks*, *tracking balls*, *controlled wands*, *voice recognition*, *data gloves*, *treadmills*, hingga *motion trackers* atau *bodysuits*. Penggunaan perangkat tambahan tersebut dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi pribadi masing-masing pengguna.

Teknologi *virtual reality* (VR) adalah sebuah dunia alternatif, terpisah, dibuat secara digital, dan merupakan lingkungan buatan. Ketika menggunakan VR, penggunaannya merasa bahwa mereka tenggelam di dalam sebuah dunia yang

berbeda, serta melakukan interaksi di dalamnya layaknya di dunia nyata (Mystakidis, 2022). Pengguna VR akan merasa bahwa mereka telah menyatu dengan dunia virtual tersebut, hal ini dikenal dengan istilah *telepresence*. Menurut Moura (2017), *telepresence* dapat diartikan sebagai pengalaman keberadaan seseorang terhadap lingkungan melalui sebuah media. Penggunaan istilah *telepresence* digunakan untuk jenis komunikasi yang memanfaatkan media dalam tujuannya untuk menghadirkan persepsi.



**Gambar 2.1** Indikator dalam *telepresence* (Sumber: Moura, 2017)

Seiring berkembangnya zaman, pemanfaatan teknologi *virtual reality* (VR) juga telah diterapkan untuk membantu atau mempermudah berbagai industri. Seperti dalam industri pendidikan, kesehatan, desain, arsitektur, kedokteran, seni, hiburan, *game* dan sebagainya. Salah satu daya tarik utama dalam penggunaan teknologi VR adalah penerapannya dalam industri *game*. Dalam industri *game*, teknologi VR dimanfaatkan untuk menciptakan pengalaman bermain yang lebih terasa nyata serta mendalam bagi para pemain.

## 2.5 New Media

*New media* atau media baru merupakan sekumpulan teknologi komunikasi yang memungkinkan digitalisasi serta tersedia secara luas sebagai alat komunikasi untuk penggunaan pribadi (McQuail, 2011). *New media* muncul dari beragam inovasi *old media* (media lama) yang sudah tidak relevan dengan kemajuan teknologi saat ini. Karakteristik utama dari *new media* meliputi adanya saling keterhubungan, terdapat akses khalayak individu secara terbuka, serta keberadaannya yang ada di mana-

mana. Selain itu keberadaan *new media* memiliki kemampuan yang dapat melampaui metode penyebaran informasi media tradisional. Sifatnya yang interaktif membuat *new media* dapat mengurangi batas-batas geografis, serta interaksi dapat dilakukan secara *real-time* sehingga memungkinkan penggunaanya untuk mendapatkan respon langsung. Melalui *new media*, seseorang dapat melakukan interaksi secara virtual dengan orang lain tanpa perlu untuk bertemu secara langsung atau tatap muka.

Kehadiran internet memberi kemudahan setiap individu untuk mengakses beragam jenis media komunikasi baru. Saat ini *new media* tak hanya digunakan untuk sekadar mencari informasi, tetapi juga digunakan untuk kebutuhan lain, seperti mencari hiburan, bekerja, memenuhi kebutuhan sosial, belanja secara *online*, dan sebagainya. Dalam *new media*, terdapat berbagai macam aspek yang berperan penting dalam kehidupan manusia. Beberapa aspek tersebut meliputi *new media* sebagai alat untuk mencari hiburan, kesenangan, dan konsumsi media. Kemudian *new media* merepresentasikan dunia sebagai masyarakat virtual serta menciptakan hubungan baru antara pengguna dan teknologi media. Lalu *new media* menyajikan pengalaman baru yang menggambarkan seseorang dan komunitas serta berfokus pada bagaimana teknologi media berinteraksi dengan individu. Terakhir, mencakup ke dalam berbagai industri, budaya media, ekonomi, akses, dan sebagainya. Sebagai media komunikasi, *new media* memiliki peran penting sebagai alat untuk mengirimkan pesan dari komunikator kepada komunikan.

Menurut McQuail (2011), *new media* dibagi ke dalam lima kelompok yang dapat dibedakan berdasarkan pada konteks dan kegunaannya. Pembagian kelompok *new media* meliputi media komunikasi antarpribadi seperti *smartphone* dan *e-mail*, media permainan interaktif seperti komputer, *game online*, dan *virtual reality*, media pencarian informasi seperti internet dan Google, media partisipasi kolektif seperti media sosial, serta substitusi media penyiaran seperti penyedia layanan *streaming*. Banyaknya jenis media yang terdapat dalam *new media* memudahkan penggunaanya untuk memenuhi beragam kebutuhan ataupun mencari sebuah informasi terkait banyak hal, baik informasi baru maupun informasi lama.

## 2.6 Platform Sosial Dunia Virtual VRChat

Perkembangan teknologi komunikasi telah berkembang pesat sehingga memungkinkan manusia untuk melakukan komunikasi melalui beragam media. Salah satu jenis komunikasi yang paling sering digunakan oleh banyak orang adalah komunikasi virtual. Komunikasi virtual merupakan proses penyampaian pesan yang dikirimkan melalui internet atau *cyberspace*, termasuk *virtual reality* (VR), yang dilakukan dalam ruang lingkup alam maya. Salah satu platform yang memungkinkan penggunaannya untuk berkomunikasi menggunakan teknologi *virtual reality* (VR) adalah platform sosial VRChat. Keunikan yang ditawarkan oleh VRChat memungkinkan pemainnya untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan sesama pemain di dalam sebuah dunia virtual yang interaktif dengan menggunakan sebuah avatar (VRChat, 2023). VRChat dibuat dan dikembangkan oleh perusahaan VRChat Inc. yang rilis pada awal Februari 2017 di platform Steam yang dapat dimainkan secara gratis oleh semua orang.



Gambar 2.2 Tampilan VRChat di halaman Steam (Sumber: Steam, 2023)

VRChat merupakan gabungan dari platform sosial *virtual reality* dan sebuah *game*, sehingga menjadikan VRChat sebagai *game* VR dengan genre sosial. Menurut Kaplan & Haenlein (2010), terdapat enam jenis platform sosial, pertama adalah proyek kolaboratif (seperti Wikipedia), kedua adalah blog dan *microblog* (seperti Twitter), ketiga adalah komunitas konten (seperti YouTube), keempat

adalah situs jejaring sosial (seperti Instagram), kelima adalah *game* virtual (seperti World of Warcraft), dan keenam adalah *virtual social* (seperti VRChat). Aspek sosial merupakan daya tarik utama yang ditawarkan oleh *game* VRChat, di mana *game* ini diperuntukkan bagi pemain yang ingin bersantai, berinteraksi, dan berkomunikasi dengan orang lain sembari melakukan beragam kegiatan ringan di dalam sebuah dunia virtual. Oleh karena itu, banyak pemain yang menjadikan VRChat sebagai tempat untuk mencari teman baru, berinteraksi dengan banyak orang, hingga mencari pasangan. VRChat menyajikan beragam kegiatan ringan yang dapat menunjang kegiatan interaksi antarpemain. Kegiatan ini dapat memudahkan proses dalam menjalin hubungan pertemanan antarpemain dengan melakukan kegiatan bersama, seperti bermain golf, karaoke, menghadiri pameran, berbincang santai di *café*, dan masih banyak lagi. Melalui VRChat, pemain dapat berinteraksi dengan pemain dari seluruh dunia, menggunakan beragam jenis avatar, membangun sebuah dunia virtual, bermain berbagai macam permainan, menciptakan hubungan pertemanan yang bertahan lama, mengekspresikan diri, serta membantu dalam mengatasi masalah kecemasan sosial (VRChat, 2023). Hal ini menjadikan VRChat sebagai alternatif dalam memenuhi kebutuhan sosial manusia karena hal tersebut merupakan tujuan utama dari *game* ini.

Berdasarkan hirarki kebutuhan yang dikemukakan oleh Maslow (dalam Feist, 2010), terdapat lima tingkat kebutuhan dasar manusia, pertama adalah kebutuhan fisiologis (*physiological*), kedua adalah kebutuhan akan rasa aman (*safety*), ketiga adalah kebutuhan akan rasa memiliki dan kasih sayang (*social*), keempat adalah kebutuhan akan penghargaan (*esteem*), dan kelima adalah kebutuhan akan aktualisasi diri (*self-actualization*). Ketika individu berhasil memenuhi kebutuhan pada tingkatan terbawah, maka mereka akan terus berusaha untuk memenuhi kebutuhan pada tingkatan selanjutnya. Kebutuhan sosial menempati posisi ketiga dalam hirarki tersebut, yang berarti kebutuhan tersebut penting untuk dipenuhi sebelum berusaha memenuhi kebutuhan selanjutnya. VRChat dapat menjadi alternatif bagi orang-orang yang merasa kesulitan dalam memenuhi kebutuhan sosial mereka. Kesulitan dalam memenuhi kebutuhan sosial ini diakibatkan oleh beragam faktor, seperti jarang keluar rumah, merasa cemas ketika berkomunikasi tatap muka, kesulitan menjalin hubungan pertemanan, dan sebagainya. Selain itu,

VRChat juga dapat dijadikan sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan aktualisasi diri karena kebebasan berekspresi yang ditawarkan oleh *game* ini. Akibat hal ini, tak jarang terdapat pemain yang menjadikan VRChat sebagai pelarian dari dunia nyata akibat kenyamanan serta kebebasan yang ditawarkan.

Komunikasi yang terjadi di dalam dunia virtual VRChat dapat terjadi menggunakan suara, teks, simbol, gestur, hingga ekspresi wajah avatar. Beragam fitur yang ditawarkan oleh VRChat mendukung berlangsungnya komunikasi yang terasa hampir mendekati komunikasi tatap muka secara langsung. Komunikasi di dalam VRChat terjadi di dalam sebuah *world* (dunia) yang dapat dijelajahi dan dinikmati oleh setiap pemain. Terdapat lebih dari 25.000 *worlds* yang ada di dalam VRChat, sebagian besar jumlah *world* tersebut merupakan buatan dari para pemain dan akan terus bertambah jumlahnya (VRChat, 2023). Dunia yang tersedia pun memiliki tema yang beragam, seperti replika dunia nyata, luar angkasa, horor, fantasi, dan masih banyak lagi. Selain itu, VRChat juga memungkinkan para penggunanya untuk dapat membuat atau memilih jenis avatar sesuai keinginan mereka, seperti avatar manusia, robot, hewan, tokoh kartun, dan berbagai jenis avatar lainnya. VRChat memiliki teknologi avatar yang cukup realistis, seperti mulut yang dapat menyesuaikan gerakan ketika berbicara, serta gerakan mata yang dapat berkedip dan menyesuaikan arah pandang yang pemain lihat. Avatar ini digunakan sebagai representasi diri mereka ketika berada di dalam dunia virtual VRChat. Sehingga setiap pemain dapat berubah menjadi apa saja tanpa ada batasan gender dan identitas, serta bebas mengekspresikan diri mereka selama tidak melanggar aturan yang ada.





**Gambar 2.3** Contoh *world* dalam VRChat (Sumber: Tangkapan layar VRChat “Pingiran Kota Indonesia”, 2023)



**Gambar 2.4** Contoh avatar dalam VRChat, kiri avatar manusia dan kanan avatar hewan landak (Sumber: Tangkapan layar VRChat, 2023)

Meskipun terkesan harus memiliki perangkat *virtual reality* (VR), tetapi perangkat tersebut tidak selalu wajib untuk digunakan agar dapat mengakses VRChat. Pengguna yang tidak memiliki perangkat tersebut tetap dapat bermain dan menikmati VRChat karena tersedia opsi akses melalui desktop atau komputer biasa. Pengguna tetap dapat menjelajahi dunia yang ada di dalam VRChat dengan menggunakan *mouse* dan *keyboard*. Namun, pengalaman bermain tentu akan terasa

berbeda jika dibandingkan dengan menggunakan perangkat VR. Selain itu, gerakan dari avatar yang digunakan menjadi terbatas jika tidak menggunakan perangkat VR, karena tidak dapat menyesuaikan dengan gerakan pemain di dunia nyata. Selebihnya, pemain tetap dapat mengakses fitur-fitur yang tersedia di dalam VRChat tanpa menggunakan tambahan perangkat VR.

## 2.7 Komunitas Virtual

Komunitas virtual merupakan sebuah ketertarikan sekelompok orang terhadap hal yang sama yang interaksinya dan komunikasinya dilakukan melalui jaringan internet. Komunitas virtual umumnya tidak terbatas dengan ruang dan waktu untuk melakukan interaksi dengan sesama anggotanya, hal ini karena kemudahan aksesnya yang dilakukan melalui internet. Komunitas virtual memfokuskan diri di dalam komunikasi dan interaksi yang dibentuk oleh partisipasi yang mengkhususkan pada hubungan antaranggota di dalam komunitas virtual serta peran dari teknologi informasi (Bensa, 2015). Terdapat karakteristik yang membedakan antara komunitas virtual dengan komunitas lainnya, karakteristik tersebut meliputi:

### 1. Interaktivitas

Interaktivitas adalah sebuah interaksi yang terdapat tingkatan antaranggota dengan pengurus komunitas virtual. Hasil dari interaksi dapat meliputi ketersediaan media komunikasi yang baik, respon yang cepat dari anggotanya, keterlibatan moderator ketika sedang berdiskusi, serta membuat pertemuan secara *offline* di dunia nyata. Muniz dan O'Guinn (2001), menyatakan bahwa untuk dapat mengidentifikasi sebuah tingkat interaksi, dapat dilihat melalui banyaknya topik baru yang muncul, kecepatan pertukaran informasi dengan anggota, respon dari informasi yang cepat, hingga beragam aktivitas antaranggota.

### 2. Kualitas Sistem

Kualitas sistem merupakan keefektifan dalam mencari dan memenuhi kebutuhan melalui suatu platform. Keefektifan ini meliputi kemudahan dalam

mencari informasi, desain yang sederhana, serta tidak terdapat gangguan sistem. Hal ini sangat penting dikarenakan semakin efektif sebuah platform, maka proses untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan juga semakin mudah dan efektif. Sehingga dapat meminimalisir kesalahan-kesalahan yang dapat terjadi.

### 3. Reliabilitas Informasi

Reliabilitas informasi merupakan kualitas yang didapatkan dari sebuah komunitas virtual. Kualitas tersebut meliputi seberapa kredibel informasi yang diterima, relevan dengan masa kini, memiliki nilai bagi si penerima, serta dalam jumlah yang banyak dan beragam.

### 4. Imbalan Keaktifan

Imbalan keaktifan adalah sebuah imbalan yang diterima anggota aktif, baik secara finansial maupun psikologis. Imbalan tersebut dapat berupa penghargaan, mendapatkan informasi penting, saling memercayai satu sama lain, serta tempat untuk berbagi cerita dan pengalaman.

Pada dasarnya, komunitas virtual terbagi menjadi dua jenis, perbedaan ini dapat dilihat dari bagaimana sebuah komunitas bertransformasi menggunakan ke dalam ruang siber. Pertama, sebuah komunitas terbentuk akibat terjadinya sebuah proses komunikasi yang dilakukan melalui perangkat komputer. Para pengguna untuk pertama kalinya saling bertemu dan berkomunikasi melalui internet. Sehingga letak geografis dan perbedaan demografis tidak menjadi halangan. Teknologi internet digunakan untuk keperluan yang sama antarpengguna dengan maksud yang sama pula. Kedua, komunitas virtual terbentuk dari perwujudan komunitas di dunia nyata yang sebelumnya sudah ada, komunitas ini menggunakan media siber untuk melanjutkan interaksi komunitasnya di dalam dunia virtual.

## 2.8 Mediamorfosis

Manusia merupakan makhluk yang terus berkembang dan berinovasi. Dengan memanfaatkan lingkungan sekitar atau dengan sengaja menciptakan berbagai

peralatan yang menjadi pendukung, kebutuhan hidup manusia dapat menjadi lebih mudah untuk terpenuhi. Komunikasi merupakan alat utama bagi manusia untuk dapat saling memahami satu sama lain. Dengan saling memahami, hubungan sesama manusia dapat terbangun serta bertahan lama. Seiring dengan perkembangan zaman, alat serta cara yang digunakan untuk melakukan kegiatan komunikasi juga turut berkembang dan mengalami perubahan. Istilah mediamorfosis muncul untuk membantu dalam memahami jenis perubahan di bidang media. Roger Fidler pertama kali memperkenalkan istilah mediamorfosis pada tahun 1990 dalam judul artikelnya tentang masa depan koran (Fidler, 2003). Mediamorfosis merupakan transformasi media komunikasi, yang umumnya ditimbulkan akibat hubungan timbal balik yang rumit antara berbagai kebutuhan yang dirasakan, tekanan persaingan dan politik, serta berbagai inovasi dan teknologi.

Menurut Fidler, mediamorfosis bukan hanya sekadar teori atau cara berpikir yang terpadu tentang evolusi teknologi media komunikasi, mediamorfosis mendorong kita untuk memahami semua bentuk sebagai bagian dari sebuah sistem yang saling terkait, lalu mencatat berbagai kesamaan dan hubungan yang ada antara berbagai bentuk yang muncul di masa lalu, masa kini, dan yang sedang dalam proses kemunculannya (Fidler, 2003). Fidler telah melakukan beberapa prediksi yang dilakukannya pada tahun 2000 tentang kehadiran beragam teknologi yang akan muncul di masa depan. Prediksi tersebut kemudian menjadi kenyataan, salah satunya seperti akan ada sebuah *headset* multimedia yang mampu melakukan “teleportasi” para penggunanya untuk masuk ke dalam realitas dunia virtual, yang kemudian ditemukannya teknologi tersebut di tahun 2010, yang kita kenal dengan nama *headset virtual reality*. Terdapat prediksi lainnya juga seperti manusia yang memanfaatkan internet untuk belanja, bekerja, dan bermain. Kemudian kaburnya batasan antara dunia nyata dan virtual, perubahan bentuk di dalam dunia virtual yang direpresentasikan dengan avatar atau identitas *online* yang digunakan khusus untuk menjaga privasi dan anonimitas pengguna. Serta teknologi di mana akan ada berbagai penyedia layanan yang menawarkan video interaktif, menyediakan musik, televisi, serta film *on-demand*. Prediksi-prediksi teknologi tersebut kini benar-benar menjadi kenyataan dan telah hidup berdampingan dalam kehidupan manusia.

## 2.9 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pujo Waskito Nugroho	2018	Identitas <i>Roleplayer</i> dalam <i>Game</i> VRChat	Kualitatif deskriptif	Para <i>roleplayer</i> VRChat memiliki alasan bermain yang cukup beragam. Seperti agar dapat bebas mengekspresikan diri dengan bebas, menunjukkan sifat asli, tempat untuk melatih kemampuan bernyanyi, dan sebagai pelarian dari dunia nyata yang membosankan. Karena hal tersebut sulit bagi mereka untuk diwujudkan di dunia nyata, maka mereka memilih untuk menjadi <i>roleplayer</i> dengan menggunakan identitas yang mereka inginkan melalui tubuh virtual. Dari pengakuan masing-masing pemain, masyarakat yang ada di dalam VRChat sangat mendukung dan toleransi terhadap hal-hal yang mereka lakukan. Sehingga hal ini membuat diri mereka merasa nyaman berada di dalam VRChat.