

ANALISIS PERILAKU KOMUNIKASI ANTARPRIBADI *PLAYER* *GAME ONLINE MOBILE LEGENDS :BANG BANG*

(Studi Kasus Pada Komunitas Casual Crew di Kota Bandung)

ANALYSIS OF COMMUNICATION BEHAVIOR OF THE ONLINE PLAYER MOBILE

LEGENDS GAME ONLINE: BANG BANG

(Case Study of the Casual Crew Community in the City of Bandung)

¹⁾ M. Farhan Bismark Putra, ²⁾ Nur Atnan, S. IP., M. Sc

¹⁾ farhanbismark@student.telkomuniversity.ac.id , ²⁾ nuratnan@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena perilaku komunikasi antarpribadi player game online Mobile Legends Bang : Bang studi kasus pada komunitas Casual Crew di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi antarpribadi, perilaku komunikasi, teori kepribadian kelompok dan psikologi komunikasi. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan Triangulasi data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku komunikasi yang berubah pada komunitas casual crew yang diakibatkan oleh game online Mobile Legends : Bang Bang yang terjadi karena adanya faktor stimulus respons, faktor kebiasaan, dan faktor emosional. Hal tersebut mengacu pada perubahan sikap dan perilaku khususnya perubahan sikap produktifitas yang sebelumnya dilakukan oleh komunitas ini dan mengakibatkan menurunnya performa komunitas ini.

Kata kunci : Perilaku Komunikasi, Fenomena, *Mobile Legends, Game Online.*

Abstract

This study aims to determine the phenomenon of interpersonal communication behavior online game players Mobile Legends Bang: Bang case study on the Casual Crew community in the city of Bandung. This research uses interpersonal communication theory, communication behavior, group personality theory and communication psychology. Data analysis techniques in this study used data triangulation. The results of this study indicate that communication behaviors that change in the casual crew community are caused by the online game Mobile Legends: Bang Bang which occurs because of stimulus response factors, habit factors, and emotional factors. This refers to changes in attitudes and behavior, especially changes in productivity attitudes that were previously carried out by this community and resulted in a decline in the performance of this community.

Keywords: Communication Behavior, Phenomenon, Mobile Legends, Online Games.

1. PENDAHULUAN

Game online merupakan sebuah permainan yang dimainkan didalam suatu jaringan baik LAN maupun internet. Perkembangan dari *game online* sendiri tidak lepas dari perkembangan teknologi dan komputer. Meledaknya *game online* merupakan ceriman dari pesatnya jaringan komputer yang dahulunya berskala kecil sampai menjadi internet dan terus berkembang sampai sekarang. *Game online* muncul di Indonesia pertama kali tahun 2001, dimulai dengan masuknya *Nexia Online*. *Game online* yang beredar di Indonesia cukup beragam, mulai dari yang bergenre *action*, *sport* maupun RPG (*Role Playing Game*). *Cnbcindonesia.com* merilis daftar 10 *game online* android terbaik dan terpopuler untuk main bersama sering dimainkan seperti *Mobile Legends : Bang Bang*, *PUBG Mobile*, *Garena Free Fire*, *Garena AOV – Arena of Valor: Action MOBA*, *COC (Clash of Clans)*, *Lineage2 Revolution*, *Space Comander*, *SUP Multiplayer RacingWorld of Tanks Blitz* (www.cnbcindonesia.com diakses pada tanggal 2 April 2019).

Game online Mobile Legends : Bang Bang di Indonesia sangat amat banyak digemari oleh para masyarakat. Sekumpulan para *player* membuat komunitas *online* khusus para *player Mobile Legends : Bang Bang* di media sosial *Facebook* yang bernama *Mobile Legends : Bang Bang Official* untuk mempersatukan para *player Mobile Legends : Bang Bang* di Indonesia. Grup tersebut terdapat sebanyak 2.046.480 anggota yang setiap harinya di grup tersebut melakukan aktivitas posting sebanyak 121 status. Grup ini dibuat pada dua tahun yang lalu pada tanggal 30 April tahun 2017. Grup ini mempersatukan para komunitas-komunitas *player Mobile Legends : Bang Bang* di seluruh Indonesia agar komunitas-komunitas dapat bermain dengan komunitas yang lain dan untuk berbagi pengetahuan sekitar *game Mobile Legends : Bang Bang*.

Salah satu komunitas yang telah kecanduan bermain *game Mobile Legends : Bang Bang* adalah Komunitas Casual Merkuri Crew yang terdapat di kota Bandung khususnya daerah Perumahan Margahayu Raya. Awalnya komunitas ini merupakan sekumpulan komunitas dari Tim persepak bola Persib Bandung yang berdiri pada tahun 2014 dan di dirikan oleh beberapa sekumpulan penggermas Persib di lingkungan Perumahan Margahayu Raya tepatnya di Jalan Merkuri. Kegiatan sehari-hari para anggota adalah membantu kegiatan sosial di lingkungan Merkuri, seperti mengadakan Lomba setiap peringatan Kemerdekaan Republik Indonesia, mengadakan Bakti Sosial kepada Yayasan Yatim Piatu di daerah Margahayu Raya, mengadakan kegiatan Gotong Royong di setiap hari Minggu pagi bersama para warga, mengadakan kegiatan tadarus atau membimbing para anak di bawah usia 10 tahun yang belum fasih membaca ayat-ayat suci Al-Qur'an setiap bulan Ramadhan. Tetapi pada saat *Mobile Legends : Bang Bang* muncul di Indonesia dan sudah digemari banyak *player game online* termasuk komunitas Casual, kegiatan positif seperti diatas tidak lagi dilakukan secara aktif dikarenakan komunitas ini sudah kecanduan untuk bermain *game online khususnya Mobile Legends : Bang Bang*.

Menurut Ma'ruf Harsono (2014, 75) dampak positif dalam bermain *game* untuk remaja antara lain dapat membuka sarana belajar, *game* juga membuat para *player* menjadi pandai berbahasa asing khususnya Bahasa Inggris, menumbuhkan sifat yang pantang menyerah, mempunyai semangat yang tinggi, menumbuhkan rasa ingin tahu lebih dalam, memudahkan dalam penyelesaian dalam masalah, dapat berimajinasi, lebih memiliki sifat ambisius, dapat memperoleh teman dan uang dari *game* tersebut.

Perbedaan perilaku komunikasi tersebut menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Penelitian ini juga dilaksanakan untuk dapat lebih memahami perilaku komunikasi pengguna internet yang berkomunikasi dalam *cyberspace* yang terdapat di Internet, sementara *game online Mobile Legends : Bang Bang* merupakan salah satu dari sekian banyak *cyberspace* dalam internet yang banyak digunakan sebagai media komunikasi selain yang fungsinya hanya untuk hiburan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti dan menganalisa penggunaan perilaku komunikasi suatu komunitas dengan adanya *Game Online*. Untuk itu peneliti melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Perilaku Komunikasi Antarpribadi Player Game Online Mobile Legends : Bang Bang (Studi Kasus Pada Komunitas Casual Crew di Kota Bandung)**”

1.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian yaitu bagaimana perilaku komunikasi *player Mobile legend : Bang Bang* pada komunitas *casual* Margahayu Raya Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

Bagaimana perilaku komunikasi masing masing player terhadap lingkungan sekitar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah, tujuan penulisan penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana Untuk mengetahui bagaimana perilaku komunikasi pada player di komunitas *Casual Crew* Margahayu Raya Bandung.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Komunikasi

Skinner (1938) seorang ahli psikologi, merumuskan bahwa perilaku merupakan respons atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar), oleh karena itu perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan

kemudian tersebut merespons maka teori Skinner disebut teori “S-O-R” atau stimulus – organisme – respons. Skinner membedakan dua proses yaitu:

1. *Respondent respon* atau *reflecsive*, yakni respon yang ditimbulkan oleh rangsangan-rangsangan (stimulus) tertentu. Stimulus semacam ini disebut *electing stimulation* karena menimbulkan respons – respons yang relatif.
2. *Operant respon* atau *instrumental respon*, yakni respons yang timbul dan berkembangnya kemudian diikuti oleh stimulus atau perangsang tertentu. Perangsang ini disebut *reinforcing stimulation* atau *reinforce*, karena memperkuat respons.

2.1.1 Bentuk Perilaku Komunikasi

1. Perilaku tertutup adalah respon dari seseorang terhadap adanya stimulus dalam bentuk yang tertutup atau terselubung. Adanya respon atau aksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, pengetahuan atau kesadaran, persepsi dan sikap yang terjadi belum dapat diamati secara jelas oleh khalayak lain.
2. Perilaku terbuka adalah respon dari seseorang terhadap adanya stimulus dalam bentuk tindakan terbuka atau nyata. Adanya respon terhadap stimulus jelas dalam bentuk praktek atau adanya bentuk tindakan (*practice*).

2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Komunikasi

Menurut Loawrence Green bahwa perilaku dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor, yaitu:

1. Terwujud dalam sikap dan perilaku petugas lainnya yang merupakan adanya faktor predisposisi yang terwujud dalam adanya sikap, pengetahuan, kepercayaan dan keyakinan, motivasi dan nilai-nilai.
2. Faktor pendukung yang terwujud dalam lingkungan fisik, tersedia atau tidaknya

tersedia fasilitas-fasilitas atau sarana dalam kesehatan.

3. Faktor pendorong yang kelompok referensi dari perilaku masyarakat.

Tim ahli *who* (1984), menganalisis bahwa yang menyebabkan seseorang itu berperilaku, terdapat empat alasan pokok utama, yaitu:

1. Perasaan dan pemikiran. Bentuk pemikiran dan perasaan itu adalah kepercayaan, pengetahuan, sikap dan lain-lain.

2. Seseorang penting sebagai referensi apabila penting bagi kita, maka apapun yang mereka katakan dan lakukan cenderung untuk kita.

3. Sumber daya yang termasuk adalah fasilitas-fasilitas. Misalnya : waktu, tenaga kerja, keterampilan, uang,, dan pelayanan. Pengaruh adanya sumber daya terhadap perilaku dapat bersifat positif dan negatif.

4. Kebudayaan perilaku normal, nilai-nilai, kebiasaan dan pengadaan sumber daya di dalam suatu khalayak akan menghasilkan suatu pola hidup yang disebut sebagai kebudayaan. Perilaku yang normal adalah satu aspek dari kebudayaan dan selanjutnya kebudayaan mempunyai pengaruh terhadap perilaku.

2.1.3 Pengaruh Kelompok Pada Perilaku Komunikasi

1. Konformitas, adalah perubahan pada perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang benar atau dibayangkan. Setiap individu tentu memiliki sifat idealis, atau paling tidak memiliki pendapat yang menurut setiap individu tepat untuk dapat menyelesaikan masalah. Konformitas terjadi jika terdapat desakan tekanan dari anggota lain yang mayoritas terhadap yang minoritas dalam satu kelompok.

2. Fasilitasi Sosial. Fasilitasi (dari kata Prancis *facile*, yang artinya mudah) menunjukkan kelancaran atau adanya peningkatan kualitas kerja karena ditonton kelompok. Kelompok mempengaruhi pekerjaan sehingga menjadi lebih mudah. Robert Zajonc (1965), menjelaskan bahwa kehadiran orang lain dianggap menimbulkan efek pembangkit energi pada perilaku individu. Efek ini terjadi pada berbagai situasi sosial, bukan hanya didepan orang yang dapat menggairahkan kita. Energi yang meningkat akan mempertinggi kemungkinan dikeluarkannya respon yang dominan. Respon dominan adalah perilaku yang kita kuasai. Bila respon yang dominan itu adalah yang benar, terjadi peningkatan prestasi. Bila respon dominan itu adalah yang salah, terjadi penurunan prestasi.

2.2 Komunikasi Antarpribadi

Menurut Edna Rogers (2002: 1), pendekatan hubungan dalam menganalisis proses komunikasi antarpribadi mengasumsikan, bahwa hubungan antarpribadi dapat membentuk struktural sosial yang diciptakan melalui proses komunikasi. Komunikasi antarpribadi bisa disebut juga dari proses terbentuknya dari penetrasi sosial. Jika komunikator selalu berhubungan dengan komunikan, mereka akan termotivasi untuk melakukan usaha dalam melanjutkan hubungan tersebut, dan mereka cukup memadai untuk memungkinkan proses pertumbuhan dari hubungan tersebut, maka hubungan mereka dapat mengalami perubahan secara kualitatif. Ketika perubahan itu menyertai pengembangan hubungan, pertukaran – pertukaran komunikasi akan meningkatkan sebuah hubungan

antarpribadi. Mereka berimprovisasi untuk dapat menghubungkan makna, memberdayakan dan memaksakan tindakan dari satu sama lain.

2.3 Teori Kepribadian Kelompok (*Group Syntality Theory*)

Teori kepribadian dari suatu kelompok merupakan studi mengenai adanya interaksi pada kelompok yang memiliki basis pada dimensi kelompok dan dinamika dari kepribadian. Definisi kelompok biasanya mengarah kepada ciri-ciri dari populasi atau karakteristik seluruh individu seperti usia, intelligence, sedangkan ciri-ciri dari kepribadian yang memungkinkan kelompok akan bertindak sebagai suatu keseluruhan yang dapat mengarah pada peran-peran yang lebih spesifik. Teori ini dapat menimbulkan suatu sinergi. Sinergi suatu kelompok/komunitas dapat dihasilkan dari masing-masing dari sikap anggotanya terhadap kelompok tersebut (Daryanto, 2014).

2.4 Psikologi

Psikologi adalah disiplin ilmu pengetahuan yang dapat langsung diterapkan oleh setiap individu karena mempelajari berbagai macam keunikan tingkah laku seseorang di masyarakat. Kata atau istilah "Psikologi" berasal dari bahasa Yunani kuno (*psyche*) yang artinya jiwa, dan (*logia*) yang artinya ilmu. Jadi menurut arti kata (etimologi), psikologi berarti ilmu yang mempelajari tentang jiwa. Sebagai sesuatu yang dipandang sebagai ilmu, maka psikologi tidak terlepas dari perkembangan dan hubungan dengan ilmu-ilmu lainnya. Dari waktu ke waktu, psikologi mengalami perkembangan sesuai dengan keadaan (Rezi, 2018).

2.5 Psikologi Komunikasi

Komunikasi dan psikologi adalah bidang yang saling berkaitan satu sama lain,

terlebih sama-sama melibatkan manusia. Komunikasi adalah kegiatan yang bertukar informasi dan dilakukan oleh manusia untuk mengubah pendapat atau perilaku manusia lainnya. Sehingga terbentuklah teori psikologi komunikasi. Komunikasi merupakan sebuah peristiwa sosial yang terjadi ketika seorang manusia berinteraksi dengan manusia yang lain. Secara psikologis, peristiwa sosial akan membawa kita kepada psikologi sosial. Pendekatan psikologi sosial adalah juga pendekatan psikologi komunikasi. Komunikasi sangat esensial untuk pertumbuhan kepribadian manusia. Kurangnya komunikasi akan menghambat perkembangan kepribadian. Komunikasi sangat erat kaitannya dengan perilaku dan pengalaman kesadaran manusia (Rezi, 2018; 57).

2.6 Komunikasi

Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*), istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin, yaitu *Communicatio* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran, kata sifatnya *communis* yang bermakna umum atau bersama-sama (Wiryanto, 2004). Jadi, komunikasi bertujuan untuk menyampaikan pesan antara komunikator (pengantar pesan) kepada komunikan (penerima pesan), tetapi dapat juga menjadi pesan kepada diri sendiri. Komunikasi tidak hanya bersifat informatif namun juga bersifat persuasif. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Shannon dan Weaver (1949), komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak di sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi.

2.7 Jenis-jenis Komunikasi

2.7.1 Komunikasi Berdasarkan Perilaku

1. Komunikasi Formal, yaitu komunikasi yang terjadi diantara organisasi atau perusahaan yang tata caranya sudah

diatur dalam struktur organisasinya. Contohnya seminar.

2. Komunikasi Informal, yaitu komunikasi yang terjadi pada sebuah organisasi atau perusahaan yang tidak ditentukan dalam stuktur organisasi serta tidak mendapat kesaksian resmi yang mungkin tidak berpengaruh kepada kepentingan organisasi atau perusahaan. Contohnya kabar burung, desas-desus, dan sebagainya.

3. Komunikasi Nonformal, yaitu komunikasi yang terjadi antara komunikasi yang bersifat formal dan informal, yaitu komunikasi yang berhubungan dengan pelaksanaan tugas pekerjaan organisasi atau perusahaan dengan kegiatan yang bersifat pribadi anggota organisasi atau perusahaan tersebut. Contoh rapat mengenai ulang tahun perusahaan.

Terdapat beberapa konsep tambahan yang digunakan oleh peneliti untuk mendukung penelitian ini yaitu definisi dari komunitas dan Game Online.

2.8 Komunitas

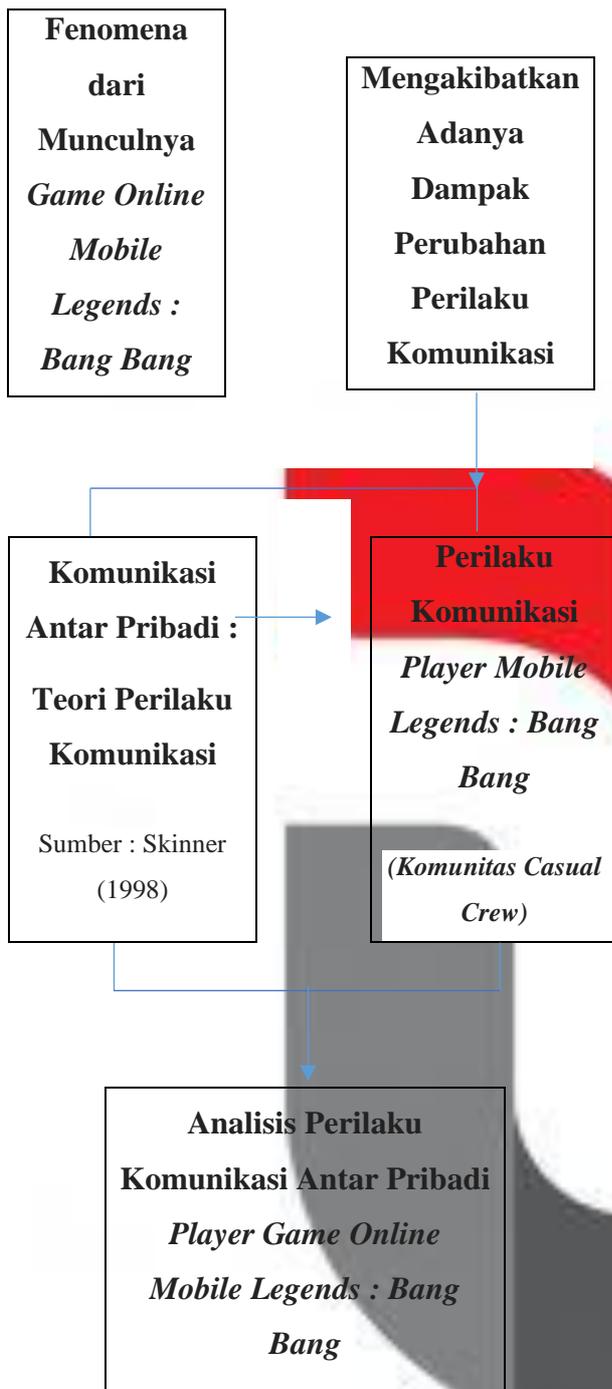
Menurut Crow and Allan, komunitas dapat dibagi menjadi tiga komponen, yaitu:

1. Berdasarkan lokasi atau tempat, yaitu di suatu daerah geografis dapat dilihat sekelompok orang yang saling kenal yang mempunyai kesamaan sehingga dapat menciptakan interaksi dan berkontribusi terhadap lingkungan
2. Berdasarkan minat, yaitu sekelompok orang yang mempunyai kepentingan yang sama seperti Agama, pekerjaan, suku, ras, hobi atau berdasarkan gangguan seksual.
3. Berdasarkan komuni. Komuni dapat diartikan sebagai ide dasar yang mendukung masyarakat sekitar.

Terbentuknya komunitas tidak bergantung pada apapun asalkan memenuhi syarat yang telah dikembangkan oleh para ahli. Komunikasi dalam komunitas umumnya mempunyai alur layaknya sebuah organisasi dalam perusahaan karena dalam komunitas ada struktur pengurus. Menurut McMillan dan Chavis (1986) mengatakan bahwa komunitas merupakan kumpulan dari para anggotanya yang mempunyai rasa saling memiliki, terikat diantara satu dan lainnya dan percaya bahwa kebutuhan para anggota akan terpenuhi selama para anggota berkomitmen untuk terus bersama-sama.

2.9 Game Online

Game online merupakan permainan yang dapat diakses oleh banyak pemain, dimana mesin-mesin yang digunakan pemain dihubungkan oleh satu jaringan (Adams and Rollings 2007), umumnya jaringan yang dihubungkan menggunakan internet. Pada umumnya, masyarakat menganggap *game online* adalah suatu kebutuhan masyarakat karena fungsi utamanya adalah untuk mengisi waktu luang dan menjalin komunikasi satu sama lain. Dilihat secara natural dan format pembentukan *game online* dapat menjadi tempat pelarian dari dunia nyata. Tetapi, dengan adanya game online dapat menimbulkan dampak yang cukup negatif dari si penggunanya karena dapat melalaikan suatu kegiatan yang lebih penting karena game online dapat menyebabkan kecanduan para penggunanya.



3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian dilihat dari deskriptif kualitatif. Penelitian dengan pendekatan kualitatif adalah penelitian yang mengandalkan uraian deskriptif dari kumpulan kata atau kalimat yang disusun secara cermat dan sistematis dari mengumpulkan data hingga menafsirkan

dan menyajikan hasil penelitian. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode studi kasus deskriptif, dalam menggambarkan secara deskriptif yakni melakukan penggambaran secara sistematis dan juga actual terhadap fakta-fakta yang peneliti temukan dilapangan berkaitan dengan perilaku komunikasi dari komunitas casual margahayu raya Bandung. Pengumpulan data dalam metode penelitian ini menggunakan pengumpulan data berdasarkan metode pengamatan observasi, metode wawancara mendalam dan studi pustaka.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Dalam bab ini, hasil penelitian mengenai *personal branding* Andy dan Victor dalam *channel Youtube JWesBros*. Unit analisis ini menggunakan 10 video JWesBros yang mewakili sebagai unit penelitian.

Berdasarkan video tersebut, peneliti ingin mengetahui bagaimana pembentukan *personal branding* Andy dan Victor melalui *channel Youtube JWesBros*, maka hasil penelitiannya adalah sebagai berikut:

4.1 Perilaku Komunikasi

Perubahan perilaku yang terjadi pada komunitas ini atau Karang Taruna terdapat pada beberapa informan. Hasil itu bisa dipastikan oleh peneliti karena dapat dari hasil observasi dan wawancara pada masing-masing orang tua dan ruang lingkup universitas oara informan tersebut.

Pada informan yang pertama Medica Rizkasyah, ia mengatakan bahwa terdapat perubahan perilaku komunikasi yang terjadi pada ruang lingkup komunitas dan karang taruna yang diakibatkan oleh game online Mobile Legend Bang : Bang. Bisa dikatakan bahwa informan Medica memberikan *stimulus respons* kepada anggota komunitas yang lain. Stimulus itu berupa rangsangan bermain game online ini. Hal ini bisa disangkut pautkan dengan

informan Hugo yang menyatakan bahwa ia bermain game online ini akibat melihat informan Medica bermain game online Mobile Legend : Bang Bang.

Pada keseluruhan informan, bisa digaris bawahi bahwa mereka berbicara tentang perubahan perilaku komunikasi pada komunitas casual crew atau Karang Taruna sangat terasa. Menurut Tim ahli who (1984), bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan sesuatu dan telah dibahas di BAB II dan diantaranya terdapat yang paling relevan yaitu kebudayaan perilaku normal, nilai-nilai, kebiasaan dan pengadaan sumber daya di dalam suatu khalayak akan menghasilkan suatu pola hidup yang disebut sebagai kebudayaan. Perilaku yang normal adalah satu aspek dari kebudayaan dan selanjutnya kebudayaan mempunyai pengaruh terhadap perilaku. Aspek kebudayaan yang dimaksud adalah budaya bermain game online yang mengakibatkan berkurangnya kegiatan produktif yang telah dilakukan sebelumnya oleh komunitas. Kebudayaan yang dimaksud adalah kebudayaan bermain game online Mobile Legend Bang:Bang yang dilakukan setiap hari. Menurut pengamatan peneliti, semakin hari, player game online ini semakin terus bertambah dalam ruang lingkup komunitas ini.

4.2 Bentuk Perilaku Komunikasi pada Komunitas

Perilaku komunikasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu perilaku tertutup dan terbuka. Dalam fenomena ini peneliti menemukan beberapa masalah keterbukaan pada masing masing informan berdasarkan pengamatan orang terdekat. Seperti contohnya pada informan Januar yang kurang terbuka kepada ruang lingkup keluarganya. informan Darwin yang merupakan orang tua dari Informan Januar mengatakan bahwa Januar hanya terbuka masalah uang, selebihnya hanya bermain game online Mobile Legend Bang : Bang

dirumahnya. Menurut peneliti, faktor tersebut karena adanya stimulus dalam bentuk yang tertutup. Maksudnya adalah game online sendiri memiliki bentuk yang bisa membuat orang menjadi tertutup dikarenakan aksi para pemainnya terbatas hanya sebatas bermain saja, tidak memikirkan hal yang lain.

Berbeda dengan keterbukaan. Informan yang lainnya memiliki keterbukaan pada ruang lingkungannya dikarenakan stimulus bermain game online Mobile Legend yang didapatkan tidak begitu berpengaruh pada kehidupan kesehariannya.

4.3 Teori Kepribadian Kelompok (Group Syntality Theory)

Sinergi yang dihasilkan oleh komunitas ini adalah ketidakpedulian pada kegiatan produktif sebelumnya yang dilakukan dengan penyebab utamanya adalah game online itu sendiri. Faktor ini juga dipengaruhi oleh usia dari masing-masing anggota yang masuk dalam kriteria target pasar dari game online Mobile Legend itu sendiri. Maka dari itu, hampir semua anggota bermain game online Mobile Legend Bang : Bang yang menyebabkan turunnya performa dari komunitas atau grup karang taruna ini.

Konflik tersebut muncul karena sikap yang cukup berbeda dari sebelumnya sebelum munculnya fenomena Mobile Legend pada komunitas casual crew atau Karang Taruna. Hal tersebut menjadikan individu-individu semakin mempunyai kesamaan dari sikap, maka akan semakin berkurangnya kebutuhan akan suatu energi intrinsik.

4.4 Trust/Kepercayaan

Ketika *personal branding* telah dibentuk dan seseorang sudah mulai disukai maka akan dapat lebih dipercaya (Haroen, 2014). Dalam membangun kepercayaan dengan menggunakan media sosial *Youtube* dapat

dilakukan dengan cara mengunggah video yang dapat memperlihatkan bahwa seseorang dapat selalu konsisten, dapat menepati janji, dan menunjukkan bahwa telah diberi kepercayaan di dalam beberapa kesempatan. Konsisten yang terkait disini dengan menjaga hubungan dan dapat menjalin relasi yang baik dengan orang lain (Mc Nally dan Speak, 2004). Pada salah satu video ketika JWestBros mengajak salah satu *chef* ternama di Indonesia yaitu William Gozali yang tentunya ahli dalam bidang kuliner. Hal itu dapat menunjukkan karakteristik *reliable*-nya dan dianggap sebagai orang yang *trustworthy* (Aaker, 1997).

Secara umum kepercayaan dapat dimiliki apabila JWestBros mengajak salah satu seseorang yang ahli di bidang yang sesuai dengan apa yang mereka pilih, dilihat secara jumlah JWestBros telah menunjukkan bahwa *subscriber* JWestBros sudah banyak sehingga media sosial *Youtube* menghilangkan jarak antara JWestBros dan *subscriber*-nya. Kedua informan pendukung mengungkapkan JWestBros mendapatkan kepercayaan dari *subscriber*-nya, karena JWestBros *straight* kepada *food and travel*, melalui unggahan video JWestBros dan melalui hasil analisis dari 10 video yang ada pada indikator penelitian hanya sedikit yang mengandung indikator *personal branding* yang termasuk ke dalam *trust*. Namun, informan ahli media sosial, menambahkan mereka membahas hal-hal yang sebenarnya tidak ada kaitannya, hanya sebagai pendukung dan akan menjadi *experience* bagi JWestBros.

4.5 Pesan dan Solusi

Mengunggah video melalui media sosial *Youtube*, seharusnya tidak hanya untuk kegiatan dalam memposting, tetapi akan lebih baik jika dapat memberikan pesan kepada khalayak dan dapat memberikan solusi (Haroen, 2014). Terdapat *The Law of Goodwill* yakni, nilai dan ide yang dapat

diasosiasi secara positif di dalamnya (Montoya 2002 dalam Haroen, 2014).

Pesan yang disampaikan oleh JWestBros adalah suatu ide bagaimana mengelola video dengan baik dengan menggunakan teknik penggunaan kamera dan dalam editing ataupun isi dan cerita di dalam video yang mereka sampaikan. Terdapat juga ide-ide dalam mengolah makanan dari bahan makanan biasa yang dapat menjadikan makanan tersebut menjadi menarik maupun ide-ide kegiatan *travelling* yang belum dilakukan oleh *vlogger* lain yang terlihat dalam video JWestBros yang *travelling* ke Malaysia dan *me-review* atau memberikan informasi kepada *subscriber*-nya tentang mall-mall yang berada di Malaysia.

Peneliti meragukan apakah akan berhasil diterima atau tidaknya pesan atau solusi yang ingin coba disampaikan oleh JWestBros karena video terasa tidak maksimal dan tidak terlihat jelas seberapa tinggi kualitas video yang mereka inginkan. Sekalipun hal tersebut dilihat sebagai keahlian dan perbedaan dari video yang dibuat oleh JWestBros. Informan ahli *personal branding*, menyampaikan bahwa yang dimaksud oleh JWestBros sebagai *positioning*-nya belum terlihat dengan jelas ingin mengarah kemana, sehingga sulit di pahami bagi beberapa orang yang tidak mengerti apa yang ingin disampaikan oleh JWestBros, apakah dari segi kualitas gambar, video, makanan atau sebagainya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dari hasil observasi dan wawancara melalui lima belas informan, maka dapat disimpulkan bahwa dari penelitian ini terdapat perubahan perilaku komunikasi dari komunitas casual crew akibat adanya game online *Mobile Legend : Bang Bang*.

5.2 Saran

Dalam penelitian ini peneliti akan memberikan saran akademis yang berguna

untuk kepentingan akademisi terutama di ruang lingkup Telkom University dan juga memberikan saran praktis yang berguna untuk kehidupan sehari-hari. Peneliti berharap dapat menyempurnakan penelitian-penelitian selanjutnya.

5.2.1 Saran Akademis

Saran yang akan peneliti berikan untuk penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian tentang perilaku komunikasi khususnya studi kasus komunitas adalah lebih memperdalam ilmu atau teori tentang psikologi sosial dan diperlukan observasi lebih dalam agar lebih memahami apa yang akan diteliti.

5.2.2 Saran Praktis

Diharapkan bagi setiap komunitas terutama komunitas di dalam Telkom University untuk lebih memperhatikan sikap dan perilaku terhadap sesama khususnya lebih memahami arti dari sebuah kegiatan produktif. Jangan sampai hanya karena hal yang membuat kurang produktif bisa mengurangi kegiatan-kegiatan positif yang biasa dilakukan

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Adair, John. 2008. *Kepemimpinan Yang Memotivasi*. Jakarta; CV PT. Gramedia Pustaka Utama
- Adams, E & Rollings, A. 20017. *Fundamentals of Game Design*. Prentice Hall
- Slaim, Agus. 2001. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial :Buku Sumber Untuk Penelitian Kualitatif*
- Anggito, Albi dan Setiawan, Johan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi; CV Jejak, hal.8
- Anwar dan Adang,. 2008. *Pengantar Sosiologi Hukum*. Jakarta; Grasindo, hal.38
- Baran, Stanley J dan Davis, K. 2009. *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Boston: Wadsworth Cengage Learning, hal.252
- Bungin, M Burhan, 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta; kencana
- Bungin, M Burhan. 2012. dan Davis, K. 2009. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*
- Crewswell, John W. 2016. *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta; Pustaka Belajar, hal. 49
- Cangara, Harfied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta; PT Raja Grafindo Persada
- Daryanto, Drs. 2014. *Teori Komunikasi*. Malang; Gunung Samudera
- Djam'an & Komarilah, Aan. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta: Jakarta.
- Herdiansyah, Haris. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta Selatan; Salemba Humanika
- John, Adair. 1990. *Kepemimpinan yang Memotivasi "Aturan Lima Puluh – Lima Puluh dan Delapan Prinsip Utama Untuk Memotivasi"*
- John, Adair. 1990. *Kepemimpinan yang Memotivasi "Aturan Lima Puluh – Lima Puluh dan Delapan Prinsip Utama Untuk Memotivasi"*
- Laswell, H. 1948. *The Structure Function of Communication in Society, The Communication of Ideas*. Institute for Religious and Social Studies. New York.
- Manuntung, Alfeus NS. 2018. *Terapi Perilaku Kognitif Pada Pasien Hipertensi*. Malang; Wineka Media, hal.9
- Margono. 1997. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta; Rineka Cipta
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. Rosda Karya
- Sari, Andhita A. 2017. *Komunikasi Antarpribadi*. Yogyakarta; CV Budi Utama
- Shannon, Claude Elwood dan Weaver, Warren. 1998. *The Mathematical*

- Theory of Communication*. University of Illinois Press.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung; PT Alfabet
- Tri, Dayakisni dan Hudaniah. 2003. *Psikologi Sosial* : UMM PRESS, Malang
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta.
- Yin, Robert K. 2003. *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta; Raja Grafindo Persada
- Skripsi dan Jurnal :**
- Harsono M. 2014. *Pengaruh Bermain Game Terhadap Perkembangan Remaja*. Serpong: Surya University
- Rizal Mahri. 2014. *Perilaku Komunikasi AntarUmat Beragama di Pumblon Banguntapan Bantul Yogyakarta*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta
- Eliana Pratiwi. 2017. *Perilaku Komunikasi Interpersonal Pecandu Game Online*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Serang
- Surya Adhi Agoesta. 2016. *Pola Komunikasi Pemain Game Online Lost Saga (Studi Deskriptif Kualitatif Pola Komunikasi Gamer Remaja dalam Penggunaan Fasilitas Chatting Game Online Lost Saga di Kota Semarang)*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Alif Ahmad Fauzi. 2017. *Analisis Pesan Komunikasi di Media Online Pemain Virtual Game "Kancaku" (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Anggota Komunitas*
- Andi Indri Abriani, Zein Abdullah dan Marsia Sumule. 2018. *Perilaku Komunikasi Pengguna Game Online "Mobile Legends" (Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Halu Oleo)*. Jurnal Ilmu Komunikasi UHO Volume 3, Nomor: 1 Yohanes Rikky Dwi
- Santoso dan Jusuf Tjahjo Purnomo. 2017. *Hubungan Kecanduan Game Online Terhadap Penyesuaian Sosial Pada Remaja*. Jurnal Humaniora Yayasan Bina Darma Volume 4, Nomor: 1
- Hardiansyah Msya dan Dian Adi Candra. 2016. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Gangguan Kecanduan Game Online Pada Peserta Didik Kelas X di Madrasah Aliyah Al Furqon Prabumulih Tahun Pelajaran 2015/2016*. Jurnal Bimbingan dan Konseling Volume 3, Nomor:2
- Riris Loisa dan Yugih Setyanto. 2014. *Penyingkapan Diri Melalui Internet di Kalangan Remaja (Studi Komunikasi Antar Pribadi)*. Jurnal Komunikasi Volume 6, Nomor: 3
- Yenny Nabilla Akmarina. 2016. *Pengaruh Bermain Game Online Terhadap Efektifitas Berkomunikasi Dalam Keluarga di Kelurahan Swarga Bara Kota Sangatta Kab. Kutai Timur*. Jurnal Ilmu Komunikasi Volume 1, Nomor: 4
- Mark D. Griffith, Mark N. O. Davies & Darren Chappell. 2004. *Breaking the Stereotype :The Case of Online Gaming*. CyberPsychologi & Behavior Volume 6, No: 1
- Pablo Moreno Ger, Daniel Burgos, Ivan Martinez Ortiz, Jose Luis Sierra, Baltasar Fernandez Manjon. 2008. *Educational Game Design for Online Education*. Computers in Human Behavior Volume 24, Issue: 6
- Shao-Kang Lo, Chih-Chien Wang, Wenchang Fang. 2005. *Physical Interpersonal Relationships and Social Anxiety among Online Game Players*. CyberPsychologi & Behavior Volume 8, No: 1
- Internet:**
- Usia Pengguna Game Online
www.ligagame.com

Daftar *Game Online* Android Terbaik dan Terpopuler

www.cnbcindonesia.com, diakses pada 2 April 2019

Salah Satu Delevoper *Game Online* Menunjukkan Data Jumlah *Player Game Online Mobile Legends: Bang Bang*

www.steampowered.com

Layanan Aplikasi *Game Mobile*

www.appannie.com

Grup Resmi Peringkat *Game Mobile* atau *Game Online* dalam Kategori Pengunduh Terbanyak di *Playstore*

www.kaskus.co.id, diakses pada tanggal 28 Januari 2018 pukul 23.03 WIB

Para *Player Mobile Legends: Bang Bang* di Media Sosial *Facebook*

www.facebook.com/groups, diakses pada tanggal 4 Mei 2019 pukul 21.02 WIB

Jumlah Anggota (*Members*) yang Telah Bergabung dalam Grup *Mobile Legends: Bang Bang Official Indonesia* di Media Sosial *Facebook*

www.facebook.com/groups diakses pada tanggal 4 Mei 2019 pukul 21.03 WIB

Kasus Dampak Negatif dari Berlebihan Dalam Bermain *Game Online*

www.cnn.indonesia.com/gaya-hidup diakses pada tanggal 21 November 2017