

## **BAB 2**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Dalam mendukung penelitian ini, peneliti memilih 6 jurnal penelitian yang dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini. Penulis memilih 4 jurnal ini karena dianggap memiliki topik yang relevan. Terdapat 6 jurnal yang membahas tentang komunikasi yang terjadi pada gim daring, yang pertama adalah jurnal yang dibuat oleh Tegar Surya Wicaksana dengan judul Pola Komunikasi Tim *Gamers Mobile Legends: Bang Bang*. Di dalam penelitian ini ditemukan bahwa pola komunikasi kelompok *Mobile Legends: Bang Bang* pada tim *gamers* menggunakan dua pola komunikasi yaitu komunikasi satu arah dan komunikasi dua arah. Pola komunikasi satu arah ini dianggap lebih dominan ketika anggota tim sedang memberikan informasi seperti meminta bantuan, memberi arahan, ataupun dorongan untuk penyerangan atau perlindungan. Pola komunikasi dua arah ini akan dominan dipergunakan tim pemain gim jika salah satu anggota tim sedang mencari informasi yang membutuhkan anggota tim lainnya untuk memberikan informasi tersebut. Di dalam penelitian ini menggunakan metodologi Eksploratif kualitatif dengan metode *Forum Group Discussion*.

Penelitian ini juga dibuat dengan tujuan mengkaji bagaimana pola komunikasi yang digunakan Squad Mletre Mendem A6 dan bagaimana peran budaya dalam pola komunikasi komunitas tersebut. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah Terdapat dua pola komunikasi yang digunakan oleh Squad Mletre Mendem A6 yaitu pola komunikasi linear dan pola Komunikasi spiral Penggunaan kata kata kasar dalam gim *Mobile Legends* oleh anggota Squad Mletre Mendem A6 merupakan hasil pencampuran budaya komunikasi, dipengaruhi oleh faktor situasional, kebiasaan tim, tekanan kompetitif, dan pengaruh media.

Penelitian kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Amirul Fathin Fadhil dengan judul Pengaruh *Game Mobile Legends* Terhadap Perilaku Komunikasi Interpersonal Siswa SMA Islam Boarding School Raudhatul Jannah

Payakumbuh Sumatera Barat yang membahas bagaimana komunikasi interpersonal yang terjadi dan untuk mengetahui apakah *game* Mobile Legends membuat pemainnya memiliki rasa kecanduan terhadap gim tersebut. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey penyebaran kuesioner dengan analisis data meliputi uji linieritas, koefisien, dan korelasi. Hasil dari penelitian ini juga mengatakan bahwa tidak terdapat korelasi antara gim Mobile Legends terhadap perilaku komunikasi interpersonal.

Penelitian yang ketiga adalah Pola Komunikasi Virtual Dalam Percakapan Tim *Game Online Counter Strike* oleh Yonatan Trianto. Berbeda dengan penelitian sebelumnya pada penelitian ketiga ini gim yang diteliti berbeda namun masih berhubungan dengan pola komunikasi daring dalam percakapan tim *game* daring *Counter Strike* yang melihat bentuk komunikasi strategis antara anggota tim dengan berfokus pada koordinasi dan pengambilan keputusan secara cepat dan tepat untuk mencapai tujuan bersama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi daring yang terjadi dalam percakapan tim dalam menyusun strategi. Dalam penelitian ini metodologi yang dipergunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teori dan konsep Pola Komunikasi, Komunikasi Daring, dan *Computer Mediated Communication*. Hasil dari penelitian tersebut mengatakan bahwa Pola komunikasi yang terbentuk adalah komunikasi multi arah yang tercipta dari aktifitas-aktifitas komunikasi dalam tim. Bentuk proses interaksi juga turut berpengaruh dalam efektivitas komunikasi dalam tim tersebut.

Penelitian yang keempat berjudul Pola Komunikasi Kelompok *Squad Golden Beast Game Mobile Legends* Di Surabaya. Penelitian keempat ini kembali berhubungan dengan gim *Mobile Legends* yang bertujuan untuk meneliti pola komunikasi kelompok yang digunakan dalam gim dari anggota inti *Squad Golden Beast Game Mobile Legends* di Surabaya. Dengan mempergunakan metode kualitatif deskriptif dan konsep teori Pola komunikasi dan komunikasi kelompok penelitian ini menghasilkan bahwa terdapat dua pola komunikasi berbeda yang kelompok narasumber yaitu Squad Golden Beast lakukan, yakni pola komunikasi spiral dan pola komunikasi linear. Dapat dikatakan pola komunikasi spiral karena

pesan informasi berasal dari semua masukan/pendapat semua anggota Squad Golden Beast, sedangkan pola komunikasi linear karena pesan informasi/arahan berasal dari satu atau dua orang saja.

Penelitian yang kelima adalah Strategi Komunikasi Kelompok Antar Pemain Game daring Player Unknown's Battleground Pada Kelompok TOP. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan komunikasi antar kelompok pemain *game online* Players Unknown's Battleground. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang sedang diteliti sedalam-dalamnya dengan cara mengumpulkan data yang penting, selain itu diperlukan studi kasus mengenai individu, kelompok atau organisasi, dan peristiwa secara menyeluruh. Berdasarkan hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa kelompok TOP dalam *game online* Player Unknown's Battleground terjadinya komunikasi kelompok karena adanya sekumpulan orang-orang yang memiliki kepentingan bersama dengan melakukan interaksi satu sama lain untuk mencapai tujuan yang sama.

Penelitian yang keenam adalah Analisis Pola Komunikasi Kelompok Squad Hunter Glory Dalam Game PUBG daring. Pada penelitian ini membahas mengenai pola komunikasi yang terjadi di dalam sebuah kelompok pada pemain *game* PUBG *mobile*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi yang terjadi pada kelompok yang digunakan dalam permainan dari para anggota tim. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami, menganalisis, mendeskripsikan serta menerjemahkan pola-pola budaya kelompok. Pada hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa model serta pola komunikasi yang telah dilakukan oleh tim adalah pola komunikasi linear (satu tujuan), setiap anggota tim memiliki harapan yang sama yaitu mengharumkan nama *squad* Hunter Glort dan menjadi *pro player* dalam permainan game PUBG *Mobile*.

Perbedaan yang ada antara penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah penelitian ini berfokus pada bagaimana terjadinya pola komunikasi internal yang terjadi secara khusus di dalam kelompok

*E-sport* Mr. Boismortier mengingat tim tersebut memiliki kegiatan rutin yang diterapkan untuk mencapai tujuan bersama yaitu kemenangan. Dalam hal ini peneliti akan menganalisa tentang bagaimana komunikasi internal yang ada di dalam kelompok Mr. Boismortier dengan teori komunikasi internal dan media komunikasi daring. Dalam penelitian ini akan lebih berfokus kedalam efektivitas komunikasi internal di dalam sebuah kelompok sehingga menghasilkan keefektifitasan komunikasi tersebut disertai teori dan konsep yang digunakan. Penulis tidak hanya melihat dari sisi strategi komunikasi internal tim saja atau media komunikasi daring, melainkan keduanya karena dari penelitian-penelitian terlebih dahulu lebih memfokuskan kepada satu sisi saja, sedangkan dalam komunikasi internal dan komunikasi daring ini, keduanya harus diperhatikan dengan baik agar tidak menambahkan masalah baru, tetapi justru menyelesaikan permasalahan yang dihadapi tim. Seluruh anggota kelompok juga memiliki kesetaraan dalam memberikan suara ataupun pendapat mereka.

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Tegar Surya Wicaksana</b>	<b>Amirul Fathin Fadhil</b>	<b>Yonatan Trianto</b>	<b>Bayu Nugraha Pratama</b>	<b>Rachmawati</b>	<b>Yessu Chrismo Situmeang</b>
<b>Judul Penelitian</b>	Pola Komunikasi Tim Famers Mobile Legends: Bang Bang (2023)	Pengaruh Game Mobile Legends Terhadap Perilaku Komunikasi Interpersonal Siswa SMA Islam Boarding School Raudhatul Jannah Payakumbuh Sumatera Barat (2023)	Pola Komunikasi Virtual Dalam Percakapan Tim Gim Online Counter Strike (2018)	Pola Komunikasi Kelompok Squad Golden Beast Gim Mobile Legends Di Surabaya (2020)	Strategi Komunikasi Kelompok Antar Pemain <i>Game Online</i> Player Unknown's Battleground Pada Kelompok TOP	Analisis Pola Komunikasi Kelompok Squad Hunter Glory Dalam Game <i>PUBG Online</i>
<b>Tujuan Penelitian</b>	Untuk mengkaji bagaimana pola komunikasi yang digunakan Squad Mletre Mendem A6 dan bagaimana peran budaya dalam pola komunikasi komunitas tersebut	Untuk mengetahui bagaimana tingkat kecanduan gim Mobile Legends dan untuk mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal yang terjadi pada siswa SMA Islam Boarding School Raudhatul Jannah	Mengetahui bagaimana pola komunikasi virtual yang terjadi dalam percakapan tim dalam menyusun strategi	Meneliti pola komunikasi kelompok yang digunakan dalam gim dari anggota inti Squad Golden Beast Gim Mobile Legends di Surabaya	Mendeskripsikan komunikasi antar kelompok pemain game online Players Unknown's Battleground saat menggunakan fitur voice chat dan chatbox pada mode Squad game, dan menemukan strategi antarpemain guna memenangkan permainan Players Unknown's Battleground	Mengetahui bagaimana pola komunikasi kelompok yang digunakan dalam permainan dari anggota – anggota squad Hunter Glory
<b>Teori dan Konsep</b>	Pola komunikasi virtual	Komunikasi Interpersonal	Pola Komunikasi, Komunikasi Virtual, dan Computer Mediated Communication	Pola Komunikasi dan Komunikasi kelompok		Pola Komunikasi Linear

Nama Peneliti	Tegar Surya Wicaksana	Amirul Fathin Fadhil	Yonatan Trianto	Bayu Nugraha Pratama	Rachmawati	Yessu Chrismo Situmeang
<b>Metodologi</b>	Eksploratif kualitatif dengan metode <i>Forum Group Discussion</i>	Kuantitatif dengan metode survey dan kuesioner	Kualitatif Deskriptif	Kualitatif Deskriptif	Kualitatif Deskriptif	Kualitatif Deskriptif
<b>Hasil Penelitian</b>	Terdapat dua pola komunikasi yang digunakan oleh Squad Mletre Mendem A6 yaitu pola komunikasi linear dan pola komunikasi spiral Penggunaan kata kata kasar dalam gim Mobile Legends oleh anggota Squad Mletre Mendem A6 merupakan hasil pencampuran budaya komunikasi, dipengaruhi oleh faktor situasional, kebiasaan tim, tekanan kompetitif, dan pengaruh media	Tidak terdapat korelasi antara gim Mobile Legends terhadap perilaku komunikasi interpersonal	Pola komunikasi yang terbentuk adalah komunikasi multi arah yang tercipta dari aktifitas komunikasi dalam tim. Bentuk proses interaksi juga turut berpengaruh dalam efektivitas komunikasi dalam tim tersebut.	Terdapat dua pola komunikasi berbeda yang kelompok narasumber yaitu Squad Golden Beast lakukan, yakni pola komunikasi spiral dan pola komunikasi linear. Dapat dikatakan pola komunikasi spiral karena pesan informasi berasal dari semua masukan/pendapat semua anggota Squad Golden Beast, sedangkan pola komunikasi linear karena pesan informasi/arahan berasal dari satu atau dua orang saja.	Kelompok TOP dalam <i>game online</i> Player Unknown's Battleground terjadinya komunikasi kelompok karena adanya sekumpulan orang-orang yang memiliki kepentingan bersama dengan melakukan interaksi satu sama lain untuk mencapai tujuan yang sama.	Pada hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa model serta pola komunikasi yang telah dilakukan oleh tim adalah pola komunikasi linear (satu tujuan), setiap anggota tim memiliki harapan yang sama yaitu menghargakan nama <i>squad</i> Hunter Glort dan menjadi <i>pro player</i> dalam permainan game <i>PUBG Mobile</i>

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Yang menjadi pembeda antara penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi internal dan seberapa efektif media komunikasi daring yang digunakan tim Mr.Boismortier mengingat kelompok ini rutin dalam mengikuti turnamen profesional. Peneliti menemukan beberapa hal menarik karena para anggota tim Mr.Boismortier secara geografis yang dimana mereka memang tidak berada di tempat yang sama, namun memiliki kedekatan yang lebih dari sekedar bermain gim sehingga strategi berkomunikasi internal dan pemilihan media komunikasi daring menjadi komponen penting dalam berinteraksi di dalam sebuah kelompok.

## 2.2 Landasan Konsep

### 2.2.1 Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah sekumpulan individu yang memiliki tujuan bersama dan saling berinteraksi untuk mencapai tujuan tersebut. Biasanya, kelompok terdiri dari orang-orang dengan kepentingan yang sama dan dasar interaksi yang serupa, yang kemudian membentuk hubungan sosial yang khas. Menurut Michael Burgoon, komunikasi kelompok adalah interaksi langsung antara tiga orang atau lebih yang bertujuan untuk berbagi informasi, menjaga diri, serta menyelesaikan masalah, di mana anggota kelompok dapat saling mengenali karakteristik pribadi satu sama lain dengan tepat (Sari, 2018).

Strategi komunikasi kelompok merupakan metode yang digunakan untuk merancang pendekatan yang mencakup perencanaan hingga pelaksanaan komunikasi, serta mengelola pertukaran informasi dan pesan dalam suatu kelompok. Agar strategi komunikasi yang diterapkan efektif, diperlukan partisipasi langsung dalam kelompok tersebut, seperti pengumpulan data atau identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi (Rachmawati, 2022).

Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang dilakukan antara seseorang dengan sekelompok orang lainnya dalam situasi tatap muka. Namun, seiring berjalannya waktu komunikasi kelompok tersebut berkembang menjadi

komunikasi virtuan karena faktor berkembangnya teknologi yang menciptakan berbagai media sosial di zaman sekarang ini melalui jaringan internet (Nasrullah, 2013). Komunikasi kelompok sendiri terdapat komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), yang mana seluruh anggota kelompoknya bekesempatan untuk memberikan pendapat secara verbal dan komunikasi kelompok besar (*large group communication*) sendiri tidak seluruhnya bekesempatan untuk memberikan tanggapan secara verbal. Komunikasi internal dalam sebuah kelompok dibagi menjadi tiga jenis menurut Robbin & Timothy (2015) diantaranya:

#### 1. Komunikasi Lisan

Komunikasi lisan merupakan komunikasi yang dilakukan dalam bentuk ucapan. Sarana dalam penyampaian informasi yaitu dengan cara seperti pidato, diskusi kelompok secara tatap muka, melalui jaringan telepon atau *video conferencing*.

#### 2. Komunikasi Tulisan

Komunikasi tulisan merupakan suatu proses penyampaian informasi dengan menggunakan media komunikasi seperti surat, elektronik mail (*email*), pesan singkat, dan media sosial.

#### 3. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal yaitu komunikasi yang dilakukan secara tidak disadari dapat menyampaikan suatu pesan. Komunikasi nonverbal dapat dilakukan dengan menggunakan isyarat, bahasa tubuh atau pergerakan tubuh

### 2.2.2 **Komunikasi Internal**

Para pakar komunikasi, terutama di negara-negara sedang berkembang telah mengalihkan fokus perhatian mereka pada strategi komunikasi dalam konteks pembangunan nasional. Peningkatan ini terjadi dalam beberapa tahun terakhir. Komunikasi internal adalah hubungan yang mengalir diantara individu dengan tujuan menyampaikan informasi dan pengertian dari orang yang satu kepada orang lain dalam suatu lingkungan organisasi. Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin yaitu *communicatus* yang berarti

berbagi atau menjadi milik bersama. Kata sifatnya komunis yang bermakna umum atau bersama-sama. Menurut Budiargo (2015) mengatakan strategi komunikasi internal bagi organisasi diantaranya adalah :

1. Komunikasi internal merupakan strategi bagi manajemen untuk menyampaikan kebijakan organisasi.
2. Melalui komunikasi internal, pengurus memperoleh kesempatan untuk menyatakan pendapat kepada manajemen mengenai berbagai hal yang berhubungan dengan pekerjaan dan tanggung jawab.
3. Komunikasi yang baik dengan pengurus merupakan langkah awal dari usaha membina hubungan dengan masyarakat sekitar (*public internal*).
4. Komunikasi internal yang dilakukan secara intensif akan mampu mendorong motivasi dan semangat kerja karyawan.
5. Komunikasi internal menjadi sarana terbentuknya rasa saling percaya antar anggota organisasi.

Maka dalam komunikasi internal pada suatu kelompok *E-sport* sendiri sangat dibutuhkan komunikasi personal yang dapat dilakukan antar anggota pemain dengan pemain lainnya ataupun anggota pemain dengan pelatih, serta sangat dibutuhkan juga komunikasi kelompok agar bisa mencapai kemenangan dan mempertahankan kekompoakan tim mereka. Hal ini dikarenakan komunikasi digunakan untuk mengambil keputusan yang bersifat strategis seperti menentukan siapa yang akan memilih karakter dan kapan harus menyerang atau bertahan. Komunikasi juga membantu mengurangi stres dan tekanan berpikir selama gim, sehingga anggota tim tetap fokus dan bermain dengan lebih baik serta pemain lain atau pelatih dapat memberikan dukungan dan juga masukan. Selain itu, komunikasi ini juga akan membantu membangun *chemistry* tim yang kuat, memungkinkan anggota tim saling memahami dan bekerja sama dengan efektif yang bisa membuat tim tersebut segera memperbaiki kesalahan dan memberikan saran untuk perbaikan, sehingga gim akan menjadi lebih baik kedepannya. Dengan demikian, komunikasi internal

dalam tim *esport Mobile Legends* sangat penting untuk mencapai kemenangan dan mempertahankan kekompakan tim.

### **2.2.2.1 Tujuan Komunikasi Internal**

Komunikasi internal yang baik bersifat transparan (terbuka) akan bermanfaat pada:

1. Citra positif organisasi/kelompok/lembaga bisnis sebagai lembaga yang mengutamakan transparansi dan koordinasi.
2. Penting untuk moral karyawan/anggota agar terus berbagi informasi dan memiliki kepehaman tugas pekerjaan.
3. Meningkatkan produktivitas dengan adanya kekinian informasi maka tim akan bekerja dengan penuh semangat agar bisa memenuhi kebutuhan.
4. Merangsang motivasi dan kreativitas, tiap individu akan merasa ingin berperan dan terpacu melaksanakan kerja dengan baik.
5. Keakraban kerja sama meningkat dengan timbulnya kerja sama khususnya dalam menyelesaikan masalah.

### **2.2.2.2 Fungsi Komunikasi Internal**

#### a) Fungsi Informasi

1. Komunikasi internal memiliki fungsi memberi dan mencari informasi terkait kepentingan (tugas&pribadi) baik berupa kebijakan, visi dan misi, masalah, pengetahuan, pekerjaan, data dan lain-lain.
2. Informasi bisa membawa perubahan perilaku bila dilihat dari sisi kognitif, afeksi dan konatif.
3. Penyebaran dan isi informasi yang tertata secara sistematis menghasilkan informasi yang memiliki *value* akurat, mutakhir dan terkelola, misal : *website* perusahaan, *news letter*, pertemuan karyawan.

#### b) Fungsi Persuasi (Motivasi)

Dalam komunikasi internal di perlukan saling mempersuasi atau membujuk untuk menarik simpati atau minat dengan teknik atau pendekatan sebagai berikut:

1. Lakukan apa yang ingin kita lakukan.
2. Tanpa paksaan atas hak orang lain.
3. Fokus pada *need* atau kebutuhan.
4. Fungsinya memberikan *treatment* dan mengubah sikap.
5. Membangun komitmen dari tukang sapu hingga manajer sehingga misi dan visi, strategi dan taktik berjalan efektif.
6. Cara komunikasi menekankan pada perencanaan, pencapaian, disiplin, delegasi, wewenang, tanggung jawab, deskripsi tugas, penggajian dan pelatihan.
7. Dalam konteks komunikasi persuasi akan efektif dengan tatap muka karena lebih dinamis pada saat proses komunikasi dimana pembujuk bisa mengubah strategi ketika melihat respon komunikan secara langsung.

### **2.2.2.3 Bentuk Komunikasi Internal**

Komunikasi Personal (*Personal Communication*)

Komunikasi personal merupakan komunikasi yang dilakukan antara dua orang dengan cara tatap muka (*face to face communication*) maupun dengan media (*mediated communication*). Komunikasi yang dilakukan dengan tatap muka ini juga disebut sebagai komunikasi antarpersona (*interpersonal communication*), sedangkan komunikasi bermedia sendiri wajib menggunakan alat seperti telepon karena kedua orang tersebut tidak melakukan kontak langsung.

### **2.2.2.4 Dimensi Komunikasi Internal**

Dalam komunikasi Internal menurut (Andi Miranda et al., 2023) terdapat dua dimensi yang membedakannya yaitu:

1. Komunikasi Vertikal, yaitu komunikasi dari atas ke bawah (*downward communication*) dan dari bawah ke atas (*upward communication*), yang mana komunikasi dapat disampaikan dari pemimpin kepada bawahan maupun dari bawahan kepada pemimpin yaitu komunikasi timbal-balik (*two-way communication*)

2. Komunikasi Horizontal, yang dilakukan secara mendatar antara anggota dengan anggota lainnya. Jika komunikasi vertikal sifatnya lebih formal, komunikasi horizontal ini sering kali berlangsung tidak formal.

### **2.2.3 Komunikasi Daring**

Komunikasi daring adalah interaksi sosial melalui internet di mana individu membahas masalah kehidupan nyata secara daring dalam periode waktu yang berkepanjangan, melibatkan emosi dan pemikiran para pengguna dalam suatu ikatan yang dibentuk di dunia maya. Penerapan komunikasi daring saat ini dapat ditemukan dengan mudah, salah satunya melalui penggunaan internet. Internet berperan sebagai media komunikasi yang efisien, terutama melalui platform media social (Puji, 2016). Internet menjadi elemen kunci dalam komunikasi daring yang berfungsi sebagai platform untuk interaksi. Saat ini, manusia telah beralih ke gaya komunikasi yang memungkinkan pertukaran informasi dengan orang lain tanpa harus berada di tempat yang sama pada waktu yang bersamaan. Dengan kemajuan komunikasi daring, hambatan seperti jarak, waktu, biaya, dan lainnya dapat diatasi dengan efektif. Keunggulan internet sebagai medium komunikasi daring terletak pada jangkauannya yang tidak terbatas, memungkinkan individu untuk menyebarkan dan mengakses informasi dari berbagai tempat dan berbagai orang.

Menurut Achmad (2019) Mediamorfosis adalah perubahan dari media komunikasi yang seringkali muncul dari faktor-faktor yang kompleks, termasuk kebutuhan yang dirasakan, persaingan, tekanan politik, serta dinamika hubungan antara masyarakat dan inovasi teknologi. Komunitas daring merujuk kepada kelompok yang tidak bergantung pada lokasi fisik dan tidak memerlukan interaksi langsung secara fisik. Komunitas daring adalah sekelompok individu yang berpartisipasi dalam ruang digital dengan kesamaan pandangan dan daya tarik yang membangun lingkungan sosial digital. Hal ini menciptakan ikatan dan budaya yang khas. Kesamaan minat menjadi faktor penting yang membentuk kelompok daring dimana mereka memiliki tujuan

untuk pertukaran dan pengembangan informasi serta pengetahuan bersama (Fauziah, 2022).

Mengutip dari buku berjudul *Organizational Communication Approaches and Processes* oleh (Miller, 2015) dalam komunikasi daring, terdapat sebuah teori yang mengatakan betapa pentingnya dalam memilih atribut teknologi yang akan digunakan dalam melakukan kegiatan komunikasi internal. Menurut Miller (2015) pentingnya untuk memilih salah satu media komunikasi untuk melaksanakan rangkaian tugas organisasi akan memengaruhi kualitas dari hasil ide – ide yang terlahir.

Dalam komunikasi daring, agar memungkinkan seseorang berinteraksi tetapi sebenarnya mereka tidak berada secara wujud pada tempat dan waktu yang bersamaan. Oleh karena itu terdapat dua jenis media komunikasi daring berbasis internet yaitu:

*a. Asynchronous Communication*

Komunikasi melalui media internet dengan pengirim dan penyampai pesan dalam berinteraksi tidak berada pada kedudukan tempat dan waktu yang sama, namun pesan tetap sampai pada tujuan / sasaran (penerima).

*b. Synchronous Communication*

Komunikasi melalui internet dengan interaksi yang bersamaan waktunya. Keberadaan internet sebagai media komunikasi membawa kemajuan yang berarti dalam era komunikasi dan informasi saat ini. Menurut jenisnya komunikasi daring dapat dibedakan menjadi tiga modal yaitu *e-mail*, *chatting*, serta *website*.

#### **2.2.4 Computer Mediated Communication**

Kemajuan teknologi memberikan dampak signifikan terhadap kehidupan manusia, terutama dengan hadirnya internet yang memfasilitasi berbagai aktivitas, termasuk komunikasi. Apriliani (2020) menyatakan bahwa CMC dapat dilakukan melalui berbagai perangkat seperti email, pesan instan, situs jejaringnggunakan komputer sebagai alat komunikasi. Rice dalam Budiargo (2015) menambahkan bahwa teknologi dalam CMC memungkinkan

pertukaran pesan melalui jaringan telekomunikasi, baik antar individu maupun kelompok.

Pola komunikasi dalam CMC memungkinkan individu untuk berinteraksi menggunakan alat berbasis komputer yang didukung oleh internet dan aplikasi untuk pertukaran pesan. CMC memiliki sistem yang mendukung komunikasi, memungkinkan pengiriman pesan secara verbal maupun non-verbal. Apriliani (2020) menyatakan bahwa CMC dapat dilakukan melalui berbagai perangkat seperti email, pesan instan, situs jejaring sosial (SNS), dan forum daring.

Miller (2015) berpendapat bahwa kita harus menentukan terlebih dahulu tingkat ambiguitas (penafsiran ganda) dari pesan yang akan disampaikan agar tidak terjadi kesalah-pahaman dalam penyampaian pesan. Kepala organisasi cenderung akan menentukan tingkat ambiguitas pesan terlebih dahulu sebelum memilih media komunikasi yang akan digunakan. Apabila pesan tersebut dianggap memiliki tingkat ambiguitas yang cukup tinggi maka akan menggunakan media komunikasi yang *rich* (kaya).

Media richness adalah konsep yang menggambarkan kemampuan suatu media komunikasi untuk menyampaikan informasi secara jelas, kompleks, dan efektif. Konsep ini didasarkan pada kemampuan media untuk mentransmisikan pesan dengan berbagai elemen, seperti teks, suara, gambar, dan isyarat non-verbal, yang membantu dalam mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan pemahaman. Media yang dianggap "rich" atau kaya biasanya mampu menyampaikan lebih banyak informasi dan mendukung komunikasi yang lebih interaktif, seperti komunikasi tatap muka. Sebaliknya, media yang lebih "lean" atau sederhana, seperti email atau pesan teks, cenderung lebih terbatas dalam menyampaikan nuansa atau konteks informasi (Debora et al., 2024). Media komunikasi yang disebut "kaya" memiliki makna sebagaimana potensi media tersebut dalam menyampaikan informasi. Salah satu bentuk media komunikasi kaya adalah percakapan tatap muka karena pengirim dapat dengan mudah menerima umpan balik (*feedback*) dengan cepat dan penerima dapat dengan cepat mendengar dan memahami pesan yang disampaikan tersebut.

Media komunikasi *lean* (ramping) memiliki artian yang sedikit berbeda dengan media komunikasi kaya. Media komunikasi ramping mengandalkan visual atau sebuah bentuk dalam menyampaikan informasi/pesan. Dengan keterbatasan waktu dan tempat, media komunikasi ramping sering digunakan pada saat tertentu yang melibatkan jarak yang jauh seperti memo dan *e-mail*.

Pemilihan media kaya sebagai media komunikasi daring yang digunakan menjadi strategi bagi tim Mr. Boismortier. Strategi adalah bagian terpadu dalam suatu rencana, sedangkan rencana adalah produk dari sebuah perencanaan, yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen. Strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan intelegensia atau pikiran untuk membawa sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien (Cangara, 2020). Strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung situasi dan kondisi (Simamora, 2021). Berdasarkan penjelasan diatas maka strategi komunikasi daring merupakan tahapan perumusan terjadinya komunikasi mulai dari perumusan suatu rencana komunikasi dengan menggunakan *cyberspace* atau dunia maya yang bersifat interaktif, penerapan rencana hingga mendapatkan hasil yang diinginkan melalui media daring.

Dalam kasus komunikasi internal kelompok di dalam gim dapat kita ketahui dan sadari bahwa lebih efektif dibandingkan dengan text chat dalam beberapa aspek penting. Pertama, voice chat memungkinkan pemain untuk berkomunikasi dengan lebih mudah dan langsung. Melalui suara, pemain dapat menyampaikan emosi dan kepribadian mereka dengan lebih akurat, karena intonasi dan nuansa suara tidak dapat ditangkap oleh teks. Ini sangat berharga dalam konteks kerja sama tim, di mana komunikasi yang jelas dan cepat sangat diperlukan untuk merespons situasi yang berubah dengan cepat.

Kedua, penggunaan voice chat meningkatkan kepuasan pemain. Pemain cenderung merasa lebih nyaman berinteraksi secara verbal, karena komunikasi ini terasa lebih personal dan spontan. Hal ini dapat memperkuat kekompakan tim dan meningkatkan kerja sama antaranggota, yang sangat penting dalam gim MOBA seperti *Mobile Legends*, di mana strategi dan koordinasi tim menjadi kunci keberhasilan.

Di sisi lain, text chat memiliki beberapa kekurangan yang membuatnya kurang efektif. Salah satu masalah utama adalah keterlambatan dalam komunikasi; text chat memerlukan waktu lebih lama untuk diketik, dikirim, dan dibaca, sehingga dapat memperlambat respons dalam situasi yang memerlukan kecepatan. Selain itu, keterbatasan ekspresi dalam text chat dapat menyebabkan kesalahpahaman, karena nuansa emosi dan intonasi suara tidak dapat disampaikan dengan baik.

Dalam konteks *media richness*, *voice chat* terbukti lebih efektif daripada text chat dalam game *Mobile Legends*. Kemampuan untuk menyampaikan instruksi secara cepat dan jelas serta menangkap emosi secara langsung memungkinkan tim untuk bekerja sama dengan lebih baik dan meningkatkan peluang meraih kemenangan.

### **2.2.5 Gim Daring Mobile Legends**

Menurut Candranita F.D (2020), gim daring merupakan bentuk gim yang dimainkan dengan dihubungkan melalui jaringan internet. Gim ini dapat dimainkan dengan ponsel pintar, perangkat komputer, dan sebagainya. Gim daring memiliki mekanisme yang dapat menghubungkan pemain secara bersamaan dalam realtime.

Serta menurut Ramadani (2018), Gim daring adalah gim yang membutuhkan koneksi internet untuk berinteraksi antara satu individu dengan individu lainnya dalam sebuah gim dengan tujuan untuk meraih suatu capaian tertentu, menyelesaikan misi, serta meraih kemenangan. Menurut Mamduh (2021) gim daring memiliki banyak jenis *genre* seperti *Battle Royale*, MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*), *First person shooter*, *Real Time Strategy*

dan lain sebagainya. Gim *online* yang sederhana seperti berbasis *text*, hingga gim yang memiliki *gameplay* dan grafis yang sangat kompleks dapat membentuk dunia daring yang dapat dimainkan oleh banyak pemain.

Menurut Hutagaol (2018), *Mobile Legends: Bang Bang* merupakan gim daring yang berjenis MOBA (*multiplayer online battle arena*) yang diluncurkan oleh *developer* yang bernama Moonton yang berbasis di Cina. Gim yang dirancang untuk *smartphone* ini dirilis pada tahun 2016 untuk perangkat android maupun ios. Gim yang berjenis MOBA ini umumnya memiliki *gameplay* yang terdiri dari 2 tim yang berisikan 5 orang setiap timnya yang berjuang untuk mencapai dan menghancurkan pertahanan musuh.

Kelompok pemain gim seperti tim Mr.Boismortier adalah sekelompok orang yang bermain gim daring yaitu *Mobile Legends: Bang Bang*. Di dalam gim *Mobile Legends: Bang Bang* terdapat pembagian tugas dan perannya dalam gim tersebut seperti, *Jungler* yang memiliki tugas utama adalah melakukan *farming* dan membantu memenangkan ketiga *lane* yang ada. Role kedua adalah *Midlaner* yang memiliki tugas menjaga bagian tengah *lane* dan juga bertugas untuk melakukan rotasi ke *lane* atas dan bawah yang bertujuan untuk membantu teman. *Role* ketiga adalah *Sideliner* yang *lane* nya memiliki jumlah *gold* lebih banyak dibandingkan *lane* lainnya, sehingga memiliki tugas untuk memperkaya diri untuk mendapatkan *item* lebih banyak dibandingkan *role* lainnya. *Role* keempat adalah *Offlaner* yang *lane* nya memiliki jumlah *exp* lebih banyak dibandingkan dengan *role* lainnya. *Role* ini dituntut untuk memiliki *level* yang lebih tinggi dibandingkan dengan *role* lainnya sehingga dapat melakukan invasi terhadap musuh. *Role* Kelima adalah *Roamer* yang memiliki tugas untuk menjaga teman-teman lain dan juga melakukan rotasi ke *Sidelaner* dan *Offlaner* untuk memenangkan masing-masing *lane*.

Terdapat beberapa pilihan mode gim yang ada pada gim *Mobile Legends: Bang Bang* yang dijadikan sebagai wadah berlatih untuk tim Mr.Boismortier seperti mode *ranked* yang digunakan untuk melatih kerjasama tim dalam hal komunikasi dan juga *skill* di dalam gim. Selanjutnya mode *classic* yang

digunakan untuk bersenang-senang bersama tim tanpa harus fokus untuk mencapai kemenangan. Dalam menikmati setiap fitur atau mode yang ada, tentu tim Mr.Boismortier akan melakukan komunikasi untuk melancarkan siasat atau strategi gim serta komunikasi mereka. Namun tidak hanya *skill* dalam gim saja yang harus terlatih melainkan juga komunikasi tim di dalamnya.

Menurut Wibowo (2018) Kerjasama tim dalam gim Mobile Legends sangat dibutuhkan untuk menjadi kunci dalam gim ini dan komunikasi merupakan elemen penting dalam sebuah gim kompetitif yang berbasiskan tim, Oleh karena itu developer Mobile Legends menyediakan fitur-fitur komunikasi untuk mempermudah para pemainnya untuk melakukan pertukaran pesan.

Mobile Legends memiliki 3 fitur utama yang berfungsi untuk mengirim pesan selama jalannya pertandingan. Fitur yang pertama merupakan fitur *Voice Chat*, yang merupakan fitur komunikasi yang memungkinkan para pemain dalam tim untuk berkomunikasi secara langsung secara lisan. Fitur ini akan menggunakan *microphone* yang terdapat dalam *smartphone* para pemainnya. Kekurangan pada fitur ini adalah jika *microphone* yang digunakan memiliki kendala, hasil suara yang akan dikeluarkan jika menggunakan fitur ini nantinya akan menimbulkan *noise* yang dapat menghambat komunikasi. Fitur yang kedua adalah *chatbox*, yang merupakan fitur komunikasi yang memungkinkan para pemain dalam setiap tim untuk berkomunikasi melalui tulisan. *Chatbox* umumnya digunakan oleh para pemain apabila mereka tidak dapat menggunakan fitur *voice chat*. Kekurangan dalam fitur ini merupakan pesan yang dikirim terkadang tidak dapat dibaca oleh anggota tim lain, karena hanya ditampilkan beberapa detik. Fitur komunikasi yang ketiga adalah *quick chat*, yang merupakan fitur komunikasi secara cepat dengan kalimat yang telah disediakan, sehingga para pemain hanya perlu menekan tombol yang ada pada layar *smartphone* mereka. Kekurangan pada fitur ini adalah pesan yang terdapat dalam fitur ini tidak dapat di *custom* sehingga terkadang pesan yang ingin disampaikan berbeda dengan apa yang tertulis pada fitur ini.

Komunitas pemain gim seperti tim Mr.Boismortier adalah sekelompok orang yang bermain gim daring yaitu *Mobile Legends: Bang Bang*. Di dalam gim *Mobile Legends: Bang Bang* terdapat pembagian tugas dan perannya dalam gim tersebut seperti, *Jungler* yang memiliki tugas utama adalah melakukan *farming* dan membantu memenangkan ketiga *lane* yang ada. Role kedua adalah *Midlaner* yang memiliki tugas menjaga bagian tengah *lane* dan juga bertugas untuk melakukan rotasi ke *lane* atas dan bawah yang bertujuan untuk membantu teman. *Role* ketiga adalah *Sideliner* yang *lane* nya memiliki jumlah *gold* lebih banyak dibandingkan *lane* lainnya, sehingga memiliki tugas untuk memperkaya diri untuk mendapatkan *item* lebih banyak dibandingkan *role* lainnya. *Role* keempat adalah *Offlaner* yang *lane* nya memiliki jumlah *exp* lebih banyak dibandingkan dengan *role* lainnya. *Role* ini dituntut untuk memiliki *level* yang lebih tinggi dibandingkan dengan *role* lainnya sehingga dapat melakukan invasi terhadap musuh. *Role* Kelima adalah *Roamer* yang memiliki tugas untuk menjaga teman-teman lain dan juga melakukan rotasi ke *Sidelaner* dan *Offlaner* untuk memenangkan masing-masing *lane*.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah sebuah struktur atau landasan teori yang digunakan untuk mengorganisir dan mengarahkan pemikiran dalam suatu penelitian atau analisis. Biasanya, kerangka pemikiran berisi ide-ide utama, konsep, dan teori yang saling berhubungan yang membantu peneliti dalam memahami dan menjelaskan suatu masalah atau fenomena. Kerangka pemikiran ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang hubungan antar variabel, serta memberikan dasar untuk merumuskan hipotesis dan menentukan pendekatan atau metodologi yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam konteks penelitian, kerangka pemikiran juga sering kali diilustrasikan dalam bentuk diagram atau model untuk memudahkan pemahaman.

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan sebelumnya, terdapat beberapa konsep yang akan dijadikan dasar oleh peneliti dalam menerapkan penelitian ini. Kerangka pemikiran teoritis yang telah dijelaskan akan diterapkan dalam kerangka konseptual sesuai dengan fokus penelitian, yaitu "Analisis Strategi Komunikasi Internal Kelompok Mr.Boismortier Dalam *Gameplay Mobile Legends*".

Pemilihan strategi dalam komunikasi tim merujuk pada cara atau pendekatan yang dipilih untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan antar anggota tim dapat diterima, dipahami, dan efektif dalam mencapai tujuan bersama. Strategi komunikasi internal adalah pendekatan yang digunakan oleh organisasi untuk memastikan aliran informasi yang efisien dan efektif di antara anggota tim atau karyawan di dalam organisasi tersebut. Tujuan utamanya adalah untuk memperkuat koordinasi, kolaborasi, dan keterlibatan karyawan, serta memastikan bahwa pesan dan informasi yang disampaikan dapat dipahami dan diterima dengan baik. Strategi komunikasi internal adalah pendekatan yang digunakan oleh organisasi untuk memastikan aliran informasi yang efisien dan efektif di antara anggota tim atau karyawan di dalam organisasi tersebut. Tujuan utamanya adalah untuk memperkuat koordinasi, kolaborasi, dan keterlibatan karyawan, serta memastikan bahwa pesan dan informasi yang disampaikan dapat dipahami dan diterima dengan baik.

Mobile Legends menjadi Mobile Gim E-Sport yang sangat di gemari di Indonesia dan Mr.Boismortier menjadi salah satu tim yang berada di lingkup profesional.



- Bagaimana strategi komunikasi internal yang dilakukan oleh kelompok Mr.Boismortier dalam gim Mobile Legends?



- Strategi Komunikasi Internal  
- Media Komunikasi Daring



Strategi Komunikasi Internal di Dalam Komunitas Tim E-Sport (Studi Kasus di Tim Mr.Boismortier) dan Media paling efektif dan efisien yang bisa dipergunakan.