

**ANALISIS PESAN KOMUNIKASI DI MEDIA *ONLINE*  
PEMAIN *VIRTUAL GAME* “KANCAKU”**

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Anggota Komunitas *Virtual Game*  
Clash of Clans di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh:**

**ALIF AHMAD FAUZI**

**NIM: 12730054**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2017**







## MOTTO

**“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”**

**[Al-Baqaroh : 153]**

Barang siapa yang ingin do'anya terkabul dan terlepas dari kesulitannya, maka hendaklah ia mengatasi (meringankan) kesulitan/kesusahan orang lain

- HR. Ahmad-

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan Penuh Rasa Hormat Skripsi Ini Saya Persembahkan

kepada:

**KELUARGA BESAR PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

**YOGYAKARTA**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji Syukur yang tidak terhingga peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa selalu memberikan nikmat yang tidak terhitung jumlahnya baik nikmat iman, nikmat islam, dan nikmat kesehatan. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun kita semua ke jalan yang benar, dan semoga dengan selalu memanjatkan sholawat kepadanya kita semua mendapat syafaatnya di yaumul qiyamah kelak. Amin Allahuma Amin.

Peneliti menyadari, bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Drs. Siantari Rihartono, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan sekaligus selaku pembimbing skripsi yang selalu berbagi ilmu dan meluangkan waktu untuk memberikan arahan, perbaikan, saran, selama penyusunan skripsi ini. Semoga Allah melipatgandakan pahalanya hingga akhir nanti.
3. Dr. Yani Tri Wijayanti, M.Si, selaku pembimbing peneliti dalam mengerjakan skripsi dari awal sampai akhir dengan sabar.

4. Rika Lusri Virga, S.IP, MA, Selaku pembimbing akademik beserta seluruh dosen dan karyawan di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Kedua orang tua, Ibunda Suparti dan Ayah Salim Shofwan yang selalu memberikan semangat dan tiada henti-hentinya memanjatkan doa, senantiasa ada disaat saya membutuhkan. Terimakasih ayah dan bunda.
6. Adik tercinta Sherly Mutiara yang selalu menyemangati terus menerus
7. Sahabat terbaikku yang selalu ada dan menjenguk saya : Bagus, Lutfi, Bayu, Probo, Revi, Wachid, Roy, Oki, Noni, Kholil, Luknia, Hamdi, Andi, Tiyo, Adit, Arifin dan lainnya yang tidak ada akan terhenti jika disebutkan, *thanks guys*.
8. Adik Ainur Rofiah yang selalu menemani saat susah maupun senang, dan tiada hentinya memberikan semangat.
9. Seluruh narasumber penelitian : Malik, In, Bagus, Wachid, Dicky, Anwar. Semua Relawan yang selalu menemani saya untuk melakukan wawancara agar berjalan dengan lancar.

Yogyakarta, 23 September 2017

*Best Regards,*

Alif Ahmad Fauzi

12730054

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Tinjauan Pustaka.....	9
F. Landasan Teori.....	15
G. Kerangka Pemikiran.....	35
H. Metode Penelitian .....	36
<b>BAB II : GAMBARAN UMUM</b>	
A. Profil .....	46
B. Sejarah.....	48
C. Logo .....	54

D. Visi dan Misi .....	57
E. Struktur Organisasi .....	57
F. Profil Informan Ahli.....	58
G. Lokasi Penelitian.....	59
H. Profil Informan Penelitian.....	60

### **BAB III : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

A. Analisis Pesan Teks <i>Netspeak</i> dan <i>Netlingo</i> di media <i>chatting</i> dalam komunitas - <i>virtual</i> di Clans Kancaku .....	63
1. Ruang Media .....	65
2. Dokumentasi Media .....	80
3. Objek Media.....	92
4. Pengalaman .....	112
5. Semiotik .....	115
B. Analisis aspek-aspek terbentuknya komunitas virtual .....	118
1. Lingkungan atau tempat terjadinya interaksi komunikasi .....	118
2. Relasi antar anggota terjadi dan dikelola secara <i>online</i> .....	120
3. Rasa kepemilikan atau kesadaran sebagai bagian komunitas ..	121
4. Struktur internal yang ada di komunitas .....	122
5. Ruang simbolik .....	124

### **BAB IV : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	127
B. Rekomendasi dan Saran .....	130
C. Kata Penutup .....	132

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Logo Super Cell.....	48
Gambar 2	Logo Clash of Clans .....	50
Gambar 3	Logo Game Hay Day.....	51
Gambar 4	Logo Game Boom Beach .....	52
Gambar 5	Logo Game Clash of Clash.....	54
Gambar 6	Struktur Pendiri Game Clash of Clans .....	58
Gambar 7	Pembuatan Akun Clash of Clans .....	66
Gambar 8	Tanda <i>Join</i> Masuk Anggota .....	67
Gambar 9	Pertemanan Antar Pemain .....	68
Gambar 10	Permintaan Pertemanan <i>Game</i> .....	69
Gambar 11	Awal Masuk Clan .....	70
Gambar 12	<i>Chat</i> Pola Pesan Netlingo.....	71
Gambar 13	Pola Pesan <i>Chat</i> Netlingo.....	72
Gambar 14	Situasi Komunikasi Antar Pemain.....	76
Gambar 15	Tropi Memperlihatkan Identitas Pemain .....	78
Gambar 16	Syarat Masuk dengan Trophi.....	79
Gambar 17	Upload Yang di Dukung dengan Netspeak .....	82
Gambar 18	Respon Pemain dengan Netspeak.....	84
Gambar 19	<i>Chat</i> dengan Bahasa Netlingo .....	89

Gambar 20	<i>Chat</i> dengan Bahasa Netspeak .....	94
Gambar 21	Komunikasi Saat On dengan Bahasa Netspeak.....	95
Gambar 22	Perbedaan Jabatan dengan Tetap Menggunakan Teks Netspeak .....	97
Gambar 23	Perbedaan Jabatan dengan Tetap Menggunakan Teks Netspeak .....	98
Gambar 24	<i>Upload</i> dengan Menggunakan Teks Netspeak.....	101
Gambar 25	Tanggapan Pemain dengan Teks Netspeak .....	101
Gambar 26	Teks Netspeak .....	105
Gambar 27	Komunikasi Antar <i>Gamers</i> Menambah Pengetahuan .....	106
Gambar 28	Pesan Tanda.....	116
Gambar 29	<i>Chat</i> Antar Pemain .....	120
Gambar 30	Solidaritas Antar Pemain.....	122
Gambar 31	Struktur Antar Pemain.....	123
Gambar 32	Jabatan Pemain .....	123
Gambar 33	Peraturan Yang Ditetapkan Antar Anggota.....	126

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1	Matrik Telaah Pustaka.....	12
Bagan 2	Contoh Tanda Baca Netspeak .....	28
Bagan 3	Kerangka Pemikiran .....	35



## ABSTRACT

*Game is an entertainment for someone to fill the spare time in life, but also utilize the game as a medium of communication among game users. This also happens among UIN Sunan Kalijaga students. This student takes advantage of games as entertainment as well as making the game become more useful is communication chat medium.*

*From the background, the researcher aims to explain how the communication message (text) in the game do it through the medium chat game Clash of Clans using the theory of virtual ethnography of the language message : Netspeak and Netlingo. Methods of data retrieval using virtual ethnographic methods: medium space, medium objects, medium document, and experience.*

*Research results in this study have differences between players using netspeak patterns and netlingo messaging patterns, comfort and discomfort. On the jumper players who need ease in doing good communication it uses the league in accordance with KBBI or with the language of today's trend.*

*Keywords : Game, Virtual Ethnography, Netspeak and Netlingo*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan teknologi yang sangat canggih ini membuat perubahan besar dalam dunia komunikasi, terutama dalam media *online*, teknologi merupakan alat atau sistem yang dapat meningkatkan kemampuan atau mempermudah kehidupan manusia. Menurut Everett M. Roger dalam bukunya Saharudin (2011 : 23), teknologi komunikasi adalah peralatan perangkat keras (*hardware*) dalam sebuah struktur organisasi yang mendukung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses, dan saling tukar menukar informasi dengan individu-individu lainnya.

Kehadiran media siber dipandang sebagai bentuk cara berkomunikasi baru. Gillmor dalam Nasrullah (2014 : 23) menyatakan bahwa jika selama ini pola komunikasi terdiri dari *one-to-many* atau dari satu sumber ke banyak *audiences* (seperti buku, radio, atau TV) dan pola dari sumber ke satu *audience* atau *one-to-one* (seperti telepon, surat), maka pola komunikasi yang ada di media siber bisa *many-to-many* dan *few-to-few*. Komunikasi tersebut pada intinya terjadi karena ada koneksi perangkat komputer dengan perangkat komputer yang lain, dari penjelasan inilah kata “internet” itu muncul, yaitu menghubungkan (*interconnected*) komputer secara global (Nasrullah, 2013 : 27). Salah satu jenis siber media yaitu MUDs yang berasal dari *Multi-user Dungeons* atau bisa juga

*Multi-user Dimensions* (Turkle dalam Nasrullah 2013 : 42). Secara terminology MUDs diartikan sebagai sebuah program komputer yang diatur sedemikian rupa sehingga dapat diakses oleh beragam *user* dalam waktu yang bersamaan. Program seperti ini memberikan setiap user yang terkoneksi, disebut dengan *player* (pemain). Akses inilah yang bisa digunakan pemain untuk membangun interaksi komunikasi dengan pemain lain misalnya interaksi antar para *game online*.

*Game online* adalah media elektronik yang menyuguhkan berupa tampilan gerak, warna, suara yang memiliki aturan main dan terdapat level tertentu, yang juga bersifat menghibur dan bersifat adiktif. Secara operasional *game online* adalah sebuah permainan yang memiliki konsep permainan yang menarik, memiliki gambar tiga dimensi dan memiliki efek-efek yang luar biasa. *Game online* adalah *game* yang menggunakan *network* atau internet. Kecanggihan teknologi yang disajikan dalam permainan jaringan ini, seorang *gamer* bisa bertemu dengan *gamer* lain di seluruh dunia yang berada jauh sekalipun. *Game* dengan fasilitas *online* via internet menawarkan fasilitas lebih dibandingkan dengan *game* biasa karena para pemain itu bisa berkomunikasi dengan pemain diseluruh dunia melalui media *chatting*.

AC Nielsen melaporkan bahwa sebanyak 65 juta orang aktif memainkan *game online* yang diantaranya sebanyak 15 juta orang berumur di atas 45 dan 64 persen atau 2/3nya adalah wanita. Para remaja sebanyak 55 jam waktu mereka dalam seminggu diluangkan untuk bersenang-senang, sebanyak 25 persen dari 55

jam waktu mereka gunakan untuk bermain video *game*. Remaja lebih banyak menggunakan waktu mereka untuk bermain *game online* dari pada kegiatan sosial di dunia nyata. (<http://www.netaddiction.com> diakses pada tanggal 10 maret 2016 pukul 20:44)

Pada berita yang di sampaikan oleh reporter Aditya panji, CCN Indonesia, Kamis, 21/05/2015, 07:11 mengatakan bahwa *game Clash of Clans* merupakan *game* terlaris nomor satu di peringkat mobile pada tahun 2014. (<http://www.cnnindonesia.com/> diakses pada tanggal 10 maret 2016 pukul 20:23). Suasana di dalam *game online* dirancang sedemikian rupa yang sangat menyerupai keadaan sebenarnya di dunia nyata. *Game* atau permainan yang seharusnya menjadi media untuk bermain dan menyegarkan pikiran manusia justru menjadi hal yang menjerumuskan ketika pemanfaatan *game* tidak lagi pada nilai guna. *Game online* sebagai ruang virtual tidak nyata membuat penggunaannya bebas melakukan hal-hal yang seringkali dilarang di kehidupan sebenarnya. *Game online* yang sangat pesat berkembang saat ini adalah *game online COC*.

*Game online COC* sangat banyak dibicarakan pada kalangan anak remaja bahkan di kalangan mahasiswa. *Game online COC* merupakan salah satu *game online* yang memiliki fitur komplit dan mudah untuk dimainkan bahkan *game online COC* mempunyai fitur “*Chatting*” sebagai media komunikasi untuk menghubungkan antara pengguna *game COC* agar bisa saling berinteraksi. Fitur

media komunikasi berupa media *chatting* inilah yang membedakan *game online* *COC* berbeda dengan *game-game* yang lain. Dimana *game* lainnya hanya sebagai *game-game* pada umumnya yang digunakan sebagai media untuk bermain dan menyegarkan rasa jenuh.

Ketenaran permainan *game COC* membuat permainan ini semakin banyak penggunanya. Setelah mencapai angka 50 juta pengguna, angka ini terus meningkat dan setidaknya ada lebih dari 5 juta penggunanya yang memberikan rating bintang lima pada permainan ini. Hal ini merupakan salah satu fakta bahwa banyaknya pecinta *game* yang memainkan *game* ini. Tidak hanya banyak pengguna saja tetapi *game* ini merupakan *top grossing* i-Pad. Sumber ini dapat dari *website* resmi Supercell bahwa *COC* ini menjadi *top grossing* i-Pad *game* di 122 negara. Dengan semakin populernya *game* ini, dan pengguna juga semakin meningkat hal ini akan membuat *revenue* perusahaan studio *game* ini semakin meningkat dari hari ke hari. (<http://www.gaminesia.com/45-fakta-clash-of-clans/> diakses pada tanggal 2 oktober 2016)

Sebenarnya peraturan yang ada pada *game COC* sama dengan *game* yang lainnya yaitu sama-sama mengandalkan strategi perang untuk melawan musuh, tetapi yang berbeda pada *game online* yang lain adalah kita bisa berkomunikasi dengan *gamers* lainnya yang ada pada *game* tersebut. Hal ini lah yang membedakan antara *game COC* dengan *game* lainnya yaitu *Dota*, *Clash of Royal*, *Strong Hold* dll, Fitur *chatting* tersebut kita bisa menanyakan bagaimana cara

menghancurkan tim lawan dengan menanyakan strategi pada teman atau *gamers* lain yang berada pada Clans di dalam *game COC*, komunikasi dengan *gamers* lain yang terus menerus menjadikan *game online COC* menjadi alternatif baru sebagai media komunikasi. Selain komunikasi untuk menanyakan strategi perang yang ditanyakan oleh para *gamers* tetapi terkadang juga para *gamers* menanyakan tentang informasi mengenai pengalaman, khas daerah *gamers* lain, bahkan juga saling bertukar pengetahuan dan wawasan. Di dalam media *game online* terdapat sebuah jalinan komunikasi antara para *gamers* yang disebut sebagai komunitas virtual (*virtual community*).

Pola jejaring (*network*) yang ada di media siber secara langsung maupun tidak akan menghubungkan para pengguna di berbagai tempat. Interaksi yang terjadi di antara pengguna tersebut pada akhirnya memungkinkan terbentuknya sebuah jaringan atau komunitas siber. Tanpa disadari, komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan nyata dan kehidupan masyarakat maya (*cyber community*) (Bungin, 2011). Bahkan hal ini kemudian menjadikan manusia (baik secara individu atau kelompok) lebih tertarik untuk berkomunikasi di dunia maya. Komunitas ini di kenal sebagai komunitas virtual atau juga komunitas siber.

Perkembangan komunitas *virtual* saat ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan internet yang sangat pesat. Hal tersebut berdampak banyak komunitas *virtual* yang bermunculan. Komunitas *virtual* yang muncul merupakan suatu *trend* yang memungkinkan manusia melakukan kegiatan di ruang *virtual*.

Terkait dengan komunitas siber, Rheingold dalam bukunya Rulli Nasrullah (2013:180) menjelaskan komunitas siber sebagai agregasi sosial yang muncul di internet di mana para penggunanya berinteraksi dalam waktu yang lama serta adanya relasi yang terjadi di antara pengguna.

Komunitas *game* dalam *COC*, seperti halnya fandom menurut John Fiske (2004 : 30) yakni ciri umum budaya populer di masyarakat industri, semua khalayak populer terlibat dalam berbagai tingkat produktivitas semiotik yang menghasilkan makna dan kesenangan yang berkaitan dengan situasi sosial mereka dari produk sosial budaya. *Gamers COC* merupakan salah satu dari contoh komunitas virtual yang saling menjalin interaksi dengan para *gamers* yang lainya di dalam media siber. Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga termasuk mahasiswa yang beruntung karena kampus menyediakan layanan internet berupa *hotspot* secara gratis 24 jam. Tidak hanya di kalangan kampus saja yang menyediakan *hotspot* melainkan di tempat-tempat umum seperti *cafe*, warung kopi, warung makan, dan perpustakaan di kota Yogyakarta ini banyak yang menawarkan *hotspot* meskipun berbayar. Mahasiswa UIN Wafiq Hasbi dari Fakultas Syariah angkatan tahun 2012 contohnya, seringkali memanfaatkan fasilitas internet tidak untuk mengakses tentang persoalan ilmu pengetahuan saja akan tetapi banyak juga yang menggunakannya untuk bermain *game online* atau pemuasan yang lain yang bukan untuk kepentingan ilmu pengetahuan, salah satunya *game* yang diminati banyak mahasiswa khususnya di UIN Sunan Kaljaga adalah *game online COC*.

Berdasarkan informasi dari salah satu mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, dalam setiap hari pasti bermain *game*, salah satunya yaitu *game COC*, ia mengaku bahwa bermain *game* adalah salah satu untuk menyegarkan pikiran dan cara untuk mengisi waktu luang, menurutnya *game COC* merupakan *game* strategi dan di dalam *game* juga di dukung fasilitas *chat*, sehingga membuat ia bisa berinteraksi dengan *gamers* lainnya dan tidak membuat jenuh saat bermain *game*. Apalagi dalam *game* ada yang namanya Clan, Clan ini merupakan komunitas yang ada pada aplikasi *game* yaitu wadah yang menghubungkan para *gamers*, seperti Clan “Kancaku” yang merupakan wadah bagi *gamers* Ilmu Komunikasi. Dari salah satu mahasiswa UIN jurusan psikologi M. Sulfa Daryudi mengatakan bahwa setiap Fakultas pasti mempunyai Clan sendiri yang menghubungkan para *gamer* satu dengan yang lainnya.

Komunikasi antara *gamers* di media *chat* sebenarnya sama seperti saat interaksi antara orang-orang di media *facebook*, *twitter* dan lainnya. Para *gamers* harus saling menghargai, menghormati dan membantu. Etika yang dilakukan dalam berkomunikasi harus seefektif mungkin agar apa yang ingin di sampaikan sampai dan mampu di terima oleh *gamers* yang lain. Seperti contohnya kutipan ini :

*...Dapat ngobrol bersama teman-teman saat ngegame memang menjadi keasyikan sendiri. Malah kita dapat ngobrol diluar topik, misal tentang pekerjaan atau mungkin cerita pacar haha. Intinya tetap enjoy karena walau sambil ngobrol namun sebenarnya kita sedang main game dan dapat melihat teman sedang war live. Jadi ngegame serasa berada di media sosial seperti facebook, twitter dan instagram.*

<http://www.sudutpandang.net/2015/11/fakta-fakta-yang-membuat-game-coc.html> diakses pada tanggal 2 oktober 2016.)

Berdasarkan deskripsi di atas dan beberapa fenomena tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimanakah *gamers COC* di kalangan mahasiswa UIN Sunan Kalijaga membentuk komunikasi efektif dan akan terjawab setelah peneliti melakukan penelitian berjudul “Analisis Pesan Komunikasi di Media *Online* Pemain *Virtual Game* “Kancaku” (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Anggota Komunitas *Virtual Game Clash of Clans* di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana komunikasi pesan (teks) pada anggota komunitas *virtual Game Clash of Clans* di UIN Sunan Kalijaga?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi komunitas virtual pada pemain *game Clash of Clans* di UIN Sunan Kalijaga.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

1. Secara Akademik
  - a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi keilmuan komunikasi, khususnya dalam menemukan adanya media baru dalam berkomunikasi.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya dalam kajian media komunikasi, lebih khusus pada *game* sebagai media komunikasi

## 2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pembaca bagaimana komunikasi pesan (teks) pada *virtual community* melalui *game* sebagai media baru dalam berkomunikasi.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan positif kepada pembaca bagaimana membangun hubungan komunikasi melalui *game COC* sebagai media baru dalam berkomunikasi.

## E. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mengungkapkan penelitian terdahulu yang relevan dengan apa yang akan diteliti peneliti, ditunjukkan sebagai referensi untuk mengidentifikasi penelitian-penelitian serupa yang sudah dilakukan. Tinjauan pustaka ini, peneliti dapat mengetahui perbedaan dan persamaan antara penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, sehingga tidak terjadi kesamaan atau pengulangan penelitian. Tinjauan pustaka yang digunakan peneliti adalah penelitian-penelitian yang mengkaji tentang media komunikasi dengan fokus pada media komunikasi *online*. Berikut beberapa tinjauan pustaka yang peneliti lakukan:

**Pertama**, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rifefan tahun 2014. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, berjudul “Penggunaan Media *Online* Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademis (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri di Yogyakarta). Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa media *online* mampu memenuhi kebutuhan informasi akademis di kalangan mahasiswa yang menjadi sebuah alternatif yang mengesankan dalam berbagai hal, seperti kecepatan dan keragaman informasi yang didapat.

Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang hendak peneliti lakukan adalah sama-sama meneliti tentang media yang berbasis *online* dan objek yang diteliti juga sama yaitu mahasiswa. Perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rifefan yakni pada penggunaan media *online* secara umum dan pemanfaatan bagi kebutuhan informasi mahasiswa, dalam penelitian ini peneliti lebih fokus pada proses komunikasi yang terjadi di dalam *game online*.

**Kedua**, penelitian yang dilakukan oleh Ilman Hakim tahun 2013. Mahasiswa Program Studi Sosiologi dan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang, yang berjudul “Gaya Hidup *Gamers Game online* Zynga Poker Sebagai Produk Hyperealitas Dunia Maya (Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang).

Hasil penelitian Ilham Hakim adalah *game online* sebagai bentuk hyperealitas. Motivasi para *gamers* untuk bermain berdasarkan pada pemenuhan kebutuhan atas apa yang mereka tidak dapatkan di dunia nyata. Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang hendak peneliti teliti adalah sama-sama meneliti tentang *game online*. Perbedaan yang dari penelitian di atas dengan penelitian yang akan peneliti kerjakan adalah penelitian Ilham Hakim lebih fokus pada efek dari *game online* dan dampak dari *game online* Zynga Poker, sedangkan penelitian yang di kerjakan peneliti adalah proses pesan teks komunikasi yang terjadi di dalam *game online*, yang di lakukan oleh *gamer COC* di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

**Ketiga**, penelitian yang dilakukan oleh Syahrul Perdana Kusumawardani Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya. Dengan judul “*Game Online* Sebagai Perilaku (Studi Deskriptif Tentang Interaksi Sosial *Gamers COC* Pada Clan Indo Spirit)”, Februari 2015. Dalam penelitian itu, Syahrul Perdana Kusumawardani meneliti tentang perilaku *gamer* dalam melakukan aktivitas bermain *game COC* dan interaksi sosial para pemain yang ada di dalam Clan itu sedangkan yang dilakukan peneliti sekarang ini adalah proses para *gamer* melakukan komunikasi efektif dan subjek yang di teliti oleh Syahrul adalah para *gamer* yang ada dalam satu Clan saja yaitu di Clan Indo Spirit, yang menjadi subjek dari peneliti adalah para *gamer COC* yang ada di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

*Keempat*, artikel jurnal yang ditulis oleh Ahmad Fajar G, Funny Mustikasari E, DAN Hadi Suprpto A dengan judul “*Perilaku Komunikasi Pecandu Game Online Dengan Menggunakan Game online*”. Jurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran, Volume 1, Nomor 1, 2012. Dalam penelitian itu, Ahmad Fajar, Dkk. Meneliti untuk mengetahui perilaku komunikasi pecandu *game online* dengan menggunakan *game online*. Hasil dari penelitian itu adalah motivasi bermain *game online* pecandu *game online* mempengaruhi gaya berkomunikasi pada saat bermain *game online*. Perilaku komunikasi di dalam *game online* dipengaruhi oleh norma atau peraturan, jenis *chat*, keakraban, umur dan jenis kelamin pemain, dan situasi percakapan.

Berdasarkan uraian penelitian. Peneliti terdahulu, secara ringkas telaah pustaka yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Bagan 1 : Matrik Telaah Pustaka

NO	Peneliti Instansi Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Muhammad Rifefan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu	Penggunaan Media <i>Online</i> Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademis Pada Kalangan Mahasiswa	Sama-sama meneliti tentang media yang berbasis <i>online</i> dan objek yang diteliti juga	Penggunaan media <i>online</i> secara umum dan pemanfaatan bagi kebutuhan	Media <i>online</i> mampu memenuhi kebutuhan informasi akademis di kalangan mahasiswa yang

	Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014	Universitas Negeri di Yogyakarta	sama yaitu mahasiswa.	informasi mahasiswa	menjadi sebuah alternatif yang mengesankan dalam berbagai hal, seperti kecepatan dan keragaman informasi yang didapat
2	Ilman Hakim Mahasiswa Program Studi Sosiologi dan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang, 2013	Gaya Hidup <i>Gamers</i> <i>Game online</i> Zynga Poker Sebagai Produk Hyperealitas Dunia Maya (Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang).	Sama-sama meneliti tentang <i>game online</i>	Penelitian Ilham Hakim lebih fokus pada efek dari <i>game online</i> dan dampak dari <i>game online</i> Zynga Poker	<i>Game online</i> sebagai bentuk hyperealitas. Motivasi para <i>gamers</i> untuk bermain berdasarkan pada pemenuhan kebutuhan atas apa yang mereka tidak dapatkan di dunia nyata
3	Syahrul Perdana	<i>Game Online</i> Sebagai Pola Perilaku (Studi	Sama-sama meneliti	Penelitian Syahrul	Pola perilaku yang timbul dari

	Kusumawardani i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya, 2015	Deskriptif Tentang Interaksi Sosial <i>Gamers COC</i> Pada Clan Indo Spirit)	tentang <i>game</i>  <i>COC</i>	Perdana Kusumawarda ini fokus pada perilaku <i>gamer</i> dalam melakukan aktivitas bermain <i>game</i> <i>COC</i> dan interaksi sosial para pemain yang ada di dalam Clan	pemain <i>game</i> adalah terjadinya perubahan gaya hidup, penggunaan <i>game</i> tidak mengenal waktu dan dilakukan secara terus menerus
4	Ahmad Fajar G, Funny Mustikasari E, DAN Hadi Suprpto A, Jurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran,	Perilaku Komunikasi Pecandu <i>Game</i> <i>Online</i> Dengan Menggunakan <i>Game</i> <i>online</i>	Jurnal penelitian ini memiliki kesamaan pada media <i>online</i>	Penelitian berfokus pada perilaku komunikasi pecandu <i>game</i> <i>online</i>	Motivasi bermain <i>game online</i> pecandu <i>game</i> <i>online</i> mempengaruhi gaya berkomunikasi pada saat bermain <i>game online</i> . Perilaku

	Volume 1, Nomor 1, 2012				komunikasi di dalam <i>game online</i> dipengaruhi oleh norma atau peraturan, jenis <i>chat</i> , keakraban, umur dan situasi percakapan
--	----------------------------	--	--	--	---

Sumber : olahan peneliti

## F. LANDASAN TEORI

Teori adalah pendapat yang didasarkan pada penelitian dan penemuan yang didukung oleh argumentasi dan data. Teori merupakan dasar pembuatan unit analisis atau sebagai pisau bedah dalam penelitian terutama untuk keperluan analisis data dan menginterpretasi data yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan. Berikut peneliti jelaskan teori yang digunakan dalam penelitian ini:

### 1. Komunikasi

#### a. Pengertian komunikasi

Berasal dari Bahasa latin *communicate* yang berarti memberitahukan. Komunikasi adalah suatu tingkah laku, perbuatan atau kegiatan penyampaian atau pengoperan lambang-lambang, yang

mengandung arti atau makna, atau perbuatan penyampaian suatu gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lainnya. Atau lebih jelasnya, suatu pemindahan atau penyampaian informasi, mengenai fikiran, dan perasaan-perasaan (James, 1986: 1)

Komunikasi merupakan sumber dari kehidupan manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia saling membutuhkan antara satu dengan yang lainnya, dari kebutuhan tersebut, manusia harus berinteraksi agar bisa menjalankan kehidupan masing-masing.

Lebih suatu produk, komunikasi adalah suatu proses. Lebih dari suatu barang yang tertentu, yang dengan begitu saja dapat diserahkan atau diberikan dari seseorang kepada orang yang lain, maka komunikasi itu adalah suatu gejala yang dinamis, bergerang, dan selalu berubah-ubah.

Karena sifatnya yang sangat cair dan mudah berubah itu, maka komunikasi itu sangat sukar ditentukan bentuknya. Pengertian komunikasi itu demikian kompleksnya, sehingga kadang-kadang orang sering keliru menafsirkan dan menandainnya.

## **b. Media Komunikasi**

### **1. Media Komunikasi *Online***

Media komunikasi *online* adalah semua sarana yang dipakai untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusi, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi melalui atau secara

*online*. Media komunikasi sangat berperan di dalam kehidupan masyarakat. Proses pengiriman informasi di zaman yang modern ini sangatlah canggih. Teknologi telekomunikasi paling dicari oleh semua orang untuk menyampaikan atau mengirimkan informasi ataupun berita sebab teknologi telekomunikasi semakin berkembang, semakin cepat, akurat, tepat, mudah, murah, efektif serta efisien. Berbagi informasi antar Negara dan benua di belahan dunia manapun sekarang semakin mudah. (Barata, 2003 : 107)

Menurut Schwoch dan white dalam bukunya David Holmes (2012 : 3) menggambarkan interaksi ini sebagai “rangkaian peristiwa biasa-biasa saja” yang mana sejumlah kecil penghentian untuk mengagumi betapa cepat dan betapa tak terpikirkannya beberapa aspek tertentu dari teknologi-telekomunikasi berbasis spectrum elektro-magnetik dan berbagai jaringan telekomunikasi berbasis kabel seperti telepon menjadi bagian dari pengalaman hidup sehari-hari.

Media *online* secara perlahan semakin berkembang, bahkan mungkin penemu sistem internet tidak terbayangkan bahwa perkembangan dunia internet sebegitu majunya apalagi yang telah terjadi 10 tahun belakangan ini. Tidak hanya improvisasi dalam bidang jaringan dan perangkat lunak (*software*) namun saat ini juga mulai banyak hadir improvisasi dalam bidang perangkat keras

(*hardware*). Semua pengembangan beranggapan bahwa apa yang mereka lakukan ini adalah untuk kehidupan masyarakat yang lebih baik.

Pada tahun 1990, Mark Poster meluncurkan buku besarnya, “*The Second Media Age*”, yang menandai periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat. Ada dua pandangan yang dominan tentang perbedaan antara era media pertama, dengan penekanannya pada penyiaran, dan era media kedua, dengan penekanannya pada jaringan (Littlejohn & Foss 2009:413).

Pandangan Mark Poster pada bukunya tersebut menampilkan kebenarannya, kini setiap orang saling terhubung baik kepada rekannya ataupun kepada informasi yang tersedia di media *online*. Setiap orang tidak cukup awam hanya untuk sekedar mencari sebuah berita yang dia butuhkan. Tidak menutup kemungkinan juga generasi akademis kedepan akan menggunakan media *online* sebagai sumber informasi akademis terpercaya dan pilihan utama serta dengan adanya media *online* bisa di gunakan semua orang sebagai media komunikasi yang sangat efektif.

Paul Levinson dalam buku yang berjudul “*New New Media*” menyebutkan media *online* tidak hanya terbatas media sosial, media

*online* lebih dari itu. Paul Levinson menyebutkan ada menyebutkan beberapa layanan yang dapat dikategorikan dalam *new media* atau *media online*.

Sehingga kurang tepat jika mengatakan bahwa *media online* hanya terdiri atas situs *online* saja. Selain itu, dalam buku “*New Media a Critical Introduction*” disebutkan bahwa *media online* memiliki beberapa karakteristik yang menjadi pembeda dengan yang lainnya, yakni sebagai berikut:

- a. Pengalaman tekstual yang baru ; sebuah jenis baru baik *genre* dan penyajiannya serta dalam cara mengkonsumsi hiburan dan pola seperti permainan komputer, simulasi, spesial efek pada film, *game online*.
- b. Cara baru memperlihatkan dunia: dimana media tidak selalu terdefinisikan dengan baik, media menawarkan cara baru dalam memperlihatkan beberapa kemungkinan dan pengalaman baru.
- c. Adanya hubungan baru (yang berbeda dari sebelumnya) antara subjek (*user* dan *consumers*) dengan media teknologi: Hal yang berubah adalah cara penggunaan dan penerimaan dari tampilan dan media komunikasi dalam keseharian dan arti dari berinvestasi kepada media teknologi: Dalam artian menggantikan nilai.

d. Pengalaman baru dari hubungan antara perwujudan, identitas dan komunitas: dalam artian menggantikan nilai personal dan pengalaman sosial terhadap waktu, ruang dan tempat (baik dalam lingkup lokal dan global) yang mana berdampak pada pengalaman diri dan tempat kita berada. (Martin Lister dkk, 2009 : 12-13)

Pada penjabaran di atas bisa disimpulkan bahwa media *online* memiliki karakteristik yang unik sehingga tidak menutup kemungkinan akan menjadi sebuah kiblat dalam pencarian informasi kedepannya, bahkan menjadi alat komunikasi yang meluas, tidak hanya di sosial media saja seperti *facebook, twitter, line* saja tapi akan merambat pada *game- game* yang terhubung dengan internet atau bisa disebut dengan *game online*.

Siapapun bisa menjadi komunikator dan komunikan dalam *game online*, siapapun bebas berinteraksi kepada siapa saja yang ingin di ajak adalah kepada komunikasi, siapapun juga bebas mencari dan kemudian menyebarkan informasi yang didapat. Khalayak memiliki kuasa penuh atas informasi yang di dapat. Pilihan selanjutnya adalah kepada khalayak tersebut akan dibagaimanakan informasi yang sudah mereka dapatkan selama menembus ruang dan waktu dalam dunia maya.

## 2. *Virtual Community* (Komunitas virtual)

Berkembangnya media komunikasi baru, terutama internet, telah mentransformasikan pula bagaimana interaksi di antara individu sebagai intitas yang pada kenyataannya membawa fenomena sosial yang baru dan berbeda dari yang selama ini dipahami. Internet menjadi tempat virtual dimana para individu bekerja sama dan berinteraksi sampai pada pelibatan terhadap emosi secara *virtual* (Rheingold, 1995) dalam buku Nasrullah (2014:148) Secara teori, pembahasaan tetang komunitas *virtual* atau *virtual community* ini dianggap sebagai salah satu kajian yang sering muncul ketika membahas komunikasi termediasi *computer*.

Terkait dengan komunitas siber, Tim Jordan (1999:100) mendefinisikan sebagai ruang siber tempat dimana sejumlah pengguna bertemu dalam ruang informasi yang sama. Bahwa pengguna tidak lagi beranggapan bahwa mereka sendiri mereka diruang siber, sebaliknya pengguna itu bisa membangun relasi dengan para penggunaan lainnya. Komunitas siber, atau disebut Jordan sebagai *virtual community*.

Rheingold (2000:5) menjelaskan komunitas siber sebagai agregasi sosial yang muncul di internet, dimana para penggunanya berinteraksi atau menggunakan ruang siber itu untuk berdiskusi dalam waktu yang lama serta adanya relasi yang terjadi di antara pengguna. Sementara Wood dan Smith (2005:233) menjelaskan komunitas virtual sebagai lingkungan termediasi

komputer, tempat di mana para pengguna membagi kesepahaman mereka dan saling membangun relasi.

Dari beberapa penjeasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan komunitas virtual adalah komunitas yang terbentuk di dunia siber oleh para pengguna karena adanya kesamaan atau saling melakukan interaksi dan relasi yang difasilitasi oleh medium komputer terkoneksi internet.

Marc Smith dalam Rulli Nasrullah ( 2013 : 80) menguraikan beberapa aspek dalam komunikasi di dunia siber. *Pertama*, dijelaskan bahwa komunikasi atau interaksi di dunia siber tidak mensyaratkan keberadaan dan kesamaan antara pengguna (aspatial) media siber selagi fungsi interaksi melalui media siber itu masih ada. Bermakna bahwa interaksi tidak mesti berada dalam lokasi yang sama, *sender* dan *receiver* tidak mesti berada dalam lokasi yang sama sebagaimana yang terjadi dalam komunikasi dua arah, baik tatap muka maupun melalui media seperti telepon. Namun bukan berarti konten atau lingkungan itu selalu “hidup” dan ada kapanpun. *Kedua* menjelaskan bahwa media siber interaksi bisa dikondisikan sesuai dengan jadwal yang diinginkan oleh pengguna saat terkoneksi kedalam jaringan. Komunikasi bisa terjadi dalam kondisi ruang dan waktu yang sama (*synchronous*) dan juga berbeda (*asynchronous*). Contoh sederhana untuk menggambarkan kondisi ini yaitu status *Facebook*. Status yang ada di

dinding (*wall*) di media sosial ini sering kali dikomentari oleh pengguna lain maupun pemilik akun itu yang juga terlibat dalam mengomentari. Inilah interaksi di media siber yang tidak memerlukan kesamaan waktu dan bisa melibatkan pengguna yang berada di lokasi manapun. *Ketiga*, bahwa interaksi yang terjadi dalam dunia siber pada kenyataannya terjadi melalui medium teks. Teks dalam bentuknya yang beragam dan juga melibatkan symbol (*icons*) menjadi medium yang digunakan oleh pengguna dalam berkomunikasi. Berbeda dengan komunikasi tatap muka di mana tanda-tanda seperti ekspresi wajah atau intonasi suara menjadi penentu dalam penyampaian dan penerimaan pesan, di dunia siber ekspresi intonasi diwakili oleh teks (*the didactic expressions*). *Keempat*, bahwa interaksi yang terjadi tidak mensyaratkan adanya kesamaan seperti status atau tingkat pengetahuan (*astigmatic*). Komunikasi teks di dunia siber tidak juga melibatkan visualisasi para pengguna sebagaimana di dunia nyata, yang terkadang dalam komunikasi tatap muka seseorang akan mengambil sikap tertentu ketika berhadapan dengan seseorang karena stigma yang muncul pertama kali di benaknya. Status sosial, pangkat, jabatan, dan sebagainya yang membuat stratifikasi dalam kelas di masyarakat nyata (*offline*) tidak berlaku di media siber. Satu-satunya “kelas” yang ada yaitu apa yang disebut dengan administrator, namun itu pun hanya bersifat teknis dan pengatur lingkungan komunikasi yang secara teknis pula ditentukan oleh pengguna lain.

Cantoni dan Tardini (2006:161) dalam bukunya Rulli Nasrullah (2013 : 181) menyebutkan setidaknya ada beberapa syarat yang diperlukan untuk sebuah komunitas virtual itu, yakni :

- 1.) Lingkungan atau tempat untuk terjadinya komunikasi-interaksi,
- 2.) Relasi di antara anggota terjadi dan dikelola secara elektronik atau *online*,
- 3.) Rasa kepemilikan atau kesadaran anggota sebagai bagian dari komunitas tersebut,
- 4.) Struktur internal yang ada di komunitas, dan
- 5.) Ruang simbolik yang saling berbagi yang dipresentasikan dengan adanya aturan, nilai, norma, sampai pada ketertarikan.

Terkait teknologi di media siber, pada dasarnya komunitas virtual yang bisa dibedakan menjadi dua jenis. Perbedaan ini dilihat dari bagaimana transformasi komunitas itu terkait penggunaan ruang siber. *Pertama*, komunitas virtual yang terbentuk karena terjadinya komunikasi termediasi komputer, para pengguna pada dasarnya saling bertemu dan berkomunikasi untuk pertama kalinya melalui media siber. Letak geografis atau perbedaan geografis menjadi cair dan satu-satunya kesamaan yang ada di antara pengguna tersebut adalah teknologi internet memfasilitasi pengguna untuk maksud yang sama. Model ini bisa dilihat dari grup-grup diskusi yang ada baik di forum atau di media sosial seperti *facebook*. *Kedua*, komunitas

virtual terbentuk dari jelmaan komunitas dunia nyata dan komunikasi ini menggunakan media siber untuk melanjutkan maju komunikasinya di dunia virtual. Artinya, komunitas model ini sudah terbentuk sebelum mereka bersentuhan dengan media siber. Sudah ada norma, nilai, bahkan struktur yang dibuat di *offline* yang kemudian semua itu diwujudkan melalui komunikasi termediasi komputer Lechner dan Schimd dalam Cantoni dan Tardini (2006:160) mempertegas bahwa media, seperti media siber, memberikan pengaruh terhadap komunikasi yang terjadi di komunitas itu sendiri. Medium bisa memfasilitasi komunikasi dan di lain pihak komunikasi bisa ditentukan dari adanya kesamaan medium yang digunakan oleh khalayak.

Dilihat dari karakter, merujuk pada penjelasan Tonnies (dikutip David Bell, 2001:94), bahwa komunitas virtual bisa terbagi menjadi *Gemeinschaft* dan *Gesellschaft*. *Gemeinsvhaft* merujuk pada jenis komunitas yang berkarakter “*total community*” di mana setiap individu maupun aspek-aspek sosial di dalamnya berinteraksi secara *vertical* maupun *horizontal*, berjalan secara stabil dan dalam waktu yang lama, merupakan hasil dari adanya kesamaan maupun kebutuhan, terbentuknya dari adanya pertukaran ritual maupun symbol-symbol sebagaimana yang terjadi dalam interaksi sosial secara nyata yang dibangun secara *face-to-face interaction*. Inilah yang di sebut Tonnies sebagai komunitas (dalam pengertian) tradisional,

dimana setiap individu membantu individu yang lain, setiap individu mengenal identitas atau informasi individu yang lain, dan ikatan yang terjalin antarindividu sangat kuat serta menjelma dalam berbagai wujud. Sedangkan *Gesellschaft* adalah kebalikan dari kondisi *Gemeinschaft*. Ditenggarai oleh derasnya urbanisasi di kota-kota besar, Tonnies menjelaskan bahwa jenis komunitas ini terbentuk dari berbagai aspek yang sangat heterogen. Setiap anggota komunitas memiliki kepentingan yang berbeda-beda, komitmen yang berbeda, dan tidak adanya ikatan antar individu begitu juga dengan norma atau nilai-nilai yang menjadi pengikatnya. Hubungan yang terjadi antar individu dalam komunitas ini terjadi sangat dangkal dan lebih bersifat instrument formal belaka. Dalam *Gesellschaft*, komunitas tidak berkembang secara simultan dan tidak membesar, meski anggota komunitas yang ada di dalamnya secara kuantitas berjumlah besar, sebagaimana penduduk di ibu kota, dan setiap individu akan bertemu dengan individu lainnya setiap waktu namun hubungan yang terjalin hanyalah persial dan sementara (Kollock dan Smith,1999:16).

Namun patut menjadi catatan penting, apa yang disebut sebagai komunitas virtual adalah sebagaimana adanya komunitas yang hadir secara fisik di tengah-tengah masyarakat hanya saja ia mengambil medium di media siber. Komunitas dan anggota di dalamnya secara riil tentu

melakukan kerjasama, saling berinteraksi dengan sesama, dan menjadikan komunitas sebagai ikatan yang mendamaikan (Rheingold, 1995 dalam bukunya Nasrullah, 2013:184). Satu-satunya yang virtual adalah mediumnya dan itu karena individu menggunakan perangkat teknologi atau komputer yang menghubungkan di antara entitas komunitas tersebut. Penting ditekankan di sini untuk memperkuat jalinan sebuah komunitas virtual, Rheingold menegaskan bahwa relasi yang terjadi di dunia virtual hendaknya dibawa juga ke dunia riil atau nyata.

### **3. Bahasa Pesan (Teks) : Netspeak dan Netlingo**

#### **1. Netspeak**

Bahasa dalam internet dan di media *online* mengalami perubahan, yang dalam pandangan David Cristal dalam (Rully, 2013 : 83) bahasa internet “*internet language*” merupakan medium keempat setelah bahasa tulis (*writing*), bahasa bicara (*speaking*), dan bahasa tanda (*signing*). *Netspeak* terjadi di dalam MUDs, *online chat*, atau *instant messaging*.

Misalnya dalam menggunakan YM, fasilitas ini digunakan sebagai media untuk melakukan obrolan (*chat*) secara langsung dengan mediasi teks. Obrolan itu merupakan duplikasi dari obrolan yang terjadi di dunia nyata, teks yang ditulis di ruang media siber YM mewakili bahasa bicara. Oleh karena itu, teks yang muncul di YM diimajinasikan seolah-olah sedang bicara. Tipografi teks yang muncul serta berkembang di

media siber adakalanya pada kata-kata (*morphemes*), huruf (*graphemes*), maupun tanda baca serta penggunaan symbol atau gambar tertentu. Beberapa contoh di bawah ini:

**Bagan 2 : Contoh tanda baca Netspeak**

<b>Penggunaan singkatan, akronim, dan gabungan keduanya</b>	<b>OIC (oh)I see, CYL8R (see you all later), Kudet (kurang update)</b>
<b>Gabungan huruf dan angka</b>	<b>G4k bi54 (gak bisa)</b>
<b>Penggunaan tanda baca</b>	<b>Serius!!!</b>
<b>Uruf besar (menunjukkan kondisi marah atau teriak)</b>	<b>OH YA</b>
<b>Gaya pelafalan atau penyerupaan</b>	<b>Cemungudh (semangat)</b>
<b>Ikon emosi (<i>emoticon</i>)</b>	<b>:) atau ☺ (senyum/bahagia), :( atau ☹ (kecewa)</b>

Sumber : Nasrullah, Rully (2013 : 83)

## 2. Netlingo

Kebalikan dengan *netspeak*, *netlingo* merupakan penulisan dalam media siber yang seolah-olah tulisan itu yakni berbicara. Media siber dan komunikasi yang mengandalkan teks juga tidak bergeser dari

sekedar bahasa teks baku menjadi bahasa teks yang seolah-olah mewakili ungkapan ketika berbicara. Salah satu alasan mengapa bahasa baku yang melibatkan prasyarat penulisan sering kali dilanggar dalam media siber, dikarenakan adanya aktivitas pengguna media siber, misalnya tidak memiliki banyak waktu, hingga karena pengaruh perangkat teknologi itu sendiri, misalnya perangkat telepon genggam yang berukuran kecil dan bentuk papan ketik (*keyboard*) komputer Thurlow dalam (Rully, 2013:84). Misalnya dalam kaidah dasar di surat biasanya menggunakan kata “Dengan Hormat”, tetapi di surat elektronik penggunaan kata “Hi” atau dalam bahasa Indonesia “Hai” menggantikan kata formal sebelumnya. Thurlow dalam (Rully, 2013 :84) mencontohkan bahwa kesalahan ketik, kesalahan penggunaan huruf kapital, hingga penggunaan tanda baca merupakan kelumrahan dalam *netlingo*, karena teks sedang berbicara dan ketika berbicara standar penulisan dan/atau tata bahasa tidak menjadi penting atau mengurangi pesan yang ingin disampaikan.

Fenomena perkembangan teks di media siber, dengan salah satu contohnya dalam bahasa alay, ini sekaligus menegaskan tesis Bell (2007) dalam Rully (2013:87) tentang perkembangan budaya siber (*cyberculture*). Melalui pendekatan pengalaman (*experiential stories*), Bell melihat internet sebagai medium interaksi entitas. Komputer tidak hanya dimaknai sebagai invasi perangkat teknologi yang tidak hanya

merambah dunia akademisi di sekolah maupun universitas kini sudah bisa digunakan di rumah-rumah melalui *personal computer* (PC) semata, tetapi “menjelma” menjadi sesuatu yang sesuai dengan penggunaannya, kehadiran perangkat lunak atau *software* mampu menjembatani interaksi pengguna dengan komputer. Komputer juga bisa mempresentasikan dirinya berdasarkan pada siapa yang mengaksesnya.

Kehadiran antar-entitas secara global menyebabkan ada pertukaran kultur yang terjadi. Pertukaran kultur ini menurut Castells (2009) dalam Rully (2013:87) berbeda dengan pertukaran di dunia nyata di mana struktur kelas sosial atau kekuasaan masih mendominasi produksi kultur itu sendiri. Internet memberikan kebebasan terhadap produksi makna (kultur) dan menjadikan entitas sebagai diri yang bebas untuk memproduksi kultur sekaligus mengosumsi kultur itu sendiri (Castell dalam Rully, 2013:87).

Hal yang menjadi pertanyaan yaitu bukan terletak pada bagaimanateks itu berkembang atau apakah kemajuan media baru berdampak pada perusakan terhadap (teks) bahasa yang digunakan selama ini, karena secara alamiah bahasa selalu berkembang seiring dengan interaksi antarmanusia baik dimediasi oleh teknologi maupun tidak. Pertanyaan pentingnya yaitu bagaimanakah teknologi itu bisa semaksimal mungkin menjadi media dalam interaksi itu.

Terkait dengan perkembangan bahasa (teks) di media siber, Lorenzo dan Stefano dalam Rully (Rully, 2013:88), yang disebut keduanya sebagai *electronic texts*, memberikan beberapa poin penting untuk melihat hal itu. Poin-poin antara lain:

1. Teks di media siber tidak bisa dijangkau langsung oleh indra manusia. Jika teks di dalam buku bisa langsung dibaca dengan menggunakan mata atau siaran radio bisa disimak dengan menggunakan menggunakan indra pendengaran, dalam media siber teks tidak bisa serta-merta diakses begitu saja. Teks pada dasarnya merupakan bahasa pemrograman yang harus terlebih dahulu diterjemahkan (dibaca) melalui perangkat lunak tertentu dan juga ditampilkan melalui perangkat keras tertentu seperti komputer (sebagai *interface*).
2. Bentuk teks di media siber yaitu abstrak (*immortal*). Di media siber teks direproduksi (*decoding*) dari sekumpulan *bit* bahasa program komputer. Teks tidak bisa secara fisik berbentuk apa adanya, tetapi menjelma menjadi kumpulan data dan layaknya kerja faks bahwa teks di kertas diterjemahkan, disalurkan melalui kabel, dan dimunculkan menjadi teks yang sama di perangkat penerima faks lainnya.

3. Teks media siber bisa diproduksi kembali bahkan berulang-ulang. Perangkat media menjadi semacam pabrik yang akan mengolah materi mentah menjadi teks yang bisa dibaca. Apa pun perangkatnya, misalnya komputer pribadi, telepon genggam, dan televisi pintar, asal terkoneksi ke dalam jaringan maka teks akan bisa diproduksi kembali. Namun reproduksi itu tidaklah sama, misalnya, ketika membuka halaman Facebook melalui komputer pribadi akan berbeda tampilannya jika dibuka dengan menggunakan telepon genggam.
4. Teks di media siber tidak dibatasi oleh ukuran seperti waktu dan ruang. Selagi ada akses terhadap internet, informasi yang diinginkan oleh pengguna akan selalu tersedia. Kerja internet yang menghubungkan ribuan bahkan jutaan komputer sebagai pangkalan data yang juga perangkat itu hidup selama 24 jam tanpa henti memungkinkan untuk pengguna mengakses informasi tersebut.
5. Modifikasi terhadap teks bisa terjadi di media siber. Dalam media konvensional seperti buku atau Koran, teks yang sudah tercetak bersifat permanen dan tidak bisa diubah. Di media siber teks bisa dimodifikasi, ditambah, atau dihapus dengan menggunakan program yang tersedia.

6. Tidak hanya satu bentuk, teks di media siber bisa multimedia. Halaman di media siber tidak hanya memuat teks atau foto semata, tetapi juga bisa dikombinasikan dengan video, musik, animasi, dan sebagainya. Teks menjadi lebih kreatif dan lebih banyak melibatkan indra manusia.
7. Teks di media siber berlangsung terus menerus. Artinya, komunikasi yang terjadi di media siber bisa menjadi artefak atau terdokumentasikan yang bisa dilihat sewaktu-waktu. Juga, meski telah menjadi dokumentasi, komunikasi ini bisa dilanjutkan kembali bahwa obrolan (*chatting*) yang terjadi pada bulan lalu bisa di lanjutkan pada hari ini dengan topic yang masih sama atau topic yang berbeda tetapi medianya sama.
8. Teks merupakan hasil dari komunikasi yang interaktif di media siber. Kondisi ini menyebabkan teks, dalam kasus tertentu, menjadi berkembang, beragam ,dan melibatkan pertukaran pemaknaan atas teks itu sendiri. Hal ini yang tidak terjadi pada produksi teks di media massa yang menempatkan khalayak hanya sebagai penerima terhadap model teks yang disebarakan.

9. Komunikasi di internet bisa disesuaikan dengan kebutuhan .  
apakah komunikasi itu dimaksudkan untuk kebutuhan perorangan atau terjadi dalam kelompok yang besar. Media siber memungkinkan individu untuk mengakses, sekaligus melalui aplikasi yang disenanginya, akan informasi sesuai dengan yang dibutuhkan.

Berdasarkan ajaran islam, manusia sangat dianjurkan untuk saling berkomunikasi antara satu dengan yang lainnya. Karena dengan komunikasilah umat manusia bisa menggapai hubungan yang harmonis serta mampu mempererat tali silaturrohmi. Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an, Surah An-Nisa ayat 63:

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ  
وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya : “Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka *Qoulan Baligha* (perkataan yang berbekas pada jiwa mereka).

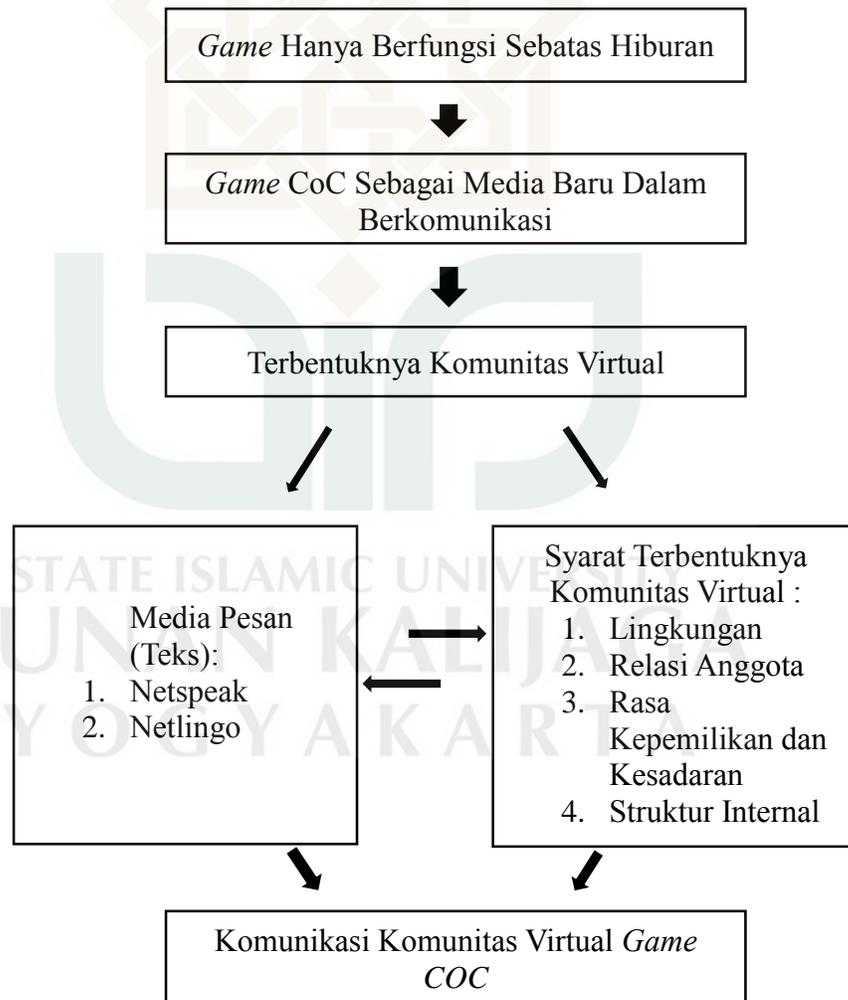
Kutipan ayat di atas dapat dijelaskan bahwa sebagai umat manusia, Islam telah mengajarkan manusia untuk saling berinteraksi dan saling menjalin silaturrohim dengan sesama umat manusia lainnya. Adanya komunikasi yang baik akan mempererat hubungan menjadi lebih akrab. Islam juga menganjurkan kepada semua umat untuk saling bertutur kata

yang baik. Sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an seperti salah satunya ayat Al-Qur'an di atas yaitu *Qoulan Baligha* yang mempunyai makna di dalamnya seperti tepat sasaran, komunikatif, dan mudah dimengerti.

## G. KERANGKA PEMIKIRAN

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan, maka peneliti menyusun kerangka pemikiran sebagai berikut:

Bagan 3 : Kerangka Pemikiran



Sumber : olahan peneliti

## **H. METODOLOGI PENELITIAN**

Suatu metode yang diperlukan seorang peneliti untuk mengatur proses penelitiannya, sehingga memudahkan dalam serangkaian penelitian yang akan dilakukan. Sifatnya yang tersusun sistematis, penelitian diharapkan dapat memberikan penjelasan yang rinci atas masalah yang diteliti. Metode penelitian meliputi cara pandang dan prinsip berfikir peneliti terhadap gejala yang diteliti, pendekatan yang digunakan, prosedur ilmiah yang ditempuh untuk mengumpulkan data, analisis data dan penarikan kesimpulan (Pawito, 2008 : 83). Uraian ini, peneliti memaparkan metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitiannya, sebagai berikut:

### **1. Jenis Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah dan tujuan penelitian yang sudah diuraikan pada bagian awal, maka peneliti menggunakan jenis penelitian etnografi virtual. Penelitian etnografi virtual yaitu penelitian mengenai fenomena yang ada di internet. Identitas, komunitas, dan perkembangan teknologi internet merupakan isu utama yang sering dibahas selama ini. Dalam penerapan etnografi, maka yang diteliti yaitu kultur yang terjadi di suatu komunitas atau berada di tempat yang pasti. Peneliti etnografi akan merekam jejak, mencatat yang terjadi, mendengar perbincangan, dan bahkan membongkar dokumen untuk studi yang dilakukan. (Nasrullah, 2014 : 172)

Penjelasan model penelitian di atas, peneliti memahami bahwa penelitian etnografi virtual berusaha menggambarkan semua keadaan dan kejadian dari yang diamati secara cermat dan faktual dengan susunan sistematis melalui data-data dan juga harus terlibat langsung di tengah objek penelitian. Metode penelitian ini, peneliti bermaksud memberikan deskripsi mengenai bagaimana media komunikasi mampu membuat komunikasi yang terjadi di antara para *gamer COC* dalam media komunikasi *online/ game online*.

## **2. Subjek dan objek penelitian**

### **a. Subjek penelitian**

Subjek penelitian menurut Amirin (Idrus, 2009: 91) adalah seseorang atau sesuatu mengenai yang ingin diperoleh keterangan. Dari penelitian ini, maka subjek penelitian ini adalah para *gamer COC* di kalangan mahasiswa di Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Menentukan informan pada penelitian ini. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, yang mendasarkan diri pada alasan atau pertimbangan-pertimbangan tertentu dengan tujuan penelitian (Pawito, 2008: 88). Informasi (data) diperoleh dari orang-orang yang diyakini mempunyai pengetahuan mengenai persoalan yang sedang diteliti.

### **b. Objek penelitian**

Objek penelitian menunjuk pada sesuatu yang ingin diketahui atau tema yang sedang diteliti dari subjek penelitian. Objek penelitian ini adalah proses komunikasi efektif yang dilakukan *gamer COC* dalam

media *online*. Informan yang dipilih oleh peneliti adalah perwakilan para *gamers COC* dari mahasiswa berbagai Fakultas UIN Sunan Kalijaga yaitu salah satu dari anggota komunitas atau yang disebut dengan anggota Clan pada *game COC* di UIN Sunan Kalijaga.

### 3. Unit Analisis

Unit analisis adalah subjek yang akan dijadikan informan penelitian untuk di analisis (Idrus, 2009: 95). Dari informan penelitian, peneliti akan menjelaskan bagaimana *game COC* sebagai media komunikasi dalam membentuk komunikasi efektif. Dalam penelitian ini, peneliti akan menjelaskan bagaimana upaya komunikasi efektif yang informan lakukan dalam *game online*. Untuk mengetahui pola komunikasi tersebut, peneliti menggunakan teori *Netspeak* dan *Netlingo* dalam teori ini peneliti akan mengupas secara mendalam tentang komunikasi berupa pesan teks yang dilakukan oleh para komunitas virtual yang ada di dalam media *chat game online COC*. Serta peneliti akan menjelaskan bagaimana komunitas virtual terbentuk dalam *game online COC* yaitu dengan menggunakan syarat terbentuknya komunitas virtual, yaitu : lingkungan, relasi anggota, rasa kepemilikan dan kesadaran, struktur internal, dan ruang simbolik, peneliti akan mengukur sejauh mana realitas atau fenomena yang terjadi di ruang media siber dengan menggunakan medium bahasa yang keempat setelah bahasa tulis (*writing*), bahasa bicara (*speaking*), bahasa tanda (*signing*), dan

bahasa internet (*internet language*) yaitu yang terdiri 2 term : Netspeak dan Netlingo.

#### 4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data (Kriyantono, 2007 : 91), dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Terdapat beberapa tehknik atau metode pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti adalah:

1. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari lapangan.

Metode pengumpulan data primer dilakukan dengan cara wawancara mendalam (*In-depth interview*). Wawancara mendalam adalah teknik pengumpulan data atau infomasi yang dilakukan secara langsung dan bertatap muka dengan informan yang difokuskan pada unit analisis yang sedang diteliti. Karena sifatnya mendalam, wawancara ini dilakukan berkali-kali dan membutuhkan waktu yang lama bersama informan di lokasi penelitian (Bungin, 2007 : 108). Wawancara mendalam yang akan peneliti lakukan dalam penelitian adalah dengan para *gamers COC* yang ada di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dengan memanfaatkan berbagai macam data dan teori yang dikumpulkan melalui berbagai pustaka guna melengkapi data yang berhubungan dengan penelitian

(Nasir, 1988: 111). Selain melakukan wawancara peneliti juga akan melakukan dengan cara :

a. Observasi

Observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja panca indra lainnya. Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut (Sugiyono, 2009 : 64). Peneliti akan melakukan pengamatan terhadap apa yang dilakukan para *gamers* dalam menggunakan media *chatting* di dalam *game COC*.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data (Kriyantono, 2006 : 116). Peneliti akan memperoleh data-data yang mendukung kegiatan penelitian seperti dokumen-dokumen terkait penelitian baik berupa foto atau laporan tertulis.

c. Sumber-sumber pustaka

## 5. Metode Analisis Data

Kemampuan peneliti memberi makna kepada data merupakan kunci apakah data yang diperoleh memenuhi unsur realibilitas dan validitas data kualitatif terletak pada diri peneliti sebagai instrumen riset (Kriyantono, 2006 : 192). Oleh karena itu, tahap analisis data ini memegang peranan penting

dalam penelitian kualitatif karena berkualitas atau tidaknya penelitian sangat bergantung pada analisis data ini.

Penelitian ini, metode analisis data yang digunakan peneliti adalah model analisis etnografi virtual, pendekatan dalam melihat realitas penggunaan internet berdasarkan kategori yang dikembangkan David Bell (2001), etnografi virtual dari Christine Hine (2000), dan Kristen Foot (2006) dalam Rully (2013:204), Model etnografi virtual ini antara lain:

1. Ruang Media (*Media Space*)

Di dalam ruang media menurut Rully (2013:205) menyatakan bahwa level ini bisa mengungkapkan bagaimana struktur media jurnalisisme warga, mulai dari bagaimana membuat akun, prosedur memublikasikan konten, maupun aspek grafis dari tampilan media. Untuk mendapatkan data pada level ini, maka peneliti bisa menggunakan teknik etnografi virtual. Dalam penelitiannya, peneliti tidak hanya memosisikan diri sebagai pengamat, tetapi juga mengalami langsung di lapangan, misalnya mempunyai akun dan menjadi bagian dari fenomena yang ditelitinya. Dalam level ini peneliti memosisikan dirinya baik sebagai pengamat dan sebagai partisipan. Karena dalam level makro, peneliti fokus mengumpulkan data yang tidak hanya melihat tampilan di media siber, namun juga melihat bagaimana prosedur media itu sendiri.

## 2. Dokumen Media (*Media Archive*)

Level dokumen media ini dipakai untuk melihat bagaimana isi sebagai sebuah teks dan makna apa yang terkandung dalam teks yang dipublikasikan melalui media siber tersebut. Teks yang dibangun oleh pengguna (encoding) yang akan menjadi sorotan yang penting pada level ini untuk diterjemahkan (decoding). Karena pada level inilah peneliti media siber akan mengetahui bagaimana representasi dari pengguna itu sendiri. Teks tidak hanya mewakili pendapat ataupun opini pengguna di media siber, tapi teks juga menunjukkan ideology, latar belakang sosial, pandangan politik, keunikan budaya, hingga mempresentasikan identitas dari khalayak. Maka pada level ini, peneliti akan melihat bagaimana teks yang dipublikasikan melalui media siber itu menjadi pusat perhatian yang terfokus pada teks, baik itu kalimat, foto, maupun perwakilan visual lainnya.

## 3. Objek Media

Pada level ini objek media adalah unit spesifik yang bisa dilihat oleh peneliti sebagai interaksi atau aktivitas yang terjadi dalam media siber, baik itu aktivitas dan interaksi pengguna, maupun antar pengguna, baik dalam unit mikro maupun makro. Dalam level ini juga data penelitian bisa berasal dari teks yang ada di media siber ataupun konteks yang ada di sekitar teks tersebut. Dalam level ini peneliti diibaratkan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai praktik etnografi

komunikasi yang mana peneliti akan memfokuskan pada riset di lapangan, observasi, mengajukan pertanyaan pada subjek, ikut berpartisipasi dalam aktivitas komunikasi, dan melakukan pengujian terhadap persepsi institusi warga setempat, hanya saja hal ini dilakukan di media siber, intinya pada level ini, peneliti melihat bagaimana teks itu ditanggapi atau berinteraksi dengan pengguna lainnya.

#### 4. Pengalaman

Pada level pengalaman media ini akan menjembatani antara dunia virtual dan dunia nyata, karna pada level ini akan mengungkapkan bagaimana motif yang melandasi pengguna dalam memanfaatkan dan mempublikasikan isi di media jurnalisme warga. Selain pada level ini juga peneliti akan melihat, apakah yang terjadi di dalam jaringan akan memberikan pengaruh dalam dunia nyata, intinya pada level ini, peneliti akan mencari bagaimana teks itu diproduksi dan memberikan dampak, dan dalam level ini juga peneliti bisa menghubungkan realitas yang ada di ruang nyata.

Selain dengan menggunakan analisis data di atas peneliti juga menggunakan analisis semiotik, yaitu teknik untuk mengkaji tanda.

Teknik ini bisa dilakukan melalui tiga jalur yakni :

1. *Syntattics* (sintaktik) yaitu kajian semiotik yang mengungkap hubungan formal di antara tanda dengan tanda lainnya.

2. *Semantics* (semantik) yaitu mengkaji hubungan tanda dengan objek yang diacunya.
3. *Pragmatics* (pragmatik) yaitu mengkaji hubungan di antara tanda dengan para pemakainya dan secara khusus berurusan dengan aspek komunikasi seperti fungsi situasional..

## 5. Metode Keabsahan Data

Metode keabsahan data adalah teknik yang digunakan dalam penelitian untuk melihat reliabilitas dan validitas data yang diperoleh. Agar dapat memenuhi reliabilitas data dalam penelitian kualitatif maka peneliti harus menguji tingkat konsistensi hasil dari penggunaan cara pengumpulan data. Adapun validitas data lebih menunjuk pada sejauh mana data yang diperoleh telah secara akurat mewakili realitas atau gejala yang diteliti (Pawito, 2008 : 97)

Untuk mencapai keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, dan yang akan jadi narasumbernya adalah anggota komunitas *game COC* di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Paton dalam moleong (2013 : 331) menjelaskan triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif dengan jalan sebagai berikut:

- a. Membandingkan data hasil dari pengamatan dengan data hasil wawancara.

- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang di katakan secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang di katakana sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang-orang seperti rakyat biasa, orang-orang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintah.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Setelah berhasil melakukan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi terhadap pemain di clan kancaku salah satu clan di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga serta mengombinasikan dengan teori teks *netspeak* dan *netlingo* dari Thurlow dkk dan dengan menggunakan metode analisis dari Rully Nasrullah, peneliti mengetahui bagaimana pesan (teks) komunikasi yang berfokus pada bahasa teks yang digunakan para pemain *game COC* di clan kancaku Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, dengan teori bahasa teks media siber yaitu *netspeak* dan *netlingo* dari Thurlow dkk dan teori aspek dalam komunikasi di media siber dari Mark Smith. Peneliti mengetahui bagaimana pesan (teks) komunikasi dari segi bahasa teks yang digunakan oleh komunitas pemain *game COC* di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Yang lebih sering menggunakan bahasa teks *netspeak* untuk berinteraksi kepada antar pemain, dan hanya sedikit menggunakan bahasa *netlingo* yang sesuai dengan ketentuan KBBI, selain itu, peneliti menemukan bahwa ada 4 macam aspek yang dilakukan oleh para pemain disaat sedang *online* bermain *game*, aspek pertama adalah komunikasi tidak mensyaratkan keberadaan dan kesamaan untuk berinteraksi, *kedua*, komunikasi bisa dikondisikan sesuai jadwal yang diinginkan oleh pemain

*game*, *ketiga*, komunikasi terjalin melalui medium teks, *keempat*, interaksi tidak harus mensyaratkan kesamaan status atau tingkat pengetahuan antara pemain.

Pada saat komunikasi berlangsung para pemain akan saling lebih aktif untuk berinteraksi, karena dalam media *game online COC* merupakan media *Chat* yaitu menggunakan bahasa teks dalam berinteraksi, pemain lebih menitik beratkan kepada teks yang bersifat *simple*, dengan menggunakan teks *netspeak* di bandingkan dengan menggunakan teks *netlingo*. Berikut akan di jelaskan pada persamaan dan perbedaannya.

Peneliti dapat menyimpulkan persamaan *netspeak* antara pemain yang menggunakan bahasa teks *netspeak* dengan pemain yang menggunakan bahasa teks *netlingo*, sebagai berikut:

1. Sama-sama menggunakan medium teks, teks yang disampaikan oleh pemain (*sender*) yang menggunakan *netspeak* maupun *netlingo* sama-sama sampai dan di mengerti oleh penerima pesan (*receiver*)
2. Harus melalui pengetikan dan proses pembuatan teks, dan membutuhkan waktu untuk membuat kata.
3. Bersifat wajar dalam penggunaan keduanya pada ranah media siber.
4. Penggunaan teks *netspeak* dan *netlingo*, mempunyai kelebihan yang sama yaitu membuat clan tetap ramai dan maju. Karena proses interaksi tetap terjaga antar pemain.

Sedangkan perbedaan antara pemain yang menggunakan bahasa teks *netspeak* dengan pemain yang menggunakan bahasa teks *netlingo*, sebagai berikut:

1. Pemain yang menggunakan teks *netspeak* dalam berinteraksi kepada pemain lainnya akan mencairkan suasana karena teks *netspeak* yang bersifat unik membuat pemain lebih aktif dalam melakukan interaksi satu dengan yang lainnya, sedangkan pemain yang menggunakan teks *netlingo*, pesan yang di terima terasa lebih kaku yang membuat pemain merasa kurang nyaman.
2. Pemain yang menggunakan bahasa teks *netspeak* merasa pesan yang disampaikan bisa membuat keakraban antar pemain, sedangkan pemain yang menggunakan bahasa teks *netlingo* seperti terdapat sebuah sekat yang membatasi antar pemain untuk menjalin interaksi dalam waktu yang cukup lama.
3. Pemain yang lebih sering menggunakan teks *netspeak* cenderung lebih humoris, sedangkan pemain yang menggunakan teks *netlingo* lebih fokus dan selalu menganggap keseriusan dalam melakukan interaksi.
4. Dalam penggunaannya, teks *netspeak* lebih memudahkan pemain saat pemain ingin menyampaikan apa yang di inginkan, sedangkan teks *netlingo* pemain tetap bisa menyampaikan apa yang di inginkan namun membutuhkan waktu yang sedikit lama.

Jadi peneliti setelah melihat dari persamaan dan perbedaan penggunaan teks *netspeak* dan *netlingo*, peneliti menyimpulkan bahwa pemain lebih aktif menggunakan teks *netspeak* di bandingkan teks *netlingo* karena sifat dari teks yang di gunakan yaitu lebih mengakrabkan antar pemain dan membuat pemain melaukan interaksi terus menerus dan efek yang di terima sesama pemain yaitu membuat suasana dalam interkasi tidak kau atau canggung, namun penggunaan teks *netlingo* aan digunakan oleh pemain pada waktu-waktu tertentu saja yaitu saat pemain sedang serius dalam membahas permainan.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang di lakukan, peneliti memiliki beberapa saran dan masukan untuk pemain *game* dengan penelitian ini serta pihak-pihak yang kiranya akan melakukan penelitian dengan tema yang sama dengan penelitian ini, guna sebagai pembelajaran dan intropeksi bagi seluruh pihak terkait demi kemajuan bagi kita semua. Berikut ini beberapa saran dari peneliti berikan:

1. Komunitas *Game COC* Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Komunikasi yang seharusnya terjalin dengan penggunaan bahasa yang baik dan benar haruslah dilakukan pada setiap pemain *game*, tanpa harus bergantung terhadap bahasa teks non-baku, di khawatirkan bahasa non-baku akan menjadi dampak negatif pada

pemain disaat pemain *game* sedang berkomunikasi di dunia nyata (*offline*).

Bahasa *netlingo* bukan berarti bahasa yang kaku, bahasa yang baik dan benar adalah bahasa yang sesuai dengan KBBI, sehingga sudah seharusnya para pemain *game* khususnya yang berbasis di media *online* juga ikut melestarikan dan mengaplikasikannya di media *online* juga.

## 2. Mahasiswa

Bagi mahasiswa yang akan meneliti tentang pesan (teks) komunikasi yang terjadi di media siber, hendaknya lebih baik lagi dari yang peneliti lakukan ini. Jangan sampai keterbatasan referensi dan literature tentang pesan (teks) komunikasi di media *online* khususnya pada *game online* menyurutkan minat bagi yang mau meneliti tentang komunikasi media *online*. Penelitian tentang komunikasi media *online game online* hendaknya menggunakan penelitian yang lebih mendalam lagi. Agar memperoleh data yang lebih mumpuni guna mempertajam analisa, sehingga hasil penelitian menjadi lebih rinci.

## 3. Pembaca

Penelitian ini mencangkup pesan teks komunikasi media siber komunitas *game online* yang menitik beratkan segi bahasa teks yang dilakukan oleh komunitas pemain *game online COC* di Universitas Islam

Negeri Sunan Kalijaga, namun peneliti tidak menjamin kesamaan komunikasi yang dilakukan oleh komunitas pemain yang berada di Clan lain. Peneliti menyarankan agar pembaca bisa melihat melihat lebih dalam lagi baik di komunitas clan sendiri dan komunitas clan lainnya yang mempunyai aturan pasti. Karena komunikasi dapat berjalan lancar jika keaktifan dan aturan di dalam clan selalu di jalani bersama.

### **C. Kata Penutup**

*Alhamdulillah* rabbil 'Alamin, segala puji dan syukur selalu peneliti panjatkan kepada Allah SWT, atas segala kenikmatan sehat jasmani dan rohani, rizki yang ta henti-hentinya mengalir, sehingga skripsi ini yang berjudul “Analisis Pesan Komunikasi di Media *Online* Pemain *Virtual Game* “Kancaku” (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Anggota Komunitas *Virtual Game Clash of Clans* di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta). bisa selesai dengan baik dan sesuai dengan segala kemampuan yang dikerahkan peneliti. Masih banyak kekurangan dan keterbatasan peneliti untuk bisa dikatakan penelitian ini menjadi karya sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangatberharap semoga mampu ditutupi oleh penelitian-penelitian selanjutnya dengan tema yang sama.

Semoga skripsi yang masih banyak kekurangan ini mampu memberikan sedikit sumbangan kepada negeri tercinta Indonesia bagi seluruh warga Negara yang membutuhkan. Peneliti hanya mampu memberikan sedikit

referensi bagi yang ingin meneliti tentang pesan (teks) komunikasi pada komunitas virtual di kemudian hari. Semoga dapat memberikan inspirasi bagi kalian semua. *Amiin Yaa Rabbal 'Alamiin..*



## DAFTAR PUSTAKA

### **Al-Qur'an**

Al-Qur'an dan Terjemahnya. 2005. *Diterjemahkan oleh Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an dan Karya Departemen Agama RI*. Bandung : PT Syaamil Cipta Media

### **Buku**

Aw, Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Barata, Atep Adya. 2003. *Dasar-dasar pelayanan prima. Persiapan pelayanan prima untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan*. Jakarta : PT. Elex Media Kompetindo.

Bland Michael, Alison Theaker, David Wragg. 2001. *Hubungan Media Yang Efektif*. Jakarta : Erlangga.

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana Pranada Media Group.

Fiske, John. 2004. *Cultural and Communication Studies : Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta : Jalasutra.

Gillmor, Dan. (2004). *We The Media*, California: O'Reilly Media, Inc.

Hardiman, F. Budi. 1993. *Menuju Masyarakat Komunikatif Ilmu, Masyarakat Politik & Postmodernisme Menurut Jurgen Habermas*. Yogyakarta: Kanisius.

Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga.

Jalaludin Rahmad. 1986. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Karya.

Johnson, David W, Frank P. Johnson.2012. *Dinamika Kelompok:*

*Teori dan Keterampilan*. Edisi IX. Cetakan I. Jakarta Utara: PT. INDEKS.

- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktik Riset Media, Publik Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Cetakan II. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- M.A, Saharudin. 2011. *Perkembangan Teknologi Komunikasi (Sebuah Pengantar)*. Yogyakarta : Pustaka Akademika.
- Moh Nazir. 1987. *Efektivitas Dalam Pembinaan Masyarakat Industri*. Banda Aceh MUI : Makalah.
- Nasir, Moh. 1983. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pawito. 2008. *Penelitian komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKis.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Cetakan XIV. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Robbins James G, Barbara S. Jones. 1986. *Komunikasi Yang Efektif untuk Pemimpin, Pejabat dan Usahawan*. Jakarta : CV Pedoman Ilmu Jaya.
- Setiadi, M. Elly. 2006. *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta : Kencana.
- Soewarno Hadyaningrat. 1980. *Pengantar studi ilmu Administrasi dan Management*. Jakarta : Gunung agung.
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- The Liang Gie. 1991. *Efisiensi Kerja Bagi Pembangunan Negara*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.

### **Skripsi**

- Hakim,Ilman. 2013. *Gaya Hidup Gamers Game online Zynga Poker Sebagai Produk Hypealitas Dunia Maya (Studi Pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang)*.Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Semarang.

Kusumawardani, Syahrul Perdana. 2015. *Game Online Sebagai Pola Perilaku (Studi Deskriptif Tentang Interaksi Sosial Gamers COC Pada Clan Indo Spirit)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Airlangga Surabaya.

Rifefan, Muhammad. 2014. *Penggunaan Media Online Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademis (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri di Yogyakarta)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

### **Jurnal**

Giandi, Ahmad Fajar. Funny Mustikasari E. Hadi Suprpto A. 2012. “*Perilaku Komunikasi Pecandu Game Online Dengan Menggunakan Game online*”. Jurnal Mahasiswa Universitas Padjajaran, Volume 1, Nomor 1. Hal. 32.

### **Artikel Internet**

Young, Kimberly, 2005. *Addiction to MMORPG: symptoms and Treatment*. Article. University School of Business. Korea. <http://www.netaddiction.com> diakses pada tanggal 10 maret 2016 pukul 20:44

2015. “Pembuat COC Tak Mau Bikin Banyak Game”.  
<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150520235935-185-54656/pembuat-clash-of-clans-tak-mau-bikin-banyak-game/> diakses pada tanggal 10 maret 2016 pukul 20:23

2015. “Fakta-fakta yang membuat game CoC menarik Clasher”  
<http://www.sudutpandang.net/2015/11/fakta-fakta-yang-membuat-game-coc.html>  
diakses pada tanggal 2 oktober 2016

<http://id.wikipedia.org/wiki/Efektifitas> diakses pada tanggal 1 oktober 2016.

<http://www.gaminesia.com/45-fakta-clash-of-clans/> diakses pada tanggal 2 oktober

2016



**LAMPIRAN**  
**INTERVIEW GUIDE**

Judul Penelitian : Analisis Media Siber Pesan Komunikasi (Pada Anggota Komunitas *Virtual Game Clash of Clans* di UIN Sunan Kalijaga)

Jenis Penelitian : Deskriptif kualitatif

Tempat Penelitian : UIN Sunan Kalijaga

Unit Analisis : Etnografi Virtual :

1. Ruang Media
2. Dokumentasi Media
3. Objek Media
4. Pengalaman

Pesan (teks) Bahasa :

1. Netspeak
2. Netlingo

No	Aspek	Indikator	Pertanyaan
1	Netspeak	Ruang Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bagaimana pemain baru masuk dalam clan dan tahu clan itu kompak</li> <li>- apa di dalam terdapat norma-norma yang disepakati oleh semua anggota?</li> <li>- apa di dalam clan terdapat norma-norma yang disepakati oleh anggota</li> </ul>
		Dokumentasi Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>- apakah pemain sering menggunakan bahasa non-formal saat mengupload video</li> <li>- apakah pemain yang mempunyai jabatan lain juga ikut serta dalam mengupload video denga menyertai teks</li> </ul>
		Objek Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>- apakah pemain baru berkomunikasi dengan pemain lainnya menggunakan bahasa</li> </ul>

			<p>netspeak</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- apa alasan pemain untuk tetap tinggal di dalam clan yang di tempatinya</li> </ul>
		Pengalaman	<ul style="list-style-type: none"> <li>- apa kesan pemain jika menggunakan bahasa non formal</li> <li>- bagaimana cara melihat clan yang anggotanya berpangkat tinggi aktif</li> </ul>
2	Netlingo	Ruang Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>apakah pemain menggunakan bahasa yang sesuai dengan KBBI?</li> </ul>
		Dokumentasi Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>- apa tanggapan pemain lain terhadap pemain yang mengupload dengan menggunakan bahasa formal?</li> <li>- bagaimana respon pemain yang berpangkat tinggi ketika ada pemain yang baru masuk menggunakan bahasa sesuai KBBI</li> <li>- apakah pemain saat mengupload video menggunakan teks yang disediakan oleh game</li> </ul>
		Objek Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>- apakah pemain sering menggunakan teks langsung yang di sediakan oleh game</li> <li>- apakah meminta saran itu menggunakan bahasa yang sopan dan formal</li> <li>- bagaimana bahasa pemain yang baru masuk melakukan komunikasi kepada pemain yang sudah lama di clan</li> </ul>
		Pengalaman	<ul style="list-style-type: none"> <li>apa kesan pemain jika menggunakan bahasa formal terus menerus?</li> </ul>

**Dokumentasi Wawancara**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY

SUNAN KALIJAGA

YOYAKARTA



## Curriculum Vitae



**ALIF AHMAD FAUZI**

[ahmadaliffauzi@gmail.com](mailto:ahmadaliffauzi@gmail.com) 085293101788

Desa Tluwuk RT 8 RW II, Kecamatan Wedarijaksa,  
Kabupaten Pati. Jawa Tengah (kode pos)

### Formal Education :

- 2012-2018 Ilmu Komunikasi (Advertising) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**
- 2009-2012 MA Raudlatul Ulum Guyangan Trangkil Pati**
- 2006-2009 Mts Raudlatul Ulum Guyangan Trangkil Pati**
- 2000-2006 SD Negeri Tluwuk Wedarijaksa Pati**
- 1998-2000 TK Pertiwi Tluwuk Wedarijaksa Pati**

### Organisation :

- 2012-2014 Anggota Kostrad**
- 2012-2014 Anggota IPNU Cabang Kota Yogyakarta**
- 2012-2014 IKAMARU (Ikatan Alumni Madrasah Aliyah Raudlatul Ulum) Yogyakarta**

### Event :

- 2015 Koord Media Partner ADUIN (ADVERTISING UIN)**
- 2013 Devisi Dekorsi Welcoming Expo 2013**