

## **BAB II**

### **LANDASAN KONSEPTUAL**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Berikut penelitian yang pernah dilakukan dan relevan untuk dijadikan bahan perbandingan dan kajian: Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh game internet mobile legends antara lain sebagai berikut:

##### **1. Penelitian oleh Ryan Fahmi (2018)**

(Studi Universitas Sebelas Maret Surakarta 2018, “Studi Dampak Paparan Media, Motivasi, dan Pengaruh Lingkungan Dalam Bermain Game Online Mobile Legends terhadap Konten Chat Negatif di Kalangan Pelajar”). Bermain Game Online Mobile Legends Berdampak pada Konten Obrolan Siswa Teori Computed Multimodal Media Communication (CMC), yang mengkaji kelayakan komunikasi antarpribadi dengan menggunakan media berbasis komputer, merupakan salah satu dari beberapa teori yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. Teori Eksposur Media, yang merupakan metode lain yang digunakan dalam penelitian ini, melihat berapa banyak waktu yang dihabiskan untuk memanfaatkan berbagai media, jenis media apa yang dilihat, dan berapa banyak waktu yang dihabiskan dengan media secara umum. Paparan media tidak hanya sekedar melihat, mendengar, dan membaca pesan-pesan yang ada di media, namun juga mengalami dan memperhatikannya. Dengan menggunakan pendekatan pengambilan sampel cluster, Mobile Legends. Dalam game Mobile Legend, squad adalah sebuah

grup yang biasanya terdiri dari 5 atau 6 orang pemain. 150 siswa menjadi seluruh sampel penelitian. evaluasi sampel.

## .2. Penelitian oleh Rika Agustina Amanda (2016)

Strategi cluster sampling digunakan dalam metodologi kuantitatif korelasional penelitian ini untuk mengumpulkan data dari mahasiswa yang memenuhi kriteria berikut: Mahasiswa Universitas Sebelas Maret yang mengikuti Squad di game online Mobile Legends. Dalam game Mobile Legend, squad adalah sebuah grup yang biasanya terdiri dari 5 atau 6 orang p diberhentikan. Diakui H1 yang menunjukkan bahwa game internet berdampak terhadap perilaku agresif remaja di Samarinda. Korelasi product moment digunakan untuk menentukan  $r = 0,55$  yang menunjukkan bahwa korelasinya sedang. R tabel mempunyai alpha 5% (0,05) dan interval kepercayaan 95%, serta nilainya 0,195. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi product moment dikatakan besar apabila  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ . Ada persamaan dan perbedaan antara penelitian yang dilakukan penulis dan penelitian dua peneliti sebelumnya. Penulis dan peneliti sebelumnya memiliki kesamaan karena sama-sama mempelajari game Mobile Legends. Perbedaannya terletak pada penekanannya; dua penelitian sebelumnya lebih memperhatikan dampak ponselemain. 150 siswa menjadi seluruh sampel penelitian. evaluasi sampel. Permainan Legenda. Sebaliknya, saran penulis ini lebih menekankan interaksi antarpribadi sesuai dengan ide Fiero pada video game Mobile Legends

## 2.2 Komunikasi

Istilah Latin *communis*, yang berarti “sama”, bersama dengan kata bahasa Inggris *communico*, *communicatio*, dan *communicare*, semuanya berarti “membuat sama” (membuat menjadi umum). Kata komunikasi, yang merupakan dasar dari istilah-istilah Latin lainnya yang berkaitan erat, paling sering dikaitkan dengan frasa pertama (*communis*), yang juga merupakan asal usulnya. Komunikasi menyinggung pembagian pemikiran, makna, atau pesan.

Orang dapat mengungkapkan kepada orang lain apa yang ada dalam pikirannya melalui komunikasi. Seseorang dapat menjadi tidak terlalu sendirian dan terpisah dari lingkungannya melalui komunikasi dengan orang lain. Ada beberapa definisi komunikasi. Hal ini disebabkan oleh evolusi komunikasi yang sedang berlangsung. Karena keragaman konsepsi, komunikasi dapat dikategorikan menjadi tiga konseptualisasi yang berbeda: tindakan satu arah, interaksi, dan transaksi.

Berikut ini pandangan para ahli mengenai pengertian komunikasi:

mending Harold Lasswell Menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut, "Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Yang Kepada Siapa Dengan Pengaruh Apa?" adalah pendekatan yang sangat baik untuk menggambarkan komunikasi. atau Siapa Berbicara Kepada Siapa Dengan Pengaruh Apa Melalui Saluran Apa?

Carl I.Hovland, b. Komunikasi adalah teknik yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (seringkali simbol linguistik) kepada individu lain (berkomunikasi), sehingga mengubah perilaku mereka.

Bernard Berelson dan Gary A. Steiner Dalam komunikasi, simbol, kata, gambar, angka, grafik, dan elemen lainnya digunakan untuk menyampaikan informasi, ide, perasaan, kemampuan, dan lain-lain. d. R. Gerald Miller 14 Ketika sumber mengirimkan pesan kepada penerima dengan tujuan tak terucapkan untuk mempengaruhi perilaku penerima, komunikasi telah terjadi..

Rogers dan Kincaid, Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih berkolaborasi untuk berbagi informasi satu sama lain dan ketika hal itu terjadi, akan berakhir dengan titik pemahaman yang menonjol (Mulyana, 2007: 50–62).

Berdasarkan beberapa poin yang dikemukakan di atas, maka dapat dikatakan bahwa komunikasi diartikan sebagai pertukaran komponen-komponen antar komunikator, termasuk efek-efek yang ditimbulkannya. Beberapa contohnya meliputi:

### 3. Media (saluran)

1. Komunikator (komunikator, sumber, pengirim)
2. Pesan (pesan)
4. Komunikasi dan Persepsi
5. Efek (efek)

#### 2.2.1 Konteks Komunikasi

Menurut buku Ilmu Komunikasi Mulyana, konteks komunikasi Konteks pendahuluan dipecah menjadi 6 (enam) kategori berbeda, sebagai berikut:

#### 1. Komunikasi Intrapribadi

Komunikasi Intrapersonal, pertama

Komunikasi dengan diri sendiri disebut dengan komunikasi intrapersonal. Pertimbangkan untuk berpikir. Komunikasi interpersonal dan komunikasi dalam situasi lain dibangun di atas komunikasi ini. Karena pada umumnya Anda dapat berkomunikasi dengan diri sendiri sebelum mulai berinteraksi dengan orang lain (memahami dan memvalidasi makna pesan orang lain), namun sering kali tidak menyadarinya, komunikasi intrapersonal dihubungkan dengan komunikasi antara dua individu, tiga orang, dan seterusnya. Kemanjuran berkomunikasi dengan diri sendiri menentukan keberhasilan komunikasi.

## 2. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi interpersonal, atau komunikasi tatap muka, memungkinkan setiap peserta untuk segera melihat isyarat verbal dan nonverbal dari lawan bicaranya. Komunikasi diadik adalah jenis komunikasi antarpribadi unik yang hanya mencakup dua atau enam belas orang. Peserta komunikasi bertanggung jawab atas keberhasilan komunikasi. Sifat komunikasi atau perilaku nonverbal pihak yang berkomunikasi, seperti sentuhan, kontak mata, atau kedekatan fisik, akan menunjukkan seberapa intim hubungan mereka.

## 3. Komunikasi Kelompok

Terlepas dari kenyataan bahwa setiap anggota memiliki tujuan yang berbeda, suatu kelompok terdiri dari orang-orang yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama (saling ketergantungan). Karena komunikasi interpersonal adalah bagian dari komunikasi kelompok, sebagian besar teori komunikasi interpersonal juga berlaku untuk itu.

#### 4. Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah komunikasi antara pembicara dan sekelompok besar pendengar (audiens) yang tidak dapat diidentifikasi. Karena dibutuhkan persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kapasitas untuk menangani banyak orang, komunikasi publik biasanya lebih formal dan menantang dibandingkan komunikasi antarpribadi atau kelompok. Selain pengetahuan dan integritas pembicara, penampilan fisik seringkali mempunyai pengaruh yang signifikan dalam menentukan dampak pesan. Komunikasi publik sering kali berupaya untuk mencerahkan, menghibur, menghormati, atau meyakinkan.

#### 5. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi terjadi dalam jaringan yang lebih besar dari komunikasi kelompok dalam suatu organisasi, baik secara formal maupun informal. Akibatnya, organisasi dapat dianggap sebagai kumpulan kelompok lain, dan komunikasi organisasi sering kali memerlukan komunikasi diadik, antarpribadi, dan terkadang komunikasi publik..

#### 6. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah segala jenis komunikasi yang melibatkan penggunaan media massa, seperti media cetak (surat kabar, majalah), elektronik (radio, televisi), atau kedua-duanya, umumnya mahal, dikendalikan oleh suatu lembaga atau orang yang berwenang, dan ditujukan untuk khalayak yang cukup besar. tersebar di beberapa lokasi anonim dan beragam. Pesan-pesan tersebut disampaikan secara sigap, segera, dan ringkas (khususnya melalui media elektronik). Selain komunikasi antarpribadi,

komunikasi kelompok, komunikasi publik, dan komunikasi organisasi, persiapan pesan media massa juga mencakup jenis-jenis komunikasi lainnya. (2000) Dalam hal ini, subjek peneliti, sebuah film, terlibat dalam komunikasi massa karena pesan medianya menjangkau banyak khalayak. Karena terbantu maka yang melihatnya akan menyerap dan memahami informasi yang disampaikan.. (Pangestuti, 2020:8-41)

### 2.2.2 Komunikasi Massa

Dua perspektif dapat digunakan untuk menggambarkan komunikasi massa: dari sudut pandang individu yang menciptakan pesan dan menyebarkannya melalui media, dan dari sudut pandang orang-orang yang mencari dan memanfaatkan komunikasi tersebut. Tindakan berkomunikasi melalui media massa merupakan definisi komunikasi massa yang belum jelas. Dalam studi komunikasi massa, faktor-faktor yang berkaitan dengan media sangat mendominasi. Cara kerja media massa dan cara masyarakat menggunakannya mempunyai dampak yang signifikan terhadap kajian komunikasi massa. Pertumbuhan media massa dipengaruhi oleh berbagai variabel eksternal, seperti peningkatan angka melek huruf, ekspansi ekonomi yang pesat, kemajuan ICT, fenomena urbanisasi, dan isu-isu terkait periklanan.

### 2.2.3 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal digambarkan sebagai komunikasi tatap muka antar individu yang memungkinkan setiap partisipan melihat langsung isyarat verbal dan nonverbal dari partisipan lainnya (Mulyana, 2003). Ia menjelaskan, komunikasi diadik yang hanya melibatkan dua individu, misalnya guru dan murid, merupakan jenis komunikasi interpersonal yang unik. Komunikasi tersebut menunjukkan kedekatan yang

intim dari individu-individu yang bercakap-cakap, yang secara bersamaan dan spontan saling bertukar pesan verbal dan nonverbal satu sama lain.

Effendi berpendapat bahwa komunikasi antara komunikator dan komunikan merupakan inti dari komunikasi interpersonal. Karena sifat dialogisnya, metode komunikasi yang berbentuk diskusi ini dikatakan paling berhasil mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang. Alur komunikasinya bersifat langsung, dan komunikator mengetahui reaksi komunikan saat ini. Ketika komunikasi dilakukan, komunikator yakin akan keberhasilan atau kegagalannya, baik atau buruk. Jika bisa, hendaknya ia memberikan kesempatan sebanyak-banyaknya kepada komunikan untuk bertanya (Effendy & Uchyana, 2003). Komunikasi antarpribadi, disebut juga komunikasi antarpribadi, merupakan suatu proses penting yang harus dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Kepada orang lain, kita harus bisa mengomunikasikan keinginan kita. (Soyomukti, 2010: 75).

(Widiarti, 2017) menyebutkan ciri-ciri komunikasi interpersonal sebagai berikut.

- a. Keterbukaan, atau kesiapan untuk dengan senang hati menyikapi pengetahuan yang berkaitan dengan interaksi dengan orang lain.
- b. Empati, atau mengalami apa yang dialami individu lain.
- c. Dukungan (supportiveness), khususnya lingkungan yang mendorong percakapan terbuka.
- d. Sentimen positif (positif); seseorang harus merasa nyaman dengan dirinya sendiri, memotivasi orang lain untuk terlibat dalam partisipasi yang lebih aktif, dan memupuk lingkungan yang mendorong komunikasi yang sukses.



e. Kesetaraan, yaitu penerimaan tak terucapkan bahwa kedua belah pihak adalah orang yang berharga, suka menolong, dan mempunyai sesuatu yang signifikan untuk ditawarkan. (Yanwar, 2023:110-128)

Ciri-ciri komunikasi antarpribadi yang dibahas di atas membawa kita pada kesimpulan bahwa keterbukaan, empati, dukungan, perasaan menyenangkan, dan kesetaraan diperlukan untuk komunikasi antarpribadi yang efektif. Untuk kepuasan hidup kita secara keseluruhan, kontak antarpribadi sangatlah penting. Menurut Jhonson (Supratikna, 20), komunikasi interpersonal mempunyai berbagai fungsi dalam menumbuhkan kesenangan dalam kehidupan masyarakat.

#### 2.2.4 Komunikasi Kelompok

Kajian komunikasi kelompok mengkaji segala sesuatu yang terjadi ketika orang-orang berinteraksi dalam kelompok yang kompak. Hal ini tidak dimaksudkan sebagai panduan untuk melakukan komunikasi atau panduan untuk memahaminya. (Alvin A., 2006, ). Komunikasi antara komunikator dan kelompok lebih dari dua orang disebut sebagai komunikasi kelompok. Shaw (1976) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi sekelompok orang yang dapat saling mempengaruhi, menikmati perusahaan satu sama lain, terlibat untuk suatu tujuan, memainkan peran, membentuk ikatan satu sama lain, dan berbicara tatap muka. Kategori berikut berlaku untuk komunikasi kelompok: (Yanwar, 2023:120)

a. Komunikasi kelompok kecil (kelompok mikro) mengacu pada suasana komunikasi di mana ada kesempatan untuk mendapatkan jawaban lisan atau di mana komunikator dapat berinteraksi dengan salah satu anggota kelompok, seperti dalam

suasana diskusi, kelompok belajar, seminar, dll. Dalam komunikasi kelompok kecil, umpan baliknya adalah seringkali masuk akal, memungkinkan para peserta untuk menjaga sentimen dan standar sosial mereka sendiri. Dengan kata lain, komunikator dan masing-masing komunikan dapat terlibat dalam percakapan atau sesi tanya jawab. Komunikator akan menjelaskan sesuatu, dan komunikan akan membalas, bertanya jika tidak paham, membantah jika tidak setuju, dan sebagainya. Dalam komunikasi kelompok kecil, umpan balik sering kali masuk akal, sehingga memungkinkan peserta untuk menjaga sentimen dan standar sosial mereka sendiri. Dengan kata lain, komunikator dan masing-masing komunikan dapat terlibat dalam percakapan atau sesi tanya jawab. Komunikator akan menjelaskan sesuatu, dan komunikan akan membalas, bertanya jika tidak paham, membantah jika tidak setuju, dan sebagainya..

b. Komunikasi Kelompok Besar: Komunikasi interpersonal (kontak pribadi) dapat lebih mudah atau sulit dilakukan dalam kelompok besar, seperti yang terlihat dalam rapat umum politik, kampanye, dll. Peserta kelompok besar sering kali mengalami emosi yang kuat dan tidak dapat mengendalikannya ketika merespons pembicara . khususnya ketika komunikan mempunyai keberagaman dalam hal usia, pekerjaan, pendidikan, keyakinan, pengalaman hidup, dan aspek lainnya. Kelompok yang baik adalah kelompok yang sering mengatur kontak tatap muka antar anggotanya. Keterlibatan tatap muka mengatur aliran komunikasi yang bermakna di antara anggota kelompok, memungkinkan munculnya emosi dan tujuan bersama. Berdasarkan sudut pandang di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi kelompok memerlukan kontak antar anggota kelompok untuk mencapai tujuan bersama.. Komunikasi kelompok

memainkan peran penting dalam membangun hubungan antaranggota, meningkatkan pemahaman, dan menciptakan kohesi dalam kelompok.

Dalam keseluruhan, komunikasi kelompok adalah proses interaksi yang kompleks dan penting dalam mencapai keberhasilan kelompok dalam mencapai tujuan bersama.

#### 2.2.5 Proses Komunikasi Kelompok

Unsur-unsur kunci yang digunakan dalam komunikasi adalah komunikan, komunikator (pengirim), pesan (message), media (saluran), dan reaksi (efek). Proses komunikasi pada hakikatnya sama dengan komunikasi pada umumnya. Sebaliknya, interaksi tatap muka dan komunikasi yang lebih luas antara orang-orang dan mereka yang telah memformalkan hubungan pribadi menjadi ciri komunikasi kelompok. Ketika setiap orang yang berpartisipasi dalam komunitas atau kelompok berbicara satu sama lain secara informal dan dengan nada informal, komunikasi terjadi di luar arena publik. Namun diskusi yang berlangsung biasanya akan menggunakan bahasa yang lebih formal jika orang-orang tersebut berkumpul di tempat yang dihadiri oleh anggota organisasi atau komunitas. Berikut penjelasan cara kerja komunikasi kelompok:: (Febrianti, 2020: 119)

a. Komunikator (*Sender*). Komunikator adalah seseorang yang menyampaikan suatu pesan berupa pemikiran, pandangan, dan keterangan lain untuk disampaikan kepada komunikan dengan harapan komunikan dapat memaknai pesan tersebut sebagaimana dimaksud. Ketika anggota kelompok dan pemimpin melakukan proses komunikasi dalam prosesnya, mereka dapat berkembang menjadi komunikator.

b. Pesan (*Message*). Informasi yang akan dikomunikasikan atau diungkapkan oleh pengirim pesan disebut dengan pesan. Pesan bisa bersifat vokal atau nonverbal, dan jika terstruktur dan jelas, pesan tersebut akan berhasil. Isi pesan dapat berupa fakta, undangan, jadwal tugas, pertanyaan, dan banyak lagi. Agar pesan tersebut dapat dimengerti oleh orang lain, maka pengirim pesan tersebut kini mengembangkan sebuah kode atau simbol. Suatu pesan dimaksudkan untuk mengajak, membujuk, mengubah sikap atau perilaku, atau menunjuk ke arah tertentu.

c. Media (*Channel*). Media, termasuk TV, radio, surat kabar, papan pengumuman, telepon, dan situs jejaring sosial, merupakan instrumen untuk menyebarkan pesan. Komunikasi kelompok menggunakan berbagai media, termasuk pertemuan, seminar, pameran, diskusi panel, lokakarya, dan banyak lagi. Isi pesan, jumlah penerima, konteks, dan kepentingan pribadi mungkin mempunyai dampak terhadap media.

d. Mengartikan kode atau isyarat. Penerima komunikasi harus mampu menguraikan simbol-simbol atau kode-kode pesan agar dapat memahami atau menangkapnya begitu pesan telah diterima melalui indera (mendengar, melihat, dan sebagainya). Simbol, kode, dan sinyal yang eksklusif untuk suatu kelompok yang hanya dapat dipahami oleh anggota kelompok atau komunitas tersebut digunakan dalam komunikasi kelompok.

e. Komunikan. Komunikan adalah orang yang menerima pesan dan mampu memahaminya dari pengirimnya, meskipun pesan itu berbentuk kode atau isyarat, tanpa mengurangi maknanya atau pesan yang dimaksudkan pengirimnya. Dalam komunikasi kelompok, komunikan dan komunikator sama-sama bertemu secara pribadi, sehingga memungkinkan terjadinya percakapan langsung.

f. Respon. Respon adalah sinyal atau reaksi yang mencakup persepsi vokal atau nonverbal penerima pesan. Pengirim pesan tidak akan menyadari pengaruh pesannya terhadap penerima tanpa adanya tanggapan. Mengetahui apakah pesan telah dipahami dengan benar dan tepat sangat penting bagi pengirim komunikasi. Jawaban yang diberikan oleh penerima pesan sering kali mencakup pemahaman yang jelas tentang pesan tersebut dan juga menunjukkan apakah pesan tersebut akan dipraktikkan atau tidak. Tanggapan berguna untuk memberikan rincian, membuat ide-ide yang dapat dipertimbangkan, menumbuhkan keterbukaan dan kepercayaan di antara komunikator, dan dapat membantu memperjelas kesan. Saat berkomunikasi dalam kelompok, anggota dan administrator dapat merespons dengan berbagai cara. Proposal atau pilihan mungkin didukung, dikoreksi, diklarifikasi, diringkas, atau diterima, atau mungkin menghasilkan jawaban yang bersahabat atau bahkan menghina.

#### 2.2.6 Orientasi Hubungan Interpersonal Fundamental (FIRO) Teori Kebutuhan Interpersonal

William Schutz (1958) mengemukakan Teori Kebutuhan Interpersonal (FIRO) yang menyatakan bahwa setiap individu mempunyai tiga kebutuhan interpersonal, yang secara bersama-sama disebut sebagai kontrol dan kasih sayang. Premis mendasar teori ini adalah karena manusia adalah makhluk sosial, maka ia membutuhkan orang lain dalam hidupnya. Teori ini mengusulkan bahwa ada tiga jenis kebutuhan interpersonal: kebutuhan akan inklusi, kebutuhan akan kendali, dan kebutuhan akan cinta.. (Afrilia & Arifina , 2020:8).

### 1. Kebutuhan Antar Pribadi untuk Inklusi

Secara khusus, kebutuhan untuk mengembangkan dan mempertahankan komunikasi interpersonal yang efektif dengan orang lain dalam hubungannya dengan interaksi dan afiliasi. Tujuan dari perilaku inklusif adalah untuk memuaskan setiap individu. Sebagai ilustrasi, pertimbangkan perlunya afiliasi, bergaul dengan orang lain, atau berada dalam kelompok. disini ia membedakan antara tingkah laku

### 2. Kebutuhan Antar Pribadi Untuk Kontrol

Kontrol dan kekuasaan berhubungan dengan kebutuhan untuk mengembangkan dan mempertahankan kontak yang baik dengan orang lain. Kontrol dan otoritas diperlukan untuk memutuskan apakah akan memberikan izin kepada seseorang untuk mencapai sesuatu atau tidak. Teknik pengendalian positif meliputi persuasi, dominasi, kepemimpinan, dan manajemen. Namun, perilaku kontrol negatif mencakup ketidaktaatan, kepatuhan, dan mengikuti.

### 3. Kebutuhan Antar Pribadi untuk Afeksi

Secara khusus, kebutuhan untuk mengembangkan dan memelihara hubungan interpersonal yang bermanfaat dengan orang lain dalam hal cinta dan kasih sayang. Kasih sayang senantiasa menunjukkan hubungan antara dua individu atau kelompok.

Kebutuhan interpersonal akan inklusi merupakan kebutuhan masyarakat dalam interaksinya dalam suatu kelompok sosial, hal ini dapat disimpulkan dari tiga kategori kebutuhan interpersonal. Dengan memberikan ciri-ciri kendali kepada orang-orang dan menempatkan (menempatkan diri) individu dalam kelompok, maka tuntutan interpersonal akan kendali berupaya untuk mendukung interaksi individu dengan

kelompoknya. Selain itu, dorongan kasih sayang di antara teman dan anggota keluarga memfasilitasi komunikasi dengan anggota kelompok (pribadi) tertentu. (Afrilia & Arifina , 2020:8)

### **2.3 Pengertian Game**

Istilah "permainan" berasal dari bahasa Inggris. Arti kata Game dalam kamus Indonesia Indonesia adalah permainan. Dalam pengertian ini, "permainan" mengacu pada gagasan ketangkasan intelektual (Intellectual Playability Game), yang juga dapat dilihat sebagai tempat pemain mengambil keputusan dan melakukan tindakan, biasanya dengan cara yang ringan atau menyegarkan. Sebuah tim matematikawan membuat penemuan awal teori permainan pada tahun 1944.

Sistem simulasi konflik antar partisipan disebut sebagai permainan. Dalam hal ini, pemain berinteraksi dengan sistem, dan game tersebut palsu atau menciptakan konflik. Aturan dalam permainan dimaksudkan untuk mengontrol tingkah laku pemain dan mengatur jalannya permainan. Menurut Clark C. Abt, permainan adalah aktivitas di mana pemain membuat keputusan sambil berusaha mencapai tujuan yang dibatasi oleh lingkungan tertentu (misalnya dibatasi oleh aturan).

Greg Costikyan menyatakan bahwa permainan adalah suatu jenis seni di mana pesertanya, yang dikenal sebagai pemain, memutuskan bagaimana menggunakan sumber daya yang mereka miliki untuk mencapai tujuan dengan menggunakan objek permainan. Dari beberapa definisi yang diberikan di atas, dapat disimpulkan bahwa permainan adalah sarana untuk menghilangkan kepenatan melalui suatu kegiatan yang

memerlukan penerapan pemikiran yang cerdas dan strategi-strategi yang diperlukan untuk berinteraksi dengan sistem dan konflik yang sengaja dirancang untuk membangkitkan kegembiraan. bermain.. (Suryadi , 2017:8-13)

### 2.3.1 Jenis Jenis Game

Game dapat dibagi menjadi dua kategori: game internet dan game offline. Ada perbedaan, kelebihan, dan kekurangan antara kedua jenis permainan ini. tersendiri.

### 2.3.2 Game *Online*

***Game online*** adalah game yang dapat dimainkan di berbagai perangkat, termasuk komputer dan ponsel, dan dimainkan secara online.

Game online dapat dimainkan dengan peserta lokal menggunakan perangkat yang terkoneksi internet (Apriliya, 2019:8).

### 2.3.3 Game *Offline*

*Game yang dapat dimainkan secara offline tidak memerlukan koneksi internet. Karena Anda tidak sedang online, Anda harus menggunakan platform dan lokasi yang sama untuk bermain game multipemain, seperti Playstation.* (Apriliya, 2019:9).

## **2.4 Game Mobile Legends**

*Mobile Legends adalah game MOBA (Multiplayer Online Battle Arena) online yang dibuat oleh Moonton, sebuah perusahaan asal Singapura. Sejak dirilis pertama kali pada tahun 2016 untuk perangkat seluler iOS dan Android, game ini telah mengumpulkan jutaan pengguna aktif secara global.*



*Metode 5 vs 5 digunakan pada game online Mobile Legends yang dimainkan dalam sebuah arena perang. Pemain harus memilih beberapa hero atau karakter dengan skill yang beragam. Ada hero dengan skill menyerang yang kuat, ada hero dengan skill healing, dan lain sebagainya. Setiap pahlawan memiliki serangkaian bakat khusus yang unik. Dalam game ini, pemain harus bekerjasama dengan anggota timnya untuk menaklukkan markas lawan dan mencapai kemenangan. Selain mode pertempuran, game Mobile Legends juga memiliki beberapa fitur lain seperti mode adventure dan mode custom (Janttaka, 2020:132-141).*

## **2.5 Pengertian Mahasiswa**

Peserta pembelajaran program Kamus Besar Bahasa Indonesia digambarkan sebagai orang-orang yang mencari guru tradisional untuk menyelesaikan tugasnya. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 1990, peserta didik adalah mereka yang mendaftar dan duduk pada guru pasang surut yang bersangkutan. Mahasiswa adalah mereka yang berafiliasi dengan otoritas yang berkuasa, baik itu negara, sektor swasta, atau organisasi apa pun yang selaras dengan otoritas yang berkuasa. Siswa memiliki ambang batas kecerdasan yang tinggi, yaitu kecerdasan berpikir, dan kecerdasan bertindak, sesuai dengan bukti yang ada. 16 Kebanyakan wanita mempunyai kemampuan mengkritik dengan cepat dan tepat, yang merupakan keterampilan yang berharga (Andriyanto, 2019 : 121).