

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial di mana manusia saling membutuhkan satu sama lain, di mana komunikasi sudah menjadi suatu kebiasaan setiap hari yang dilakukan manusia untuk menyampaikan pesan atau tujuan lainnya, baik berkomunikasi secara perseorangan ataupun kelompok. Komunikasi adalah suatu aktivitas penyampaian informasi, baik itu pesan, ide, dan gagasan, dari komunikator ke komunikan yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi sendiri menurut Effendy (2002: 2), berasal dari bahasa Inggris "*communication*" dan bahasa latin "*communicatio*" yang berarti sama, sama di sini adalah sama makna. Artinya, tujuan dari komunikasi adalah untuk membuat persamaan persepsi antara sender atau pengirim pesan dan *reicever* atau penerima pesan. Proses komunikasi dimulai dari komunikator sebagai pemberi pesan, lalu disampaikan kepada komunikan sebagai penerima pesan. Cara penyampaian pesan ada berbagai macam cara, baik secara verbal maupun non-verbal. Bentuknya dapat melalui bahasa, sikap dan perilaku, maupun melalui simbol-simbol yang nantinya diterima dan diartikan oleh komunikan.

Di era teknologi informasi ini manusia tidak hanya membutuhkan manusia lain tetapi juga menggunakan teknologi untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Teknologi juga berkembang dengan kemunculan smarthphone, diantaranya adalah pengguna smartphone canggih yang didalamnya menyediakan berbagai aplikasi, seperti komunikasi, belanja, hiburan dan lain sebagainya.

Teknologi telah menembus hampir setiap profesi, aktivitas komersial dan industri serta banyak organisasi mungkin akan menemui kesulitan jika tanpa mengandalkan perangkat teknologi komputer (Bainbridge, 1993 : 1). Salah satu teknologi komunikasi yang menjadi bagian penting bagi manusia yang hidup di tahun 2000-an ini adalah telepon genggam. Telepon genggam merupakan teknologi komunikasi yang bersifat portable; dapat dibawa ke mana saja sesuai keinginan pengguna. Telepon genggam tidak hanya dapat digunakan untuk menelpon dan mengirim pesan.

Telepon genggam di jaman modern ini dikenal dengan sebutan *smarthphone* yang dalam perkembangannya memiliki beberapa fungsi yaitu, menyimpan data, mengolah data, mengirimkan data, memutar lagu, memutar video, bermain game, menginstal aplikasi dan kemampuan untuk terhubung dengan jaringan internet. Dengan adanya jaringan internet manusia bisa mencari beragam informasi dan hiburan sesuai minat seperti mengunduh gambar, tulisan, video, musik, aplikasi, dan lain sebagainya.

Salah satunya ialah video game atau game online sebagai sarana hiburan bagi masyarakat dikalangan anak-anak, remaja dan dewasa. *Game online* yang sedang digemari dan banyak dimainkan oleh anak-anak, remaja dan orang dewasa di Indonesia saat ini adalah *game online "Free fire"* yang disediakan oleh perusahaan *Garena*. Pemain *game free fire* yang kebanyakan remaja ini biasa berkumpul bersama remaja lainnya yang memiliki hobby yang sama untuk bermain game, dalam hal ini teman bermain game biasa juga disebut "*patner gamer*". Berdasarkan rilis laporan keuangan Sea Limited pada kuartal I-2020,

jumlah pemain aktif *Free Fire* secara harian sudah tembus 80 juta pengguna. Menurut lembaga riset *App Annie*, *Free Fire* menjadi game mobile terlaris di Amerika Latin dan Asia Tenggara pada kuartal I-2020(sumber: <https://www.cnbcindonesia.com/tech>. diakses pada tanggal 21/06/2021 pada pukul 14.00).

Game *free fire* merupakan jenis game online action-adventure yang menggunakan orang ketiga sebagai pemainnya. *Free Fire* memiliki 3 mode permainan, yaitu Solo, Duo dan Squad. Untuk berkomunikasi dalam game *Free fire* menyediakan fitur chatting terhadap sesama gamers yang bermain. Juga chat pada sebuah channel yang berisikan pemain-pemain lainnya di antar kota dan juga chatting antar sesama squad/tim/clan. Dalam game online free fire terdapat voice chat, pemain-pemain dapat melakukan voice chat untuk melakukan interaksi antara sesama tim yang berjumlah 4 orang. Jadi tidak perlu memberitahu secara langsung/berjumpa namun dapat melakukan pembicaraan taktik dalam voice chat. (sumber: [https://id.wikipedia.org/wiki/Garena Free Fire](https://id.wikipedia.org/wiki/Garena_Free_Fire))

Di dalam game ini juga ada sebuah transaksi jual/beli item pada shop yang tertera pada *game online free fire*. Walaupun hanya sekedar permainan akan tetapi dalam permainan tersebut ada persaingan antar pemain, bahkan dalam permainan tersebut terdapat harta dalam bentuk benda virtual yang berharga bagi pemain. Tak jarang para pemain membeli benda virtual pada game tersebut seperti karakter dalam game, diamond, senjata untuk mengungguli pemain lain. Tindakan untuk membeli benda virtual pada game online biasa disebut pengguna game (*Gamer*) dengan istilah *Top Up* atau *Voucher Game*.

Voucher game adalah kode voucher yang digunakan para Gamer untuk membeli Coin/Cash/Point (Tergantung jenis gamenya/pembuatnya) untuk memainkan suatu Game Online. Biasanya *Gamer* yang sudah menukarkan *voucher game* dengan coin/cash/point digunakan untuk membeli item dalam game misalnya senjata, karakter, pakaian dan lainnya. Sedangkan dalam game *free fire* *Voucher game* atau *top up* biasanya di tukarkan dalam bentuk *Diamond* sebagai alat pembayaran dalam game, para pemakai voucher game bisa mendapatkan dalam game atau bisa membelinya dari sesama pemain atau juga bisa dibeli di pusat perbelanjaan yang menyediakan jasa pembelian *voucher dan top up*.

Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti Remaja di sekitar wilayah tempat tinggal penulis yaitu di RT.11/RW.04, Kelurahan Pasir Panjang, Kecamatan Kota Lama yang sering bermain game online Free Fire. Mereka mulai bermain game free fire sejak tahun 2019, dari yang penulis amati dan bertanya pada salah satu remaja dilingkungan tempat tinggal penulis, mereka mengatakan kalau mereka bermain game pada saat siang hari setelah sekolah atau pada malam hari saat kumpul bersama. Dari apa yang penulis amati dan sering ditemui, penggunaan voucher game atau top up sudah menjadi trend dan kewajiban di kalangan mereka.

Untuk melakukan pengisian *Voucher atau top up* bisa diisi ulang jika batas waktu yang ditentukan telah habis tapi dengan metode pembayaran bulanan yang cukup mahal, dan dari hasil observasi awal peneliti pada tanggal 22/06/2021, pengguna game kebanyakan berasal dari anak sekolah. Dari 3 orang informan yang di wawancarai penulis dengan mengajukan pertanyaan

“Biasanya kalian beli voucher game atau top up dimana?”, mereka mengatakan sering melakukan pembelian *voucher game* atau *top up*, di aplikasi Dunia Games, Grace Store atau dalam Game tersebut. 2 dari 3 informan yang ditanyai mengatakan kalau mereka melakukan pembelian *voucher game* atau *top up* pada pusat penjualan *voucher game* “Grace Store” Mereka berdua mendapatkan informasi dan ajakan dari salah satu teman penulis yang sudah sering melakukan pembelian diamond di “Grace Store”.

Remaja melakukan pembelian dengan cara masuk ke situs tersebut melalui internet, kemudian memasukan ID akun game player, terus pilih jumlah diamond yang mau dibeli dan nominal harganya, selanjutnya melakukan pembayaran bisa melalui (Transfer/Cash/Pulsa), kemudian akan ada konfirmasi balik dari tempat pembelian tersebut berupa SMS yang didalamnya terdapat kode untuk ditukarkan dengan diamond yang akan masuk otomatis kedalam akun game para player. Biasa mereka melakukan pembelian diamond dengan kisaran terkecil dengan harga 50ribu (355 Diamond) sampai ratusan ribu bahkan sampai jutaan. Dalam hal ini informan atau *Gamer* yang sudah melakukan pembelian *voucher* atau *top up*, sering menggunakan komunikasi persuasif untuk menarik minat dan menghasut temannya untuk ikut melakukan pembelian *voucher game* atau *top up*. Mereka akan memamerkan item atau senjata yang sudah dibelinya pada teman-temannya dan menyuruh temannya untuk segera melakukan pembelian *voucher*, agar tidak ketinggalan dari pemain lainnya untuk mendapatkan senjata, karakter, pakaian dan lainnya mempunyai batas waktu yang sudah ditentukan *Garena* sebagai pemilik *game online free fire*.

Dari hasil pengamatan awal peneliti pada hari minggu, tanggal 21/06/2021, pengguna game sering menggunakan komunikasi persuasif mempengaruhi teman-temannya. Komunikasi persuasif adalah proses komunikasi untuk mengubah kepercayaan, sikap, tujuan, atau perilaku, seseorang dengan menggunakan pesan secara verbal yang dilakukan, baik sengaja maupun tidak (Ma'arif: 2007:69). Akibat dari komunikasi persuasif yang dilakukan, membuat teman-temannya menjadi terpengaruh untuk segera melakukan pembelian *voucher* atau *top up* meskipun tidak memiliki uang. Dalam hal ini perempuan atau laki-laki yang melakukan persuasif secara keseluruhan hampir sama yaitu dengan tujuan untuk mengajak partner gamer untuk membeli *voucher game* hanya berbeda dipenggunaan kalimat dan perilaku antara perempuan dan laki-laki. Dari hasil pengamatan awal dan pengalaman pribadi peneliti di sekitar lingkungan tempat tinggal maupun dari cerita teman-teman peneliti, mereka akan mencari cara untuk mendapatkan uang meskipun dengan cara menipu orang tua tentang uang sekolah atau mengambil uang orang tuanya secara diam-diam, agar bisa melakukan pembelian *voucher* atau *top up game online free fire*.

Berdasarkan uraian diatas maka dari itu penulis berkeinginan melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Dampak Komunikasi Persuasif Remaja Pada Partner Gamer Pemakai Voucher Game Online Free Fire”**

1.2 Rumusan Masalah

Jika dilihat dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu, Bagaimana dampak komunikasi persuasif remaja pada patner *gamer* pemakai *voucher game online free fire* (RT.11/RW.04, Kec. Kota Lama, Kel. Pasir Panjang)?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang dikemukakan pada peneltian ini, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak dari komunikasi persuasif remaja pada patner *gamer* pemakai *voucher game online free fire* (RT.11/RW.04, Kecamatan Kota Lama, Kelurahan Pasir Panjang). Peneliti mencoba melihat secara dekat dampak komunikasi persuasif apa yang akan terjadi pada penguana game dalam melakukukan pembelian *voucher game* atau *top up* yang berlebihan, juga memberikan informasi untuk pembaca agar lebih melihat dan mengawasi perilaku perilaku penggunanya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun pada penelitian ini terdapat dua manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secata teoritis peneliti berharap agar penelitian ini bisa memperkaya keilmuan peneliti dan pembaca mengenai fenomena yang sedang terjadi dikalangan remaja dan orang dewasa tentang dampak komunikasi persuasif remaja pada patner gamer pemakai *voucher game online free fire*.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. **Bagi Penulis**, sebagai bagian dari persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan menambah pengetahuan tentang komunikasi.
2. **Bagi Peneliti Lain**, sebagai sumber referensi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian yang serupa.
3. **Bagi Almamater**, penelti berharap dapat menambah pengetahuan serta memberikan referensi bahan peneltian dan menjadi sumber bacaan bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya bagi program Studi Ilmu Komunikasi
4. **Bagi Pengguna Game (Gamer)**, dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa membantu dan mengubah perilaku pengguna game online terutama remaja dan orang dewasa untuk bisa berfikir terlebih dahulu sebelum bertindak , kuhusunya dalam mengatur uang,waktu dan lain-lain. Juga

membuka pola pikir pengguna game agar bisa melakukan aktifitas positif lainnya selain bermain *game online*.

1.5 Kerangka Berpikir

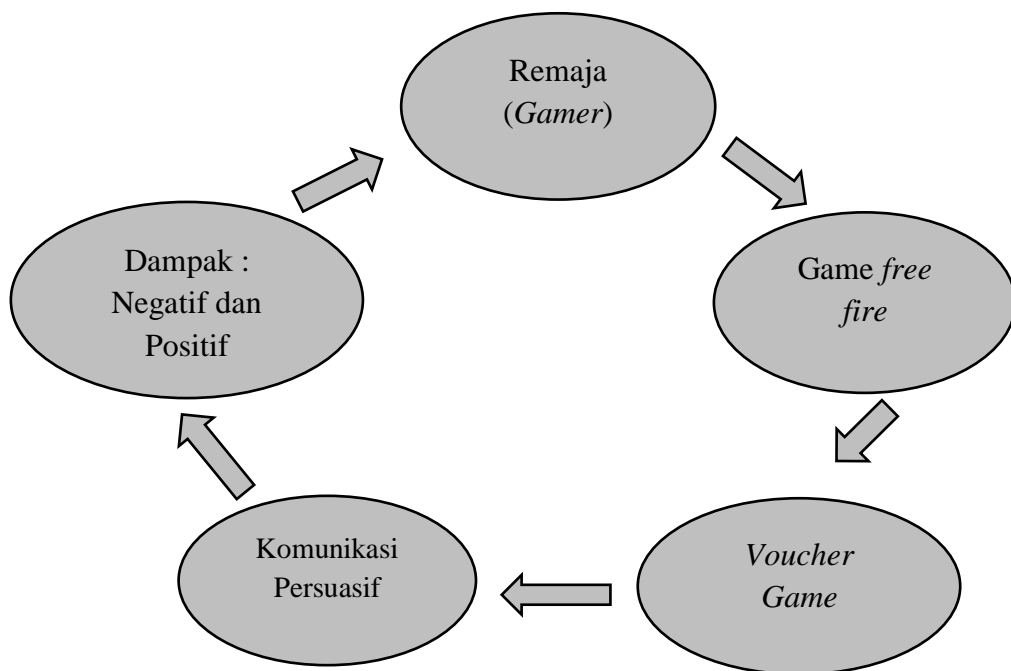
Kerangka pemikiran merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan, kemudian dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan variabel tersebut yang selanjutnya digunakan untuk merumuskan hipotesis (Sugiyono, 2009:13). Kerangka berpikir adalah model (gambar) berupa konsep tentang hubungan antara variabel satu dengan berbagai faktor lainnya.

Remaja merupakan masa dimana peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa, yang telah meliputi semua perkembangan yang dialami sebagai persiapan memasuki masa dewasa. Dalam usia ini kebanyakan remaja mencari kesenangan dengan cara bermain game online, dan dalam permainan *game online* ada komunikasi yang terjalin antara sesama penggunanya baik di dalam game maupun di luar game itu sendiri.

Kebanyakan remaja menggunakan komunikasi persuasif yang dilakukan untuk menghasut atau mempengaruhi pengguna game atau teman-temannya untuk memakai *voucher game*. *Voucher game* adalah kode voucher yang digunakan para *Gamer* untuk membeli Coin/Cash/Poin untuk memainkan suatu *Game Online*. Tindakan remaja pengguna game (*Gamer*) yang sering menghasut dan mempengaruhi remaja pengguna game lain dapat mengakibatkan dampak pada remaja pengguna game tersebut, baik dampak positif maupun dampak negatif.

Alur pemikiran yang menjadi fokus pada penelitian ini yaitu remaja pengguna game (*gamer*), komunikasi persuasif, *voucher game*, dan yang terakhir dampak. Dampak di bagi atas dua jenis yaitu, dampak positif dan negatif.

Bagan 1.1.
Kerangka Berpikir



1.6 Asumsi

Asumsi merupakan anggapan dasar yang ditetapkan peneliti yang kebenarannya sudah diterima secara umum (Jusuf Soewandi, 2012 :93- 94). Asumsi yang ditetapkan penulis dalam penelitian ini adalah game online sebagai salah satu hiburan yang banyak di gandrungi atau disukai anak-anak,remaja sampai orang dewasa saat ini dan dalam game online ada komunikasi yang terjalin salah satunya ialah komunikasi persuasif memberikan dampak pada remaja dan patner gamer memakai *voucher game* online free fire di RT.11/RW.04, Kec.Kota Lama, Kel.Pasir Panjang.

1.7 Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang sifatnya sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti kebenarannya melalui data yang terkumpul. Dengan kata lain, suatu pendapat yang digunakan untuk mengetahui kenyataan yang sebenarnya dari suatu hal yang belum terbukti kebenarannya (Amiruddin, 2016 :69).

Dengan demikian hipotesis yang di pegang peneliti sebelum memulai penelitian adalah dampak dari komunikasi persuasif remaja pada patner gamer memakai voucher game online *free fire* memberikan dampak positif dan negatif terhadap remaja Rt.11/Rw.04, Kec.Kota Lama, Kel.Pasir Panjang.