

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Review Penelitian Sejenis

Penelitian mengenai remaja pengguna *game online* saat ini masih terbilang sedikit jumlahnya. Banyak penelitian mengupas tentang *game* itu sendiri tetapi hanya sedikit yang mengupas tentang para penggunanya atau biasa kita panggil *gamers*. Meskipun penelitian tentang *gamers* seperti ini terbilang sedikit, tetapi ada penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya. Peneliti mereview sebanyak 5 buah skripsi yang sejenis. Skripsi-skripsi yang di review adalah skripsi yang memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis baik itu mengenai metodologi penelitian, subjek penelitian, maupun isi pembahasan, serta memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, baik itu di seputar objek penelitian, penggunaan teori sebagai pisau bedah penelitian, serta perbedaan metodologi penelitian yang digunakan. Berikut reviewnya :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil/Temuan	Persamaan	Perbedaan
1	Sulaiman	<i>Game Online</i> Sebagai Media Komunikasi Pada Komunitas Gamers	<i>Game online</i> sebagai media komunikasi pada komunitas <i>gamer</i> memenuhi kebutuhan kognitif responden.	Objek penelitian yang sama yaitu <i>gamers</i> . Uji validitas data yang sama yaitu Triangulasi data).	Teori yang digunakan berbeda (<i>Computer Mediated Communication</i> , komunikasi virtual, dan Teori komunikasi massa)

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil/Temuan	Persamaan	Perbedaan
			Dalam pemenuhan kebutuhan integratif sosial, <i>game online</i> sebagai media komunikasi pada komunitas <i>gamer</i> hanya mampu mempererat hubungan pertemanan.		Metode penelitian yang digunakan berbeda (fenomenologi dan deksriptif kuantitatif).
2	Wanda Ridwani Putri	Studi Tentang Motif <i>Gamers Game Online Addict</i> Dalam Bermain <i>Game Online</i>	Motif sosial yang paling banyak dimiliki <i>gamers</i> dalam bermain <i>game online</i> pada kategori high addiction adalah motif prestasi sebanyak 8 orang	Objek penelitian yang sama yaitu <i>gamers</i> yang bermain <i>game online</i> . Salah satu fokus penelitian memiliki kesamaan dalam pencarian motif <i>gamers</i> .	Teori yang digunakan berbeda (<i>Computer Mediated Communication</i> , komunikasi virtual, dan Teori komunikasi massa) Metode penelitian yang digunakan berbeda (fenomenologi dan deksriptif kuantitatif).
3	Rr. Vriska Dewi Riana	Studi Mengenai Self Regulation pada <i>Gamers Addict Game Online</i> Dewasa Dini di U-net Bandung	Mayoritas individu dewasa dini yang menjadi <i>gamers addict game online</i> belum mampu mengatur dirinya sesuai dengan tuntutan lingkungan di	1. Objek penelitian yang sama yaitu <i>gamers</i> yang bermain <i>game online</i> .	Teori yang digunakan berbeda (<i>Computer Mediated Communication</i> , komunikasi virtual, dan Teori komunikasi massa).

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil/Temuan	Persamaan	Perbedaan
			sekitarnya, sehingga dalam bekerja mereka tidak mampu bekerja secara maksimal dan tidak bisa mendapatkan hasil yang maksimal,	2. Teknik pengumpulan data sama-sama menggunakan wawancara 3. Membahas hal sama seputar internet dan teknologi.	Metode penelitian yang digunakan berbeda (fenomenologi dan deksriptif kuantitatif).
4	Hery Nugraha	Straight Edge Sebagai Ekspresi Identitas Diri	Proses Eksternalisasi Straight Edgers dalam Memaknai Straight Edge Sebagai Ekspresi Identitas Diri. Proses Objektivasi Straight Edgers Dalam Memaknai Straight Edge Sebagai Ekspresi Identitas Diri Proses Internalisasi Straight Edgers Dalam Memaknai Straight Edge Sebagai Ekspresi Identitas Diri	Penggunaan metode kualitatif fenomenologi menjadi persamaan. Penggunaan manusia sebagai informan. Teknik pengumpulan data yang sedikit banyak sama.	Objek penelitian yang berbeda. Konteks penelitian yang berbeda karena masalah yang diangkat pun berbeda. Peneliti tidak menggunakan dan membahas seputar simbol-simbol dalam penyampaian pesan.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil/Temuan	Persamaan	Perbedaan
5	Topan Prastyaki	Studi Fenomenologis Tentang Budaya Komunikasi Verbal dan Non Verbal Organisasi	Penyampaian pesan yang dilakukan oleh Sang Guru di lingkungan keluarga olahraga Tarung Derajat, dilakukan melalui sebuah proses serta penyesuaian.	Menggunakan studi fenomenologi, objeknya yaitu manusia. Melakukan wawancara dalam mencari data.	Penggunaan teori yang berbeda, yaitu komunikasi verbal dan non verbal, sedangkan peneliti menggunakan, komunikasi intrapersonal, komunikasi virtual.

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti “sama”. “Sama” di sini maksudnya adalah satu makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham mengenai suatu pesan tertentu (Effendy, 2003: 9). Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau yang salah. Seperti juga model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya “Komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik”, atau lebih luas lagi, misalnya “Komunikasi adalah

interaksi antara dua pihak atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disampaikanya”.

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang di ungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip oleh Effendy dalam buku “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”, Ilmu Komunikasi adalah: Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap (Effendy, 2003:10). Hovland juga mengungkapkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan hanya penyampaian informasi, namun juga pembentukan pendapat umum (public opinion) dan sikap publik (public attitude) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Dalam pengertian khusus komunikasi, Hovland mengatakan Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (communication is the process to modify the behavior of other individuals).

komunikasi bukan hanya sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator. Seseorang akan dapat mengubah perilaku orang lain, apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif, yaitu pesan yang disampaikan komunikator bisa dimengerti dan dipahami oleh komunikan.

Menurut Wilbur Schramm, seorang ahli komunikasi kenamaan, dalam karyanya “Communication Research In The United States”, menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh

komunikator cocok dengan kerangka acuan (frame of reference), yakni paduan pengalaman dan pengertian (collection of experiences and meanings) yang pernah diperoleh komunikan. Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan seseorang komunikator kepada komunikan, pesan itu bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain. Dalam prosesnya Mitchall. N. Charmley memperkenalkan 5 (lima) komponen yang melandasi komunikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Sumber (Source)
2. Komunikator (Encoder)
3. Pesan (Message)
4. Komunikan (Decoder)
5. Tujuan (Destination), (Susanto, 1988: 31)

2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi, setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai, dan untuk mencapainya ada unsur-unsur yang harus dipahami, menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul “Dinamika Komunikasi”, bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Komunikator, adalah orang yang menyampaikan pesan
- 2) Pesan, adalah pernyataan yang didukung oleh lambang
- 3) Komunikan, adalah orang yang menerima pesan
- 4) Media, adalah sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya

- 5) Efek, adalah dampak sebagai pengaruh dari pesan.

2.2.3 Sifat Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek”, beberapa sifat komunikasi adalah sebagai berikut:

- 1) Tatap muka (*Face-to-face*)
- 2) Bermedia (Mediated)
- 3) Verbal:
 - a. Lisan (Oral)
 - b. Tulisan
- 4) Non-Verbal:
 - a. Gerakan / isyarat badaniah (Gestural)
 - b. Bergambar (Pictorial) (Effendy, 2003: 7)

Komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan dituntut untuk memiliki kemampuan dan pengalaman, agar muncul umpan balik (*feedback*) dari komunikan itu sendiri. Dalam penyampaian pesan, komunikator bisa secara langsung (*face-to-face*) tanpa menggunakan media apapun. Komunikator juga dapat menggunakan bahasa sebagai lambang atau simbol komunikasi bermedia kepada komunikan. Media tersebut berfungsi sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesan. Komunikator dapat menyampaikan pesannya secara verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal dibagi menjadi dua yaitu lisan (*oral*) dan tulisan (*written/printed*). Sementara non-verbal dapat menggunakan gerakan atau isyarat badaniah (*gestural*) seperti melambaikan tangan, mengedipkan mata dan menggunakan gambar untuk mengemukakan ide atau gagasannya.

2.2.4 Tujuan Komunikasi

Secara umum tujuan komunikasi adalah mengharapkan adanya umpan balik (*feedback*) yang diberikan oleh lawan bicara kita, serta semua pesan yang kita sampaikan dapat diterima oleh lawan bicara kita dan adanya efek yang terjadi setelah melakukan komunikasi tersebut. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, adapun beberapa tujuan komunikasi adalah sebagai berikut:

Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.

1. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan, jangan mereka menginginkan arah ke barat tapi kita memberi jalur ke timur.
2. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.
3. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan (Effendy, 2003 : 18).

Ada empat tujuan atau motif komunikasi yang perlu dikemukakan di sini.

Motif atau tujuan ini tidak perlu dikemukakan secara sadar, juga tidak perlu mereka yang terlibat menyepakati tujuan komunikasi mereka. Tujuan dapat disadari ataupun tidak, dapat dikenali ataupun tidak. Selanjutnya, meskipun teknologi komunikasi berubah dengan cepat dan drastis (kita mengirimkan surat elektronika, bekerja dengan komputer, misalnya) tujuan komunikasi pada

dasarnya tetap sama, bagaimanapun hebatnya revolusi elektronika dan revolusi-revolusi lain yang akan datang (Arnold dan Bowers, 1984; Naisbit.1984).

a. Menemukan Salah satu tujuan utama komunikasi menyangkut penemuan diri (*personal discovery*) Bila anda berkomunikasi dengan orang lain, anda belajar mengenai diri sendiri selain juga tentang orang lain. Kenyataannya, persepsi-diri anda sebagian besar dihasilkan dari apa yang telah anda pelajari tentang diri sendiri dari orang lain selama komunikasi, khususnya dalam pertemuan-pertemuan antarpribadi. Dengan berbicara tentang diri kita sendiri dengan orang lain kita memperoleh umpan balik yang berharga mengenai perasaan, pemikiran, dan perilaku kita. Dari pertemuan seperti ini kita menyadari, misalnya bahwa perasaan kita ternyata tidak jauh berbeda dengan perasaan orang lain. Penguatan positif ini membantu kita merasa "normal." Cara lain di mana kita melakukan penemuan diri adalah melalui proses perbandingan sosial, melalui perbandingan kemampuan, prestasi, sikap, pendapat, nilai, dan kegagalan kita dengan orang lain. Artinya, kita mengevaluasi diri sendiri sebagian besar dengan cara membanding diri kita dengan orang lain. Dengan berkomunikasi kita dapat memahami secara lebih baik diri kita sendiri dan diri orang lain yang kita ajak bicara.

Tetapi, komunikasi juga memungkinkan kita untuk menemukan dunia luar—dunia yang dipenuhi objek, peristiwa, dan manusia lain. Sekarang ini, kita mengandalkan beragam media komunikasi untuk mendapatkan informasi tentang hiburan, olahraga, perang, pembangunan ekonomi, masalah kesehatan dan gizi, serta produk-produk baru yang dapat dibeli. Banyak yang kita peroleh dari media

ini berinteraksi dengan yang kita peroleh dari interaksi antarpribadi kita. Kita mendapatkan banyak informasi dari media, mendiskusikannya dengan orang lain, dan akhirnya mempelajari atau menyerap bahan-bahan tadi sebagai hasil interaksi kedua sumber ini.

b. Untuk berhubungan, Salah satu motivasi kita yang paling kuat adalah berhubungan dengan orang lain (membina dan memelihara hubungan dengan orang lain). Kita ingin merasa dicintai dan disukai, dan kemudian kita juga ingin mencintai dan menyukai orang lain. Kita menghabiskan banyak waktu dan energi komunikasi kita untuk membina dan memelihara hubungan sosial. Anda berkomunikasi dengan teman dekat di sekolah, di kantor, dan barangkali melalui telepon. Anda berbincang-bincang dengan orangtua, anak-anak, dan saudara anda. Anda berinteraksi dengan mitra kerja.

c. Untuk meyakinkan, Media masa ada sebagian besar untuk meyakinkan kita agar mengubah sikap dan perilaku kita. Media dapat hidup karena adanya dana dari iklan, yang diarahkan untuk mendorong kita membeli berbagai produk. Sekarang ini mungkin anda lebih banyak bertindak sebagai konsumen ketimbang sebagai penyampai pesan melalui media, tetapi tidak lama lagi barangkali anda-lah yang akan merancang pesan-pesan itu—bekerja di suatu surat kabar, menjadi editor sebuah majalah, atau bekerja pada biro iklan, pemancar televisi, atau berbagai bidang lain yang berkaitan dengan komunikasi. Tetapi, kita juga menghabiskan

banyak waktu untuk melakukan persuasi antarpribadi, baik sebagai sumber maupun sebagai penerima.

Dalam perjumpaan antarpribadi sehari-hari kita berusaha mengubah sikap dan perilaku orang lain. Kita berusaha mengajak mereka melakukan sesuatu, mencoba cara diit yan baru, membeli produk tertentu, menonton film, membaca buku, rnengambil mata kuliah tertentu, meyakini bahwa sesuatu itu salah atau benar, menyetujui atau mengecam gagasan tertentu, dan sebagainya. Daftar ini bisa sangat panjang. Memang, sedikit saja dari komunikasi antarpribadi kita yang tidak berupaya mengubah sikap atau perilaku.

d. Untuk bermain, Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi kita untuk bermain dan menghibur diri. Kita mendengarkan pelawak, pembicaraan, musik, dan film sebagian besar untuk hiburan. Demikian pula banyak dari perilaku komunikasi kita dirancang untuk menghibur orang lain (menceritakan lelucon mengutarakan sesuatu yang baru, dan mengaitkan cerita-cerita yang menarik). Adakalanya hiburan ini merupakan tujuan akhir, tetapi adakalanya ini merupakan cara untuk mengikat perhatian orang lain sehingga kita dapat mencapai tujuan-tujuan lain. Tentu saja, tujuan komunikasi bukan hanya ini; masih banyak tujuan komunikasi yang lain. Tetapi keempat tujuan yang disebutkan di atas tampaknya merupakan tujuan-tujuan yang utama. Selanjutnya tidak ada tindak komunikasi yang didorong hanya oleh satu faktor; sebab tunggal tampaknya tidak ada dunia ini. Oleh karenanya, setiap komunikasi barangkali didorong oleh kombinasi beberapa tujuan bukan hanya satu tujuan.

2.2.5 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi menurut Onong (2003), dibagi menjadi empat diantara lain :

2.3.5.1 Menginformasikan (*to inform*)

Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain

2.3.5.2 Mendidik (*to educate*)

Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan. Dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

2.3.5.3 Menghibur (*to entertain*)

Adalah komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain. Hiburan adalah kata yang sering didengar kala kita sedang membutuhkan suatu hal yang bisa membuat kita senang. Hiburan memiliki banyak macam bentuk dan cara mengkonsumsinya, salah satunya adalah hiburan yang dikemas dalam media *game online*. Segala sesuatu yang dikemas dalam bentuk media memang selalu menyita banyak perhatian khalayak baik itu dari dalam negeri ataupun luar negeri, karena pada dasarnya dalam dunia hiburan itu sendiri terdiri dari beberapa komponen yang tersusun di dalamnya.

Dalam kehidupan sehari-hari sesuatu yang menghibur sering kali diikuti dengan asumsi seperti misalnya: bagus, hebat, menarik, lucu, aneh, keren,

mengagumkan, lumayan, biasa saja, jelek, buruk dan lain sebagainya. Mengapa hiburan dapat memunculkan asumsi yang berbeda dari berbagai sudut pandang manusia, karena pada dasarnya komponen yang tersusun di dalam hiburan adalah sebuah karya seni yang notabene bertujuan untuk membuat seseorang yang menyaksikan ataupun melakukan pekerjaan tersebut bisa menjadi senang, suka, tertarik dan menarik untuk dirinya sendiri ataupun orang lain. Beberapa orang ada yang cukup puas dan merasa terhibur dengan hal-hal kecil atau simple, tetapi ada juga orang yang membutuhkan hiburan dengan intensitas penyajian yang sangat luas dan rumit. Latar belakang sifat dan pribadi seseorang yang berbeda membuat mereka memiliki cara tersendiri untuk mengungkapkan apa yang menurut mereka bisa menyenangkan diri, hal tersebut membuat setiap orang memiliki selera tersendiri untuk menilai sesuatu yang menurut mereka bisa dikatakan senang, menyenangkan, lucu dan menghibur.

Meskipun dari berbagai latar belakang, sikap, sifat dan selera masing-masing orang berbeda tetapi luapan atau ekspresi yang keluar saat seseorang sedang merasa terhibur karena senang bisa dilihat jika seseorang itu sedang tertawa. Meskipun kebanyakan orang meluapkan ekspresi senangnya dengan tertawa dan perasaan riang, ada beberapa orang yang mengungkapkan rasa terhiburnya cukup hanya dengan tersenyum, sedikit tertawa, bahkan ada yang hanya diam. Secara psikologis hiburan dapat merenggangkan urat-urat syaraf yang tegang karena berbagai beban pikiran dan pekerjaan. Orang yang terbiasa memperoleh cukup banyak hiburan biasanya akan tampil cerah ceria. Sebaliknya orang yang jarang atau tidak pernah mendapat hiburan yang cukup, biasanya akan

tampil murung. Setiap orang dan kelompok, berbeda satu sama lain dalam mengekspresikan pemenuhan kebutuhan hiburan. Ada yang sederhana dan murah meriah serta bisa dilakukan sendiri. Ada juga melalui cara yang tidak sederhana dan mahal serta tidak bisa dilakukan sendiri, misalnya menonton pertunjukan teater di gedung kesenian bersama.

2.3.5.4 Mempengaruhi (*to influence*)

Adalah fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikasi dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikasi sesuai dengan yang diharapkan.

Game Online memiliki salah satu fungsi di atas, yaitu menghibur (*to entertain*). Melalui *game online* dapat memicu kreativitas, melatih inovasi dan sarana mengekspresikan. Maka, sisi- sisi positif ini perlu ditonjolkan untuk memaksimalkan fungsinya. Salah satunya dengan mengubah *game online* menjadi media pembelajaran berupa *game* edukasi budaya. Intinya kita akan berpikir bagaimana dapat menciptakan suatu media, dimana di sana kita dapat bermain sambil belajar. Belajar tentang nilai-nilai luhur dan keanekaragaman budaya bangsa. Sesuatu yang sederhana memang, namun ketika mampu dikemas menarik dan menantang tentu akan menjadi hal yang luar biasa. Apalagi *game online* yang memiliki jaringan luas dan memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah atau lebih selama permainan.

2.2.6 Komunikasi Virtual

Komunikasi virtual adalah komunikasi dimana proses penyampaian dan penerimaan pesan dengan menggunakan (melalui) *cyberspace* atau ruang maya yang bersifat interaktif. Komunikasi virtual (*Virtual Communication*) tersebut yang dipahami sebagai *reality* sering disalahpahami sebagai “alam maya” padahal keberadaan sistem elektronik itu sendiri adalah konkrit dimana komunikasi virtual sebenarnya dilakukan dengan cara representasi informasi digital yang bersifat dikrit. Perbedaan komunikasi virtual atau yang bermedia internet dengan tipe komunikasi lainnya adalah komunikasi *online* bersifat tidak tetap dan sesaat serta fleksibel artinya secara mudah dapat berinteraksi dengan user lain pada waktu tertentu, kemudian pada lain waktu tidak pernah berhubungan lagi. Sedangkan tipe komunikasi selain *online* adalah memerlukan pertemuan dan kehadiran secara fisik yang memungkinkan terjadinya perjumpaan.

2.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Intrapribadi

Komunikasi intrapersonal merupakan pondasi untuk melakukan komunikasi interpersonal. Mampu berdialog dengan diri sendiri berarti mampu mengenal diri sendiri. Suatu hal yang penting bagi seseorang untuk mengenal diri sendiri. Belajar mengenai diri sendiri berarti belajar bagaimana kita berpikir, merasakan, dan bagaimana kita mengamati, menginterpretasikan dan mereaksi lingkungan kita. Dengan memahami komunikasi intrapersonal memudahkan kita untuk mengenal pribadi kita. Pada prinsipnya komunikasi intrapersonal dipengaruhi oleh perangsang internal dan perangsang eksternal. Perangsang

internal dipengaruhi oleh kondisi psikologis atau fisiologis, misalnya rasa lapar atau gelisah. Sedangkan perangsang eksternal datang dari lingkungan sekitar komunikator baik secara terbuka dan sengaja atau secara tertutup dan tidak disadari. Komunikasi intrapribadi (personal communication) yaitu komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Dia berbicara pada dirinya sendiri. Berdialog dengan dirinya sendiri. Bertanya dengan dirinya sendiri. Sepintas lalu memang agak lucu kedengarannya, ketika ada orang yang berkomunikasi dengan dirinya sendiri.

2.3.1 Pengertian Komunikasi Intrapribadi

Komunikasi Intrapribadi adalah komunikasi yang berlangsung dalam diri seseorang. Orang itu berperan baik sebagai komunikator maupun sebagai komunikan. Dia berbicara kepada dirinya sendiri, dia berdialog kepada dirinya sendiri. Dia bertanya kepada dirinya dan dijawab oleh dirinya sendiri (Effendy, 2000 : 57). Ronald L. Applbaum, dalam bukunya “Fundamental Concept In Communication” (1973:13) mendefinisikan komunikasi intrapribadi sebagai komunikasi yang berlangsung di dalam diri kita; ia meliputi kegiatan berbicara kepada diri sendiri, kegiatan-kegiatan mengamati dan memberi makna (intelektual dan emosional) kepada lingkungan kita. Mampu berdialog dengan diri sendiri berarti mampu mengenal diri sendiri. Adalah penting bagi kita untuk mengenal diri sendiri sehingga kita dapat berfungsi secara bebas di masyarakat. Belajar mengenal diri sendiri berarti belajar bagaimana kita berpikir dan merasa, dan bagaimana kita mengamati, menginterpretasikan dan mereaksi lingkungan

kita. Oleh karena itu untuk mengenal diri pribadi, kita harus memahami komunikasi intrapersonal. Sebagai makhluk rohani, kita memiliki kemampuan untuk merefleksikan diri sendiri. Kita dapat membuat pemisahan antara diri kita sebagai subjek dan objek. Karena itu, kita dapat mengadakan komunikasi dengan diri sendiri. Komunikasi inilah yang kita sebut komunikasi intrapersonal.

Terjadinya proses komunikasi disini karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap suatu obyek yang diamatinya atau terbetik dalam pikirannya. Obyek dalam hal ini bisa saja dalam bentuk benda, kejadian alam, peristiwa, pengalaman, fakta yang mengandung arti bagi manusia baik yang terjadi diluar maupun dalam diri seseorang. Obyek yang diamati mengalami proses perkembangan dalam pikiran manusia setelah mendapat ransangan dari panca indera yang dimilikinya. Hasil kerja dari hasil proses pikiran tadi setelah dievaluasi pada gilirannya akan memberi pengaruh pengetahuan, sikap, dan perilaku seseorang (cangara, 2011:11).

Ronald L. Aapplbaum, et. Al dalam bukunya "Fundamental Concept in Human Comunication" (1973. 37) mendefinisikan komunikasi intrapribadi : "Komunikasi yang berlangsung didalam diri kita: ia meliputi kegiatan berbicara kepada diri kita sendiri dan kegiatan-kegiatan mengamati dan memberikan makna (Intellectual Dan Emosional) kepada lingkungan kita". Menurut pengertian diatas, jika mampu berdialog dengan diri sendiri berarti mampu mengenal diri sendiri. Karena begitu penting mengenal diri sendiri bagi kita, belajar mengenal diri sendiri berarti belajar bagaimana kita berfikir dan berasa dan bagaimana kita

mengamati, menginterpretasikan dan mereaksi lingkungan kita. Komunikasi diri sendiri adalah komunikasi yang tidak mempunyai lawan berbicara (komunikasikan).

Komunikasi intrapersonal dikenal juga dengan sebutan self-dialogue, selftalk, inner monologue, inner dialogue, inner speech dan self-verbalisation. Pemahaman komunikasi intrapersonal dan dengan meningkatkannya dapat memperbaiki kualitas hidup kita. Poin-poin penting yang ditekankan dalam self-talk.

2.3.7.1 Komunikasi Intrapersonal Mempengaruhi Kinerja Kita.

Komunikasi Intrapersonal mulai dengan pemikiran yang memimpin ke arah merasakan dan akhirnya, atas tujuan dalam perang. Komunikasi intrapersonal positif mengarah kepada perasaan positif, yang pada akhirnya menghasilkan tindakan-tindakan positif. Demikian juga, *self-talk* negatif akan menghasilkan perasaan diri sendiri negatif dan tindakan-tindakan dan kinerja negatif. Orang-orang yang menyatakan kemampuan mereka, kekuatan-kekuatan dan kualitas baik melaksanakan lebih baik daripada mereka yang menekan diri mereka dengan *self-dialogue* yang negatif.

2.3.7.2 Komunikasi Intrapersonal Mempengaruhi Komunikasi Kita Dengan Orang Lain.

Ada banyak contoh dari orang yang cara bicaranya gagap, tidak bisa mengkomunikasikan diri mereka dengan jelas atau menghadapi rintangan serupa yang bukan berasal dari cacat fisik, tetapi lebih dikarenakan mereka memiliki self-esteem yang rendah disebabkan komunikasi intrapersonal yang negatif. Mereka menghadapi permasalahan ini karena di dalam pikiran mereka, terjadi dialog

penindasan seperti "Aku ketakutan", "Mereka tidak seperti aku", "Apa yang akan mereka berpikir?", "Bahasa Inggrisiku kurang baik", berulang kali dipikirkan. Ketika kita menyampaikan pesan-pesan jenis ini kepada diri kita sendiri kita merasakan yang gelisah dan kehilangan keyakinan.

Perilaku ini muncul melalui bahasa tubuh kita, membawa getaran negatif terhadap orang lain dan hal seperti itu menghentikan kita dari komunikasi yang efektif. Dalam komunikasi kelas dunia, bahwa sebelum mereka berpidato kepada publik, mereka menyatakan dan menguatkan diri mereka dengan komunikasi intrapersonal yang positif. Komunikasi intrapersonal kita mempunyai baik itu dampak positif atau negatif dalam komunikasi kita dengan orang lain.

2.3.7.3 Komunikasi Intrapersonal Membuat Dampak Yang Mendalam Pada Kepribadian Kita.

Komunikasi intrapersonal mempunyai suatu penetrasi yang mendalam yang mempengaruhi kita dalam kepribadian secara menyeluruh. Kita bisa merasa bosan, tak bahagia dan sedih tanpa pertimbangan yang jelas. Itulah sungguh menekan dan kadang-kadang, sungguh membuat frustrasi seperti pada saat kita tidak memahami mengapa kita merasa seperti itu. Jika kita sadar mengenai konsep komunikasi intrapersonal di dalam diri kita dan yang berkembang dalam kepribadian kita, maka dengan sadar kita dapat memonitor komunikasi intrapersonal kita dan dapat hidup menjadi lebih baik dan lebih bahagia.

2.3.2 Strategi Untuk Meningkatkan Komunikasi Intrapribadi

Yang penting dari komunikasi intrapribadi dan dampaknya di kepribadian kita, hidup dan kinerja perlu memotivasi kita untuk memperbaikinya. Ada banyak cara untuk memperbaiki self-talk. Ada beberapa strategi yang dapat membantu kita memperoleh gaya-gaya komunikasi intrapersonal yang sehat, yakni:

2.3.8.1 Kesadaran

Tidak mungkin seseorang secara sadar mengikuti hati untuk melakukan komunikasi intrapersonal yang negatif. Mereka boleh melakukannya karena itu merupakan akar dari pemikiran, serupa dengan bagaimana orang-orang secara otomatis terdorong untuk melakukan sesuatu. Dengan secara sadar fokus kepada pemikiran kita menjadikan kita sadar akan sifatnya dan baru setelah itu kita dapat melakukan sesuatu. Memonitoring bagaimana kita berkomunikasi dengan diri kita sendiri dan apa yang kita komunikasikan akan memungkinkan kita untuk memahami tentang sifat dan kualitas komunikasi intrapersonal kita.

2.3.8.2 Pilihan

Setelah kita fokus pada dialog intrapersonal, seseorang dapat mengevaluasi kualitasnya. Adalah tidak perlu jika orang menghabiskan sepanjang waktu, baik dalam self-talk negatif atau positif, sepertinya mereka mempunyai suatu pola baik itu negatif atau positif yang berlaku sepanjang waktu. Perlu memilih pemikiran yang bersifat hal positif dan dengan sadar berhenti dari yang bersifat hal negatif. Pada awalnya akan menjadi sangat sulit untuk melakukannya karena kebiasaan-kebiasaan lama, tetapi melalui mental disiplin, ketekunan dan kehandalan,

seseorang dapat memilih pemikiran yang dapat mencukupi kebutuhan dirinya sendiri seperti meningkatkan komunikasi intrapersonalnya.

2.3.8.3 Pengambilan Tindakan

Tidak ada terjadi tanpa tindakan dan kaitannya dengan komunikasi intrapersonal, tindakan secara terus-menerus melibatkan diri kita sendiri di dalam self-dialogue yang positif, menyatakan dan yang mendukung diri sendiri. Kadang-kadang ketika sedang merasa sedih, depresi dan terlibat dalam komunikasi intrapersonal yang negatif, suatu tanya jawab diri sendiri yang sengaja seperti memberitahu diri kita sendiri untuk "berhenti", itu akan membantu diri kita. Salah satu teman berkata bahwa kapan pun ia terlibat dalam komunikasi intrapersonal yang negatif, ia mengatakan kepada dirinya "berhenti" yang mungkin berasal dari pemikiran yang negatif.

2.3.8.4 Doa-doa

Akhirnya, salah satu cara efektif untuk meningkatkan komunikasi intrapersonal adalah melalui doa-doa. Doa-doa membantu masyarakat menguatkan secara positif dan menghubungkan dengan kekuatan lebih besar dari diri mereka yang selanjutnya memberikan mereka harapan dan keamanan. Komunikasi intrapersonal yang berlangsung antar diri kita sendiri mempunyai hambatan kuat di dalam pemikiran, perasaan dan tindakan-tindakan kita. Tindakan-tindakan kita gabungan dari kinerja dan orang-orang yang dikenal untuk kinerja mereka atau tidak dikenal karena mereka tidak melakukannya. Oleh karena itu, kita perlu untuk memperbaiki komunikasi intrapersonal kita. Dengan mendisiplinkan pemikiran kita, melakukan usaha yang sadar untuk mengikuti self-

talk yang positif, dan menghindari self-verbalization yang negatif, setiap individu dapat belajar untuk meningkatkan diri mereka sendiri dan menjadi orang yang proaktif.

2.3.3 Stimulus dan Respon

Teori pembiasaan klasik ini merupakan teori pertama dalam kelompok teori stimulus dan respon. Teori ini ditemukan oleh Ivan P. Pavlov (1848 - 1936). Menurut teori Pembiasaan Klasik ini kemampuan seseorang untuk membentuk respon-respon yang dibiasakan berhubungan erat dengan jenis sistem yang digunakan. Teori ini percaya adanya perbedaan-perbedaan yang dibawa sejak lahir dalam kemampuan belajar. Teori pembiasaan klasik ini jika kita kaitkan dengan pembelajaran yaitu ketika seorang guru saat pertama kali mengajar harus memberikan aturan awal yang matang. Aturan awal tersebut harus konsisten dan tidak boleh berubah-ubah. Rangsangan awal itulah yang mengakibatkan terjadinya pembiasaan. Seperti seorang guru memberikan aturan saat mengumpulkan tugas harus tepat waktu maka siswa akan terbiasa untuk mengumpulkan tugas dengan tepat waktu tanpa diberitahukan lagi. (James F. Brennan:2006)

Teori ini menunjukkan sebagai proses aksi (Stimulus) dan reaksi (Respon) yang sangat sederhana. Sebagai contoh bila seorang lelaki berkedip mata kepada seorang wanita, dan kemudian wanita itu tersipu malu itulah yang dimaksud teori S-R. Jadi teori S-R mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan – tulisan), isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu. Maka teori

ini dapat dianggap sebagai proses pertukaran atau perpindahan informasi. Proses ini dapat bersifat timbal balik dan mempunyai banyak efek. Setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi berikutnya.

Dalam Proses perpindahan informasi ada dua kemungkinan respon yang akan terjadi setelah stimuli diberikan oleh komunikator, yaitu reaksi negative dan positif. Reaksi positif terjadi apabila komunikan menerima stimuli dari komunikator dan memberikan reaksi seperti apa yang diharapkan oleh sang komunikator. Sebagai contoh jika anda bertemu dengan teman anda dan anda melambaikan tangan kepadanya kemudian anda juga mendapat lambaian tangan darinya ini merupakan sebuah respon positif yang ditunjukkan oleh teman anda sebagai komunikan, namun jika lambaian tangan anda tersebut dibalas oleh teman anda dengan memalingkan wajah maka dapat dikatakan proses penyampaian pesan anda berlangsung negative.

Teori S-R mengabaikan komunikasi sebagai suatu proses, khususnya yang berkenaan dengan faktor manusia. Secara implisit ada asumsi dalam teori S-R ini bahwa perilaku (respon) manusia dapat diramalkan. Ringkasnya, komunikasi dianggap statis. Manusia dianggap berperilaku karena kekuatan dari luar (stimulus), bukan berdasarkan kehendak, keinginan atau kemauan bebasnya. Model inilah yang kemudian mempengaruhi suatu teori klasik komunikasi yaitu Hypodermic Needle atau teori jarum suntik. Asumsi dari teori inipun tidak jauh berbeda dengan model S-R, yakni jika kita menggunakan media sebagai kasusnya maka media secara langsung dan cepat memiliki efek yang kuat terhadap

komunikasikan. Artinya media diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula.

Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif. Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya. Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesiapan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).

Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku). Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme. Dalam meyakinkan organisme ini, faktor reinforcement memegang peranan penting. Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Semuanya bergantung kepada *gamers* itu sendiri apakah mereka akan bermain *game online*, *game* apa yang mereka mainkan, apa yang akan dilakukan ketika bermain *game online* tersebut.

2.3.4 Persepsi

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (*sensory stimuli*). persepsi timbul karena adanya dua faktor baik internal maupun eksternal. faktor internal tergantung pada proses pemahaman sesuatu termasuk di dalamnya sistem nilai, tujuan, kepercayaan dan tanggapannya terhadap hasil yang dicapai. faktor eksternal berupa lingkungan. kedua faktor ini menimbulkan persepsi karena didahului oleh suatu proses yang dikenal dengan komunikasi.

Persepsi pada hakekatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman. kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi. seperti dikatakan krech (dalam thoha, 2000:124) persepsi adalah suatu proses kognitif yang kompleks dan menghasilkan suatu gambar unik tentang kenyataan yang barangkali berbeda dari kenyataannya.

2.4 Tinjauan Mengenai Motivasi

Motivasi dapat diartikan sebagai kekuatan atau energi bagi seseorang yang dapat menimbulkan tingkat persistensi dan entusiasme dalam melaksanakan suatu kegiatan, baik yang bersumber dari dalam diri individu itu sendiri maupun dari

luar individu. Motivasi menjelaskan Mengapa ada orang berperilaku tertentu untuk mencapai serangkaian tujuan (dalam Hamzah 38:2007).Seberapa kuat motivasi yang dimiliki individu akan banyak menentukan terhadap kualitas perilaku yang ditampilkannya, baik dalam konteks belajar, bekerja maupun dalam kehidupan lainnya. Motivasi adalah dorongan dasar yang menggerakkan seseorang bertingkah laku. Dorongan ini berada pada diri seseorang yang menggerakkan untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan dorongan dalam dirinya. Oleh karena itu, perbuatan seseorang yang didasarkan atas motivasi tertentu mengandung tema sesuai dengan motivasi yang mendasarinya.

Motivasi juga dapat dikatakan sebagai perbedaan antara dapat melaksanakan dan mau melaksanakan. Motivasi lebih dekat pada mau melaksanakan tugas untuk mencapai tujuan. Motivasi dapat diartikan sebagai dorongan mental terhadap perorangan atau orang-orang sebagai anggota masyarakat. Motivasi juga dapat diartikan sebagai proses untuk mencoba mempengaruhi orang atau orang-orang yang dipimpinya agar melakukan pekerjaan yang diinginkan, sesuai dengan tujuan tertentu yang ditetapkan lebih dahulu.

Setiap kali membicarakan motivasi, teori hierarki kebutuhan Maslow selalu menjadi acuan. Hierarki itu di dasarkan pada anggapan bahwa pada waktu orang telah memuaskan satu tingkat kebutuhan tertentu, mereka ingin bergeser ke tingkat yang lebih tinggi. Maslow mengemukakan lima tingkat kebutuhan seperti gambar di bawah ini :



Gambar 2.1
Hierarki Kebutuhan Maslow

1. Kebutuhan Fisiologis

Kebutuhan yang harus dipenuhi untuk dapat tetap hidup, termasuk makanan, pakaian, udara untuk bernapas, dan sebagainya.

2. Kebutuhan Akan Rasa Aman

Apabila kebutuhan fisiologis relatif sudah terpenuhi, maka muncul kebutuhan yang kedua yaitu kebutuhan akan rasa aman. Kebutuhan akan rasa aman ini meliputi keamanan akan perlindungan dari bahaya kecelakaan kerja, jaminan akan kelangsungan pekerjaannya dan jaminan akan hari tuanya pada saat mereka tidak lagi bekerja. Pada waktu seseorang telah mempunyai pendapatan cukup untuk memenuhi semua kebutuhan kejiwaan seperti, membeli makanan dan perumahan, perhatian diarahkan kepada menyediakan jaminan melalui

pengambilan polis asuransi, mendaftarkan diri masuk perserikatan pekerja, dan sebagainya.

3. Kebutuhan Akan cinta Kasih Atau Kebutuhan Sosial

Kebutuhan akan kasih sayang dan bersahabat (kerjasama) dalam kelompok kerja atau antar kelompok. Kebutuhan akan diikutsertakan, meningkatkan relasi dengan pihak-pihak yang diperlukan dan tumbuhnya rasa kebersamaan. Cinta kasih dan kasih sayang yang diperlukan pada tingkat ini, mungkin disadari melalui hubungan-hubungan antar pribadi yang mendalam, tetapi juga yang dicerminkan dalam kebutuhan untuk menjadi bagian berbagai kelompok sosial. Dalam kaitannya dengan pekerjaan, sementara orang mungkin melakukan pekerjaan tertentu karena kebutuhan mendapatkan uang untuk memelihara gaya hidup dasar. Akan tetapi, mereka juga menilai pekerjaan dengan dasar hubungan kemitraan sosial yang ditimbulkannya.

4. Kebutuhan akan Penghargaan.

Percaya diri dan gharga diri maupun kebutuhan akan pengakuan orang lain. Dalam kaitannya dengan pekerjaan, hal itu berarti memiliki pekerjaan yang dapat diakui sebagai bermanfaat, menyediakan sesuatu yang dapat dicapai, serta pengakuan umum dan kehormatan di dunia luar.

5. Kebutuhan Aktualisasi Diri

Kebutuhan tersebut ditempatkan paling atas pada hierarki Maslow dan berkaitan dengan keinginan pemenuhan diri. Ketika semua kebutuhan lain sudah dipuaskan, seseorang ingin mencapai secara penuh potensinya. Tahap terakhir itu mungkin tercapai hanya oleh beberapa orang.

Teori Maslow mengasumsikan bahwa orang berkuasa memenuhi kebutuhan yang lebih pokok (fisiologis) sebelum mengarahkan perilaku memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi (perwujudan diri). Kebutuhan yang lebih rendah harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum kebutuhan yang lebih tinggi seperti perwujudan diri mulai mengembalikan perilaku seseorang. Hal yang penting dalam pemikiran Maslow ini bahwa kebutuhan yang telah dipenuhi memberi motivasi. Apabila seseorang memutuskan bahwa ia menerima uang yang cukup untuk pekerjaan dari organisasi tempat ia bekerja, maka uang tidak mempunyai daya intensitasnya lagi. Jadi bila suatu kebutuhan mencapai puncaknya, kebutuhan itu akan berhenti menjadi motivasi utama dari perilaku.

2.4.1 Motif Sosiogenis

— Motif sosiogenesis, sering juga disebut motif sekunder sebagai lawan motif primer (motif biologis), sebetulnya bukan motif “anak bawang”.perananya dalam membentuk perilaku sosial bahkan sangat menentukan. Secara singkat, motif-motif sosiogenis dia atas dapat dijelaskan sebagai berikut (Rachmat, 37:2009) :

- 1) Motif ingin tahu: mengerti, memata, dan menduga (*predictability*). Setiap orang berusaha memahami dan memperoleh arti dari dunianya. Kita memerlukan kerangka rujukan (*frame of reference*) untuk mengevaluasikan situasi baru dan mengarahkan tindakan yang sesuai.
- 2) Motif kompetensi: setiap orang ingin membuktikan bahwa ia mampu mengatasi persoalan kehidupan apa pun. Motif kompetensi erat hubungannya dengan kebutuhan akan rasa aman.
- 3) Motif cinta: sanggup mencintai dan dicintai adalah hal esensial bagi pertumbuhan kepribadian. Orang ingin diterima di dalam kelompoknya sebagai anggota sukarela bukan anggota sukar rela. Kehangatan persahabatan, ketulusan kasih sayang, penerimaan orang lain yang hangat amat dibutuhkan manusia.

- 4) Motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas. Erat kaitannya dengan kebutuhan untuk memperlihatkan kemampuan dan memperoleh kasih sayang, ialah kebutuhan untuk menunjukkan eksistensi di dunia.
- 5) Kebutuhan akan nilai, kedamaian dan makna kehidupan. Dalam menghadapi gejolak kehidupan, manusia membutuhkan nilai-nilai untuk menututnya dalam mengambil keputusan atau memberikan makna ke dalam kehidupannya.
- 6) Kebutuhan pemenuhan diri. Kita bukan saja mempertahankan kehidupan, kita juga ingin meningkatkan kualitas kehidupan kita; ingin memenuhi potensi-potensi kita.

2.4.2 Konsepsi Psikologi Humanistik

Psikologi humanistik atau disebut juga dengan nama psikologi kemanusiaan adalah suatu pendekatan yang multifaset terhadap pengalaman dan tingkah laku manusia, yang memusatkan perhatian pada keunikan dan aktualisasi diri manusia. Bagi sejumlah ahli psikologi humanistik ia adalah alternatif, sedangkan bagi sejumlah ahli psikologi humanistik yang lainnya merupakan pelengkap bagi penekanan tradisional behaviorisme dan psikoanalisis.

Psikologi humanistik dapat dimengerti dari tiga ciri utama, yaitu, psikologi humanistik menawarkan satu nilai yang baru sebagai pendekatan untuk memahami sifat dan keadaan manusia. Kedua, ia menawarkan pengetahuan yang luas akan kaedah penyelidikan dalam bidang tingkah laku manusia. Ketiga, ia menawarkan metode yang lebih luas akan kaedah-kaedah yang lebih efektif dalam pelaksanaan psikoterapi. Pokok persoalan dari psikologi humanistik adalah pengalaman subjektif manusia, keunikannya yang membedakan dari hewan-hewan, sedangkan area-area minat dan penelitian yang utama dari psikologi humanistik adalah kepribadian yang normal dan sehat, motivasi, kreativitas, kemungkinan-kemungkinan manusia untuk tumbuh dan bagaimana bisa

mencapainya, serta nilai-nilai manusia. Dalam metode-metode studinya, psikologi humanistik menggunakan berbagai metode mencakup wawancara, sejarah hidup, sastra, dan produk-produk kreatif lainnya. Psikologi Humanistik berfokus pada kesadaran, kesadaran atas fenomenologis. Manusia adalah sesuatu yang kompleks dan tidak dapat diobjektifkan dan juga digeneralisasikan. Sebenarnya Eksistensial “Humanistik” dengan tokoh Victor Frankl dan Rollo May ini bukan terapi, tetapi filsafat sebagai pendekatan yang berkembang dari reaksi terhadap dua model besar dalam terapi, yaitu Psikoanalisis dan Behaviorisme.

Teori ini dikembangkan oleh Maslow (1908-1970), konsep utama yang dianut adalah usaha untuk mengerti manusia sebagaimana adanya, mengetahui mereka dari realitasnya, melihat dunia sebagaimana mereka melihatnya, memahami mereka bergerak dan mempunyai keberadaan yang unik konkrit dan berbeda dari teori yang abstrak. Psikologi humanistik dapat dimengerti dari tiga ciri utama, yaitu, psikologi humanistik menawarkan satu nilai yang baru sebagai pendekatan untuk memahami sifat dan keadaan manusia. Kedua, ia menawarkan pengetahuan yang luas akan kaedah penyelidikan dalam bidang tingkah laku manusia. Ketiga, ia menawarkan metode yang lebih luas akan kaedah-kaedah yang lebih efektif dalam pelaksanaan psikoterapi. Humanistik tidak jelas kaitannya dengan ekologi psikologi. Pada satu sisi, Humanistik tempat yang paling berkuasa atas nilai potensial untuk pengembangan individu. Ini nilai-nilai pengalaman manusia dan kemampuan manusia untuk melampaui pikiran dengan lingkungan sekitarnya, dengan cara yang kreatif. Jadi dalam hal Humanistik untuk manusia dan pengalaman. Humanistik adalah ilmu manusia untuk

menangkap pengalaman dalam semua keindahan yang subjektif. Ini yang menyebabkan sebuah penekanan atas berbagai metode fenomenologi yang bertujuan untuk mendapatkan semaksimal mungkin jati diri manusia.

Psikologi humanistik mengambil banyak dari psikoanalisis Neo-Freudian (sebenarnya anti-Freudian) seperti Adler, Jung, Rank, Slekkel, Ferenezi; tetapi lebih banyak lagi mengambil dari fenomenologi dan eksistensialisme. Fenomenologi memandang manusia hidup dalam “dunia kehidupan” yang dipersepsi dan diinterpretasi secara subjektif. Setiap orang mengalami dunia dengan caranya sendiri. Alam pengalaman setiap orang berbeda dari alam pengalaman orang lain.” Fenomenologi banyak mempengaruhi tulisan-tulisan Carl Roger yang boleh disebut sebagai Bapak Psikologi Humanistik. Perhatian pada makna kehidupan adalah juga hal yang membedakan psikologi humanistik dari mazhab yang lain. Manusia bukan saja pelakon dalam panggung masyarakat, bukan saja pencari identitas, tetapi juga pencari makna. Carl Rogers menggarisbesarkan pandangan humanisme sebagai berikut :

- 1) Setiap manusia hidup dalam dunia pengalaman yang bersifat pribadi di mana dia_sang Aku, ku, atau diriku (*the I, me, or myself*)_menjadi pusat. Perilaku manusia berpusat pada konsep diri, yaitu persepsi manusia tentang identitas dirinya yang bersifat fleksibel dan berubah-ubah, yang muncul dari suatu medan fenomenal (*phenomenal field*). Medan keseluruhan pengalaman subjektif seorang manusia, yang terdiri atas pengalaman-pengalaman Aku dan Ku dan pengalaman yang “bukan aku”.

- 2) Manusia berperilaku untuk mempertahankan, meningkatkan, dan mengaktualisasikan diri.
- 3) Individu bereaksi pada situasi sesuai dengan persepsi tentang dirinya dan dunianya-ia bereaksi pada “realitas” seperti yang dipersepsikan olehnya dan dengan cara yang sesuai dengan konsep dirinya.
- 4) Anggapan adanya ancaman terhadap diri akan diikuti oleh pertahanan diri-berupa penyempitan dan pengakuan (*rigidification*) persepsi dan perilaku penyesuaian serta penggunaan mekanisme pertahanan ego seperti rasionalisasi.
- 5) Kecenderungan batiniah manusia ialah menuju kesehatan dan keutuhan diri. Dalam kondisi yang normal ia berperilaku rasional dan konstruktif, serta memilih jalan menuju pengembangan dan aktualisasi diri.

2.5 Tinjauan Mengenai *Game Online*

Game adalah aktivitas yang dilakukan untuk fun atau menyenangkan yang memiliki aturan sehingga ada yang menang dan ada yang kalah. Selain itu, *game* membawa arti sebuah kontes, fisik atau mental, menurut aturan tertentu, untuk hiburan, dan rekreasi. *Game online* adalah *game* komputer yang dapat dimainkan oleh multipemain melalui internet. Biasanya disediakan sebagai tambahan layanan dari perusahaan penyedia jasa *online* atau dapat diakses langsung (mengunjungi halaman *web* yang bersangkutan) atau melalui system yang disediakan dan dari perusahaan yang menyediakan permainan tersebut. Menurut Eddy Liem, Direktur Indonesia *Gamer*, sebuah pencinta *games* di Indonesia, *game online* adalah

sebuah *game* atau permainan yang dimainkan secara *online* via *internet*, bisa menggunakan PC (personal computer) atau konsol *game* biasa seperti PS2, X-Box dan sejenisnya (Yanto, 2011). *Game online* adalah bentuk teknologi yang hanya bisa diakses melalui jaringan komputer. *Game Online* dapat didefinisikan sebagai permainan (*games*) yang dapat diakses oleh banyak pemain, dimana mesin-mesin yang digunakan pemain dihubungkan oleh suatu jaringan Internet (Young dalam Griffiths, 2008).

Banyaknya pemain merupakan aspek yang penting dalam pengertian *game online* di sini. Pada prinsipnya permainan yang dimainkan seorang diri (*solitaire*) melalui Internet dapat dimasukkan dalam istilah *game online*, namun pada penelitian ini yang termasuk di dalam istilah yang diwakili dengan *game online* hanyalah permainan yang dimainkan secara massal.

2.5.1 Jenis Jenis *Game Online*

Game online terbagi menjadi dua jenis yaitu *web based game* dan *text based game*. *Web Based Games* adalah aplikasi *game* yang diletakkan pada server di internet dimana pemain hanya perlu menggunakan akses *internet* dan *browser* untuk mengakses *games* tersebut. Jadi tidak perlu menginstall atau mengepatch untuk memainkan *gamanya*. Namun seiring dengan perkembangan, ada beberapa add-on yang perlu di download untuk memainkan sebagian *game*, seperti *Java Player*, *Flash Player*, maupun *Shockwave Player*, yang biasanya dibutuhkan untuk tampilan grafis *game* tersebut. Selain itu, *game* seperti ini juga tidak menuntut spesifikasi computer Sedangkan *Text based game* adalah sebaliknya dari

Web Based Games, *games online* jenis ini menuntut penggunanya untuk menginstall lalu kemudian mengepatch terlebih dahulu program *gamenya* untuk bisa memainkannya *game online* jenis ini. Dan memerlukan spesifikasi computer yang lebih besar karena visualisasinya yang lebih detail.

Game online terbagi menjadi beberapa jenis (*genre*) yang terus bertambah jenisnya (dalam Himamy, 2012). *Game Online* mengelompokkannya sebagai berikut:

a. MMORPG (*Massively Multiplayer Online Role Play Game*)

Game Online yang paling sering dimainkan. Umumnya berfokus pada penggunaan “*persona*” (karakter atau avatar) dalam latar dunia fiksi (tidak nyata).

b. BMMORPG (*Browser Based Massively Multiplayer Online Role Playing Game*)

Merupakan jenis *game online* yang serupa dengan MMORPG, hanya saja dimainkan melalui suatu web.

c. MMOFPS (*Massively Multiplayer Online First Person Shooter*)

Game online ini memiliki skala yang jauh lebih besar dan aspek yang serupa dengan MMORPG, seperti nilai pengalaman.

d. MMORTS (*Massively Multiplayer Online Real Time Strategy*)

Game online ini memiliki ciri utama berupa penggunaan waktu yang sama dengan kenyataan serta menekankan pada perencanaan pergerakan seluruh pasukan pada satu atau beberapa peta wilayah. Biasanya *game* ini merupakan *game* perang atau pertarungan.

e. MMOSG (*Massively Multiplayer Online Social Game*)

Game online jenis ini menekankan pada interaksi dalam komunitas melebihi aspek-aspek lainnya. Dalam *game* ini bisa saja dimasukkan unsur proyek-proyek pembangunan kelompok.

f. MMOCCG (*Massively Multiplayer Online Collectible Card Game*)

Bentuk baru dari *game online* yang merupakan versi digital dari permainan kartu populer.

g. Simulator

Jenis terakhir dari MMOG atau *game online*. Didesain semirip mungkin dengan kenyataan dan menyediakan lingkungan yang lebih aman bagi seorang pemain untuk melakukan suatu kegiatan yang berbahaya atau kegiatan yang mahal di dunia nyata. Misalnya *game* dengan melakukan simulasi menerbangkan pesawat dengan melibatkan berbagai peran dalam *game* yang dimainkan oleh banyak orang.

2.5.2 *Game Online Addiction*

Kecanduan telah didefinisikan semata-mata untuk suatu hal yang berkenaan dengan zat adiktif (misalnya alkohol, tembakau, obat-obatan) yang masuk melewati darah dan menuju ke otak, dan dapat merubah komposisi kimia ke otak. Istilah kecanduan sendiri berkembang seiring dengan perkembangan kehidupan masyarakat, sehingga istilah kecanduan tidak selamanya melekat pada obat-obatnya tetapi dapat juga melekat pada kegiatan atau suatu hal tertentu yang dapat membuat seseorang ketergantungan secara fisik atau psikologis. Kata

kecanduan (adiksi) biasanya digunakan dalam konteks klinis dan diperhalus dengan perilaku berlebihan (*excessive*). Konsep kecanduan dapat diterapkan pada perilaku secara luas, termasuk kecanduan teknologi komunikasi informasi (ICT) (Yuwanto, 2010).

Game online atau permainan-permainan yang diakses dengan menggunakan jaringan internet, telah berkembang pesat dan digemari banyak kalangan, tidak terkecuali remaja. Dalam batas penggunaan yang tidak berlebihan, *game online* pada dasarnya dapat dikatakan sebagai sarana hiburan atau kegiatan pengisi waktu luang. Namun, ada pula pemain *game online* yang kesulitan mengendalikan kebiasaan bermain mereka hingga menjadi adiksi/kecanduan. Ketika sudah menjurus ke arah adiksi, bermain *game online* dapat membawa dampak negatif. Sejak beberapa tahun terakhir hingga saat ini, misalnya, telah diberitakan adanya perilaku bolos sekolah hingga tindak pencurian yang dilakukan siswa SMP dan SMA di Indonesia karena keinginan bermain *game online* yang tidak terbendung.

Game online adalah aktivitas yang bersifat rekreasi yang mengikutsertakan satu atau lebih pemain. Biasanya *game* melibatkan kompetisi diantara dua atau lebih pemain. *Game* bisa dijelaskan sebagai sebuah tujuan yang harus dicapai oleh pemain dan beberapa perangkat peraturan yang menentukan apa yang harus dilakukan oleh pemain. Ketertarikan pada *game* sudah dimulai sejak anak-anak, anak-anak tumbuh menjadi remaja, baik frekuensi maupun durasinya. Bermain *game online* membuat remaja merasa senang karena terdapat kepuasan psikologis di sana. Bermain *game online* dapat memberikan pengalaman menghanyutkan

atau *flow experience*, serta memunculkan rasa penasaran dan menantang dalam diri para pemainnya hingga membuat mereka tidak bisa berhenti bermain.

Menurut Hovart (1989), kecanduan tidak hanya terhadap zat saja tapi juga aktivitas tertentu yang dilakukan berulang-ulang dan menimbulkan dampak negatif. Griffiths (Essau, 2008) menyatakan bahwa kecanduan merupakan aspek perilaku yang kompulsif, adanya ketergantungan, dan kurangnya kontrol. Cooper (2000) berpendapat bahwa kecanduan merupakan perilaku ketergantungan pada suatu hal yang disenangi. Individu biasanya secara otomatis akan melakukan apa yang disenangi pada kesempatan yang ada. Kecanduan merupakan kondisi terikat pada kebiasaan yang sangat kuat dan tidak mampu lepas dari keadaan itu, individu kurang mampu mengontrol dirinya sendiri untuk melakukan kegiatan tertentu yang disenangi. Seseorang yang kecanduan merasa terhukum apabila tak memenuhi hasrat kebiasaannya. Berdasarkan uraian di atas maka kecanduan dapat diartikan sebagai suatu kondisi dimana individu merasakan ketergantungan terhadap suatu hal yang disenangi pada berbagai kesempatan yang ada akibat kurangnya kontrol terhadap perilaku sehingga merasa terhukum apabila tidak memenuhi hasrat dan kebiasaannya.

Seseorang yang kecanduan menganggap bahwa perilaku kecanduannya merupakan cara yang paling mudah untuk memenuhi kebutuhan psikologisnya. Dalam perspektifnya teori belajar dan conditioning, perilaku kecanduan disebabkan oleh adanya tanda atau cuester kondisikan dari orang lain yang dapat menimbulkan symptom menarik diri dan kerinduan. Perilaku kecanduan secara kuat berefek menyenangkan bagi pelaku. Pengalaman pertama yang

menyenangkan atas suatu media candu seringkali berakibat negatif. Sesungguhnya para pecandu termotivasi oleh harapan-harapan dari berbagai kesenangan atau juga karena tekanan kelompok (Cohen and Willerman, 1990 : 514).

2.5.3 Jenis Kecanduan

Menurut Lance Dodes dalam bukunya yang berjudul "*The heart of Addiction*" (dalam Yee, 2006) ada dua jenis kecanduan, yaitu :

1. Physical addiction
Yaitu jenis kecanduan yang berhubungan dengan alkohol atau kokain.
2. Nonphysical addiction
Yaitu jenis kecanduan yang tidak melibatkan dua hal di atas (alkohol dan kokain).

2.5.4 Indikator Kecanduan *Game Online*

Terdapat banyak indikator untuk menunjukkan seseorang kecanduan terhadap *game online*. Simptom internet dan video *games addiction* Dr. Kimberly S. Young (1996) menyebutkan sepuluh buah simptom yang para pecandu internet. Simptom tersebut adalah :

1. Perubahan gaya hidup yang ditunjukkan dengan menghabiskan banyak waktu dalam net (jaringan internet) atau bermain *game*.
2. Aktivitas fisik secara umum berkurang.
3. Tidak memperdulikan kesehatan karena terlalu banyak aktivitas didepan layar komputer.
4. Mengabaikan aktivitas yang penting karena menghabiskan banyak waktu dalam net

5. Gangguan tidur atau perubahan pola tidur karena terlalu banyak menghabiskan waktu untuk net dan bermain *game*
6. Sosialisasi berkurang.
7. Menelantarkan keluarga dan teman.
8. Menolak memperpanjang penggunaan waktu untuk aktivitas lain selain di area Inet.
9. Merindukan saat-saat berada didepan komputer.
10. Mengabaikan pekerjaan dan kewajiban-kewajiban personal

Kebanyakan dari para pemain yang mengalami kecanduan mengatakan bahwa “Hidup mereka menjadi *dark* (gelap) dan *boring* (membosankan) jika mereka tidak memainkan *game online*. Mereka juga mengatakan bahwa hidup mereka not much different (tidak banyak berbeda) dan hidup mereka tidak akan menjadi lebih baik jika tidak ada *game online*” (Wan dan Chiou, 2006: 32).

2.5.5 Penyebab Kecanduan

Penyebab kecanduan tiap orang itu beragam, menurut Mark, Murray, Evans, & Willig (2004) kecanduan disebabkan karena:

1. Adanya keinginan yang kuat untuk selalu terlibat dalam perilaku tertentu, terutama ketika kesempatan untuk perilaku tertentu tidak dapat dilakukan.
2. Adanya kegagalan dalam melakukan kontrol terhadap perilaku, individu merasakan ketidaknyamanan dan stress ketika perilaku ditunda atau dihentikan.

3. Terjadinya perilaku terus menerus walaupun telah ada fakta yang jelas bahwa perilaku mengarah kepada permasalahan.

