



Jurnal Netnografi Komunikasi (JNK)

Journal homepage: <http://netnografiikom.org/index.php/netnografi>

THE COMMUNICATION STYLE OF MOBILE LEGENDS INFLUENCER AMONG DIAN NUSWANTORO UNIVERSITY STUDENTS IN SEMARANG

GAYA KOMUNIKASI INFLUENCER GAME MOBILE LEGENDS PADA KOMUNIKASI INTERPERSONAL MAHASISWA UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO SEMARANG

Pulung Wahyu Bagaskoro¹, Agus Triyono²

^{1,2} Universitas Dian Nuswantoro Semarang

*Corresponding Email: Pulung.andres@gmail.com

ABSTRACT

The communication style of Mobile Legends influencers can play a role in the interpersonal communication process used in everyday communication. With the increasing number of gaming enthusiasts, social media's role as an information hub has introduced many new communication styles among game enthusiasts. This research aims to understand how Mobile Legends influencers effectively communicate with their audience. This objective also encompasses understanding the effective communication patterns used by Mobile Legends influencers on their audience, thus influencing social interactions among university students in the campus environment. The research methodology employs a qualitative approach with a descriptive method. The theories utilized in this study are communication style theory and effective communication theory. Primary data is obtained through in-depth interviews with relevant informants, while secondary data is gathered through observation, involving a closer examination of communication within the Mobile Legends gaming community. The results of this study show that: (1) Mobile Legends influencers serve as sources of information and entertainment. (2) The communication style of influencers makes information more easily digestible for the audience.

Keywords: *Communication Style, Effective Communication, Game Influencers.*

INFORMASI ARTIKEL

Disubmisi: 12 Januari 2024

Ditayangkan: 31 Juli 2024

Bentuk Sitasi artikel: Bagaskoro PW & Triyono A. (2024). Gaya Komunikasi Influencer Game Mobile Legend Pada Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro Semarang. *Jurnal Netnografi Komunikasi*. Universitas Satya Negara Indonesia

ABSTRAK

Gaya komunikasi dari influencer game mobile legends dapat menjadi peran dalam proses komunikasi yang digunakan pada komunikasi interpersonal di komunikasi sehari-hari. Seiring dengan banyaknya peminat game, peran media sosial sebagai penghubung informasi memberikan banyak gaya komunikasi baru di kalangan penggemar game. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana influencer game mobile legends melakukan komunikasi yang efektif pada penonton. Tujuan ini juga mencakup pemahaman bagaimana pola komunikasi efektif yang digunakan influencer game mobile legends pada penonton sehingga dapat mempengaruhi interaksi sosial di kalangan mahasiswa di lingkungan kampus. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori gaya komunikasi dan teori komunikasi efektif. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan terkait. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui proses observasi, dengan mengamati lebih dalam komunikasi terhadap komunitas game mobile legends. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Influencer game Mobile Legends sebagai sumber informasi dan hiburan. (2) Gaya komunikasi Influencer membuat informasi lebih mudah diterima oleh penonton.

Kata Kunci: *Gaya Komunikasi, Komunikasi efektif, Influencer game.*

INTRODUKSI

Komunikasi media sosial adalah bentuk baru dari komunikasi media yang dibagikan kepada masyarakat umum. Hiburan menjadi salah satu fungsi dari media komunikasi. Komunikasi memiliki fungsi sebagai salah satu hiburan (*entertainment*), kesenangan menjadi salah satu efek yang diberikan dalam proses terjadinya interaksi dalam masyarakat. Media sosial sebagai sebuah hiburan, membuat banyak pemain game online menjadi kreator yang merekam dan menayangkan cara bermainnya dan dibagikan ke publik secara langsung melalui beberapa platform media sosial. Media sosial ini mampu membuat sebuah video pendek yang dapat didukung dengan efek musik atau lainnya dan sangat disukai oleh berbagai kalangan (Fitri et al., 2021). Media sosial TikTok telah menjadi pilihan utama bagi banyak generasi muda karena kemudahan penggunaannya dan jangkauan audiens yang luas. Peluncuran aplikasi ini dilakukan oleh pengembang asal China, yaitu Zhang Yiming pada tahun 2016. Tidak hanya memungkinkan pengguna untuk mengunggah video dan teks, media sosial ini juga memberikan kesempatan untuk melakukan siaran langsung (*live streaming*) jika akun pengguna telah mencapai syarat tertentu, seperti memiliki seribu pengikut (Saadah, 2022).

Revolusi dalam industri penyiaran dan industri game menjadi perhatian sentral dalam diskusi mengenai kemunculan media baru dan internet. Khususnya dalam konteks industri penyiaran, transformasi yang substansial telah sangat nyata. Di masa lalu, industri ini secara signifikan mengandalkan teknologi analog. Namun, dengan munculnya media baru dan internet, kita telah mengamati perubahan yang sangat penting dalam cara operasional industri ini. Transformasi ini mencakup peralihan dari penyiaran tradisional ke platform digital, yang telah mengubah cara produksi, penyebaran, dan konsumsi konten dilakukan. Era awal game streaming diawali oleh permainan Dungeons and Dragons, di mana dalam pengalaman bermain daring tersebut, tampak adanya fenomena di mana para pemain mulai membentuk relasi dan interaksi yang mirip dengan yang terjadi dalam dunia nyata (Syafuddin, 2020). Seiring berlalunya waktu, perkembangan industri game daring berkembang pesat. Saat ini, permainan yang tersedia menampilkan grafis yang sangat canggih dan mendekati kualitas visual dalam permainan dunia nyata. Sebagai hasil dari evolusi ini, terbentuklah permainan komunitas virtual. Fenomena tersebut telah mengalami perkembangan yang signifikan, di mana permainan daring kini mengintegrasikan elemen-elemen dari bidang penyiaran. Proses ini

dikenal lebih luas dengan sebutan game *streaming*, di mana para individu yang mengadopsi peran ini disebut sebagai pemain yang melakukan *streaming*, atau yang lebih dikenal dengan istilah "*streamer*". *Game streaming* merupakan sebuah aktivitas dan infrastruktur yang memungkinkan para pemain untuk bermain permainan video secara bersamaan dengan melakukan *live streaming* (Syafuddin, 2020). Ini membuka peluang bagi para pemain untuk tidak hanya menikmati pengalaman bermain game, tetapi juga untuk berinteraksi dalam permainan tersebut. Live streaming menjelma menjadi jenis hiburan yang dapat di akses melalui sosial media, live streaming juga menjadi hiburan yang sempurna bagi para penggemar video game. Live streaming merupakan kegiatan seseorang yang merekam kegiatannya kemudian menyiarkannya ke platform live streaming. Dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, saat ini banyak sekali jenis kegiatan yang dilakukan saat *live streaming*, salah satunya adalah game streaming yang dilakukan oleh para streamer gaming. *Streamer* gaming memposting rekaman suatu permainan dan kemudian di unggah pada media sosial, minat penonton berkembang seiring dengan berkembangnya *esports* (Smith et al., 2013). Live streaming umumnya digunakan untuk berbagai tujuan, seperti memenuhi kebutuhan informasi, menyajikan hiburan, dan berkomunikasi melalui komentar pada konten-kontennya (Ayudya et al., 2019). Streamer sebagai influencer game online juga memiliki beberapa karakter sebagai ciri khas, ciri khas tersebut berupa karakter yang unik dan menarik. Influencer menjadi salah satu sorotan pada konteks media sosial, Influencer berasal dari kata Influence dan artinya mempengaruhi, mengubah pendapat atau perilaku seseorang (Evelina & Handayani, 2018). Sering di temui streamer yang memiliki komunikasi asik terhadap penonton, hal tersebut yang membuat para penonton lebih tertarik kepada streamer. Streamer sebagai influencer game juga melakukan interaksi dengan penonton, hal tersebut juga menjadi salah satu hal vital dalam dunia streamer. Komunikasi pada penonton menjadi faktor yang membuat streamer menjadi lebih berkembang dalam proses influence nya.

Mobile legends menjadi salah satu game dengan penonton terbanyak pada tahun 2022, pada data yang diunggah di laman website esportscharts. Game *Mobile Legends* menjadi favorit karena development yang selalu update dan memiliki kompetisi liga. Efek streamer dan konten kreator sebagai influencer tidak hanya menghibur penonton tetapi juga memberikan informasi yang efektif untuk penonton sehingga penonton mendapatkan ilmu agar dapat

memenangkan pertandingan di game Mobile Legends. Mobile Legends merupakan game ber genre MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*), dalam permainan ini, strategi adalah kunci untuk meraih kemenangan, dan pemain akan berhadapan dalam pertarungan 5 lawan 5 melawan tim lawan (Rani et al., 2020). Seiring dengan banyaknya peminat game, peran media sosial sebagai penghubung informasi memberikan banyak gaya komunikasi baru di kalangan penggemar game.

Terdapat penggunaan kata dan istilah baru yang keluar dari influencer gaming. Menurut Chomsky bahasa yang dipergunakan dalam masyarakat hingga saat ini secara konstan bertransformasi dan beradaptasi terhadap keperluan penggunaannya. Kata dan Istilah baru yang marak digunakan dalam komunikasi sehari-hari sebelumnya berasal dari komunikasi dalam game. Influencer dan media sosial menjadi penghubung kata-kata dan istilah baru, hal tersebut menjadi kata baru untuk berkomunikasi dalam aktivitas sehari-hari yang sering digunakan oleh remaja penggemar game. Dalam hal ini, Istilah gaming akan berpengaruh kepada Komunikasi interpersonal. Komunikasi Interpersonal merupakan proses komunikasi yang menggunakan pesan-pesan untuk mencapai suatu kesamaan arti antara dua orang sebagai pembicara dan pendengar (Nurdin, 2020). Bahasa gamer sendiri sering digunakan untuk mempermudah komunikasi. Kata-kata baru ini lahir dari game yang kemudian menjadi Bahasa yang sering digunakan sehari-hari. Di kalangan remaja dalam komunikasi sehari-hari muncul beberapa kata-kata baru seperti "GG", "NT", "login", "byone", dan lainnya. Tujuan dari kata-kata tersebut sebenarnya untuk lebih memudahkan saat berkomunikasi (Mustika et al., 2022). Dengan adanya beberapa istilah gaming atau Bahasa gamer yang sudah mulai menjadi Bahasa komunikasi yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, hal ini peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi efektif yang digunakan influencer game Mobile Legends pada penonton serta mengetahui peran gaya komunikasi influencer game Mobile Legends pada komunikasi interpersonal mahasiswa di Universitas Dian Nuswantoro Semarang. Melalui penelitian ini peneliti ingin mengetahui tentang gaya komunikasi influencer game Mobile Legends terhadap komunikasi interpersonal mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro Semarang, objek penelitian ini adalah influencer game Mobile Legends.

RERANGKA KONSEPTUAL

Penggunaan sarana media komunikasi telah berkembang begitu pesat seiring dengan kemajuan teknologi. Media sosial sebagai salah satu media komunikasi baru banyak digunakan oleh masyarakat sebagai sarana komunikasi sekaligus hiburan. Pada media sosial sebagai salah satu sarana media komunikasi terdapat suatu tren sebagai topik bahasan, para pengagas tren disebut sebagai influencer. Salah satu tren yang terjadi di Indonesia adalah budaya esports atau olahraga elektronik. Esports atau olahraga elektronik berkembang Bersama dengan media sosial menciptakan suatu fenomena yang populer yaitu tren gaming. Salah satu game yang menjadi tren di Indonesia adalah game mobile legends, game ini berkembang dengan adanya banyak influencer sebagai salah satu penarik minat untuk memainkan game Mobile Legends. Seiring berjalannya tren game mobile legend ini, influencer menjadi salah satu pengaruh dalam mempopulerkan istilah gaming atau bahasa gamer. Melalui penelitian ini peneliti ingin mengetahui tentang peran gaya komunikasi influencer game mobile legends terhadap komunikasi interpersonal, objek penelitian ini adalah influencer game Mobile Legends. Dalam penelitian ini digunakan teori gaya komunikasi dan teori komunikasi efektif.

Gambar 1: Permainan Game Mobile Legends.



Sumber: Kompas, 2020

Gaya komunikasi merupakan usaha dalam bentuk perilaku ketika mengutarakan dan menerima pesan pada saat proses berkomunikasi (Liliweri, 2017). Gaya komunikasi adalah ciri khas, karena setiap pribadi memiliki gaya komunikasi yang berbeda. Setiap orang memiliki ciri khas gaya komunikasi yang unik, dengan mengetahui gaya komunikasi seseorang, dapat menentukan kesadaran diri untuk mampu mengembangkan interaksi dan hubungan antar individu untuk mendapatkan komunikasi yang efektif. Gaya komunikasi terbagi menjadi beberapa macam. Dalam Liliweri (2017), Carl Jung menggolongkan 4 gaya komunikasi. Carl

Jung memahami bahwa individu memiliki preferensi alami terhadap keempat gaya komunikasi tersebut, sehingga membentuk gaya komunikasi dan pemahaman. Gaya komunikasi dijelaskan sebagai berikut:

- a) Gaya Pengendali (*Controller Style*), gaya komunikasi ini bersifat mengendalikan, mengatur perilaku, pikiran dan berfokus pada hasil akhir sebagai tujuan.
- b) Gaya Kolaborator (*Collaborator Style*), gaya komunikasi merujuk pada kerja sama dan berinteraksi dalam sebuah tim untuk mencapai tujuan bersama dengan menggunakan sikap yang ekspresif dan emosional.
- c) Gaya Analisis (*Analyser Style*), gaya komunikasi ini berkaitan pada pendekatan individu terhadap komunikasi dan pengambilan keputusan. Gaya komunikasi ini bersifat menganalisis informasi secara mendalam dan membuat keputusan berdasarkan logika dan fakta yang kuat. Gaya ini cenderung reflektif dan berhati-hati dalam mengambil Langkah dengan tujuan meminimalkan risiko dan memaksimalkan pemahaman sebelum mengambil keputusan.
- d) Gaya Sosial (*Socializer Style*), gaya komunikasi ini cenderung berinteraksi dengan antusias dan energi tinggi dalam situasi sosial. gaya komunikasi ini memiliki kemampuan alami untuk membangun hubungan, mempengaruhi orang lain, dan menciptakan suasana yang positif. Sifat gaya komunikasi ini sangat percaya diri, ekspresif, dan memiliki daya tarik interpersonal yang kuat.

Komunikasi efektif berarti bahwa baik komunikator sebagai pengirim pesan maupun komunikan sebagai penerima pesan memiliki pemahaman yang sama. jadi dalam dalam bahasa asing disebut "*The communication is in tune*". Artinya, kedua pihak yang berkomunikasi memahami pesan yang dikirim (Mulyana, 2008). Komunikasi efektif bisa dibidang komunikasi efektif dengan saling bertukar informasi, ide, perasaan dan suatu sikap dengan hasil yang sesuai dengan ekspektasi. Komunikasi dapat berjalan efektif dengan memperhatikan faktor yang mempengaruhi.

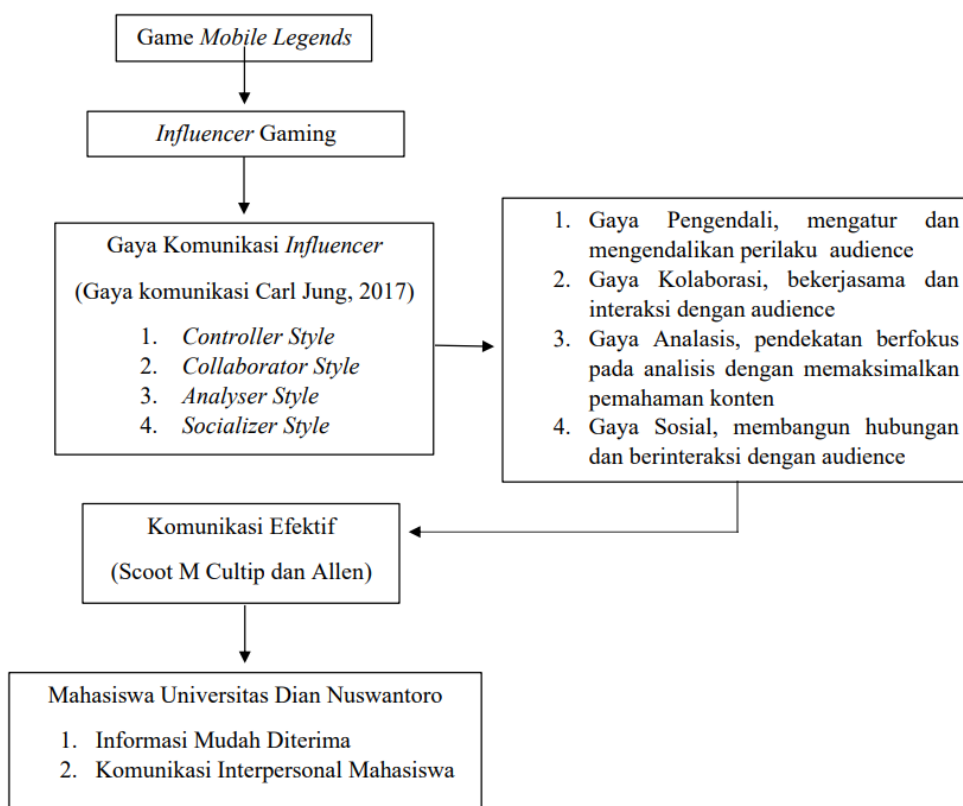
Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi efektif menurut Scoot M Cultip dan Allen

pada buku *Effective Public Relations* karyanya yang disebut , yaitu:

- e) *Credibility* (Kredibilitas)
- f) *Context* (Konteks/Kondisi)
- g) *Content* (Isi pesan)
- h) *Clarity* (Jelas)
- i) *Continuity and consistency* (berkelanjutan dan jelas)
- j) *Capability of audience* (Kemampuan memahami)
- k) *Channels of distributions* (Pemakaian media)

Dari teori tersebut, disebutkan bahwa tujuh faktor tersebut merupakan faktor yang dapat mempengaruhi komunikasi menjadi efektif.

Dalam kerangka pemikiran ini dijelaskan tentang proses berpikir peneliti dalam kerangka penelitian.



Mobile Legends adalah sebuah permainan populer yang dapat di streaming dan

dibuatkan konten pada media sosial. Dalam proses penyampaian konten dan live streaming, gaya komunikasi yang digunakan oleh influencer berperan dalam menentukan komunikasi efektif dengan penonton. Penelitian didukung dengan teori gaya komunikasi dan komunikasi efektif, untuk mengetahui bagaimana komunikasi efektif dapat terjadi dalam penyampaian informasi. Dengan komunikasi efektif, informasi dapat diterima dengan jelas dan mudah untuk dipahami.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyelidiki isu-isu serupa yang terkait dengan ruang lingkup penelitian ini. Penemuan-penemuan tersebut memberikan kontribusi signifikan untuk pemahaman fenomena yang sedang diinvestigasi dalam penelitian ini, *Pertama* penelitian yang dilakukan oleh Mustika (2022) yang membahas tentang pengaruh game online terhadap tingkah laku berbahasa pada anak. Kemudian, *kedua* penelitian yang dilakukan oleh Arzulan & Hasmira (2023) penelitian yang membahas tentang perubahan perilaku remaja akibat pengaruh dari *content creator youtuber gaming*. Dan yang *Ketiga* penelitian yang dilakukan oleh Yoga Yudha Prasetya (2020) dengan membahas tentang pengaruh game online terhadap perilaku komunikasi siswa.

Penelitian sebelumnya telah memberikan kesimpulan bahwa game online dan youtuber gaming dapat merubah pola perilaku pada anak dan remaja. Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada influencer game mobile legends pada media sosial TikTok. Influencer meliputi content creator dan streamer, dimana media sosial TikTok menjadi media sosial yang trend dan menjadi media sosial yang mudah untuk diakses. Penelitian dilakukan pada komunitas esports universitas dian nuswantoro, dimana menjadi salah satu universitas dengan komunitas esports yang aktif.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian yang menggunakan metode kualitatif mengacu pada fenomena sosial yang sedang terjadi, interaksi sosial dan tingkah laku secara umum untuk mencari masalah yang terjadi. Penelitian kualitatif bermaksud untuk mengumpulkan data tentang suatu fenomena yang sedang terjadi, dengan data yang ada pada peneliti (Moeloeng, 2018). Peneliti ingin menggunakan metode kualitatif karena metode ini dapat lebih memahami apa yang terjadi pada suatu fenomena.

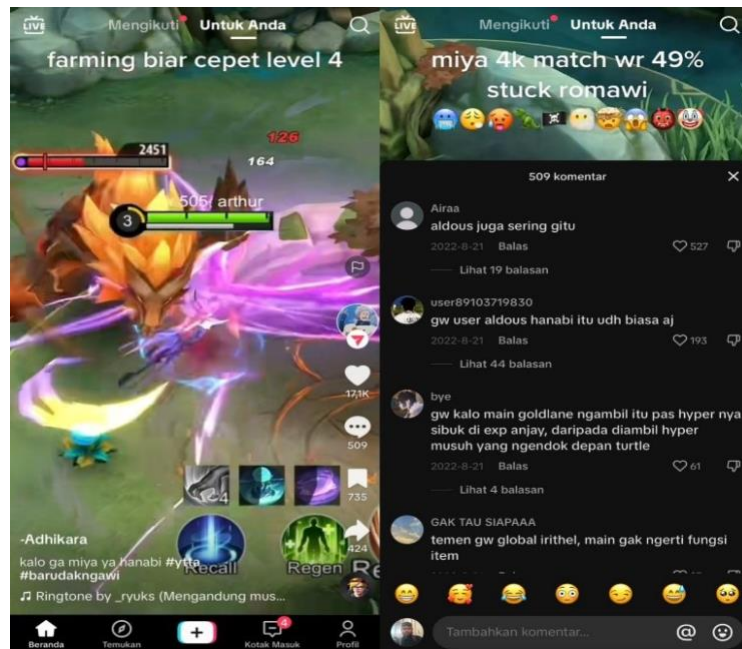
Pada penelitian ini diperoleh hasil melalui proses wawancara secara langsung dengan sumber data primer yaitu *Influencer game Mobile Legends (streamer dan konten kreator)* dan juga mahasiswa komunitas game Mobile legends Universitas Dian Nuswantoro. Hasil wawancara yang diperoleh direduksi, disajikan datanya, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan validitas data dengan menggunakan triangulasi sumber. Dengan menggunakan beberapa sumber data yang berbeda, peneliti dapat mendapatkan sudut pandang yang lebih komprehensif dan memastikan bahwa kesimpulan yang dihasilkan lebih akurat dan dapat diandalkan. Hal ini dilakukan agar penelitian lebih valid. Kesimpulan akan didasarkan pada situasi tertentu sebelum dapat diterapkan secara umum (Triyono, 2021).

TEMUAN & PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan terhadap informan dengan kriteria yang telah ditentukan, berikut merupakan hasil yang didapatkan.

A. Influencer game Mobile Legends sebagai sumber informasi dan hiburan

Pengaruh influencer dalam permainan Mobile Legends sangat signifikan dalam menyediakan informasi dan hiburan bagi para pemain game, terutama di kalangan mahasiswa di Universitas Dian Nuswantoro Semarang. Para influencer ini mengandalkan TikTok sebagai platform media sosial utama untuk berbagi konten dan mendukung komunitas gaming. Influencer juga melakukan game streaming yang merupakan sebuah aktivitas dan infrastruktur yang memungkinkan para pemain untuk bermain permainan video secara bersamaan dengan melakukan live streaming (Syafuddin, 2020). Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi efektif dalam hal ini, termasuk kredibilitas, konteks, isi pesan, dan kemampuan memahami. Influencer yang memiliki popularitas tinggi dan prestasi yang terkait dengan permainan Mobile Legends dianggap sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya. Semakin sumber memiliki kredibilitas yang tinggi semakin mudah untuk dapat memberikan pengaruh terhadap penonton. Orang akan lebih percaya dan cenderung dapat menerima pesan yang disampaikan dengan baik oleh orang yang memiliki kredibilitas tinggi di bidangnya (Rakhmat, 2018).



Gambar 2: Postingan video TikTok dari akun narasumber, menyajikan hiburan melalui permainan dalam game Mobile Legends. Sumber: TikTok, 2022

Influencer Mobile Legends memberikan informasi dalam bentuk tips dan trik permainan, demo keterampilan, serta analisis pertandingan. Gaya Pengendali (Controller Style) influencer berperan dalam proses live streaming, dengan kredibilitas influencer para penonton menjadi terpusat pada instruksi yang diberikan oleh influencer. Gaya Kolaborator (Collaborator Style) berperan dalam menekankan pentingnya kerja sama, interaksi, dan pembelajaran tim. Influencer juga menyediakan hiburan melalui konten yang menampilkan aspek-aspek menarik dari permainan, termasuk skill bermain dan momen-momen seru. Influencer menggunakan Gaya Sosial (Socializer Style) dalam komunikasi mereka, menciptakan hubungan yang kuat dengan penggemar game Mobile Legends, memberikan hiburan, dan memengaruhi positif penonton melalui interaksi sosial yang energik dan penuh semangat.

Konten Influencer menciptakan keseimbangan yang menarik antara memberikan informasi dan hiburan, dan hal ini memainkan peran penting dalam membentuk pengetahuan dan interaksi sosial dalam komunitas game Mobile Legends. Influencer dalam permainan Mobile Legends memiliki peran ganda sebagai sumber informasi yang sangat berharga bagi para pemain dan sebagai penyedia hiburan yang menghibur

penggemar game. Dalam komunitas game Mobile Legends, kredibilitas influencer berdasarkan popularitas, prestasi, dan gaya komunikasi mereka sangat memengaruhi tingkat kepercayaan para penonton terhadap mereka.

B. Gaya komunikasi influencer menjadi referensi dalam berkomunikasi

Gaya komunikasi influencer memainkan peran penting dalam membuat informasi mudah diterima oleh penonton. Sebagai sumber informasi, Gaya Analisis (*Analyser Style*) menggunakan pendekatan analitis untuk membahas aspek-aspek permainan secara lebih mendalam. Influencer menjelaskan strategi atau taktik dengan rinci, memungkinkan penonton untuk berdiskusi dan memahami permainan dengan lebih baik. Interaksi yang digunakan oleh influencer merupakan komunikasi dua arah dengan kolom komentar sebagai fasilitas untuk memberikan pertanyaan atau masukan jika dianggap penjelasan yang diberikan Influencer kurang jelas. Dalam konteks komunikasi influencer game Mobile Legends, influencer menggunakan bahasa yang sederhana, lugas, dan mudah dimengerti, yang sesuai dengan bahasa sehari-hari dan istilah dalam game. Gaya Sosial (*Socializer Style*) berperan dalam proses komunikasi mahasiswa pada saat berinteraksi. Gaya komunikasi sosial memiliki kemampuan dalam membangun hubungan terhadap penonton. Gaya komunikasi influencer sering kali bersifat santai, akrab, dan fokus pada membangun hubungan dengan penonton, menciptakan suasana yang menyenangkan. Influencer aktif berinteraksi dengan penonton selama live streaming, membangun koneksi yang kuat dengan audiensnya. Penggunaan bahasa, termasuk bahasa game, bahasa Indonesia, dan bahasa daerah, menunjukkan fleksibilitas influencer dalam berkomunikasi dengan berbagai jenis penonton. Gaya Kolaborator (*Collaborator Style*) berperan dalam proses live streaming, Influencer melakukan interaksi dengan baik untuk membangun hubungan yang kuat dengan penonton agar tujuan edukatif dapat tercapai.

Influencer juga berperan dalam membentuk bahasa dan budaya di dalam komunitas pemain game Mobile Legends. Mereka memperkenalkan istilah-istilah baru dan mengajarkan pengikut mereka tentang bahasa yang digunakan dalam permainan. Penonton menganggap influencer sebagai referensi dalam berkomunikasi dan belajar

bahasa game. Bahasa yang digunakan influencer menciptakan rasa kebersamaan di antara komunitas pemain game. Gaya komunikasi influencer dapat memengaruhi cara orang berkomunikasi dalam dunia maya maupun dunia nyata. Dalam komunikasi interpersonal, yang terpenting bukan intensitas komunikasinya tetapi cara komunikasi itu terjalin. Agar komunikasi dapat berjalan dengan baik maka diperlukan unsur pendukung (Rakhmat, 2018). Namun, penggunaan istilah game dalam komunikasi interpersonal juga bisa menciptakan kesenjangan bahasa antara mereka yang mengerti dan tidak mengerti. Dalam komunikasi interpersonal, unsur pendukung seperti bahasa dan istilah game memiliki peran penting dalam memengaruhi cara komunikasi terjalin. Gaya komunikasi influencer game Mobile Legends membentuk bagian dari identitas para pengikutnya, karena mereka merasa memiliki identifikasi dengan komunitas yang memiliki minat yang sama. Gaya Sosial (Socializer Style) merupakan pendekatan yang lebih berorientasi pada interaksi sosial dan membangun komunitas dalam proses streaming game Mobile Legends.



Gambar 3: Komentar pada postingan intagram Liga Mahasiswa, penggunaan Bahasa game dalam berinteraksi.

Sumber: Instagram, 2020

Dalam proses interaksi, influencer memperkenalkan istilah dan bahasa baru untuk mendukung interaksi sosial. Penggunaan istilah-istilah ini membantu menciptakan budaya dan bahasa yang unik di dalam komunitas game Mobile Legends, yang dapat memperkuat interaksi sosial dan membangun hubungan yang lebih erat antara influencer dan penikmat game mobile legends. Selain itu, gaya komunikasi influencer

memiliki potensi untuk menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan dan menarik bagi penonton, sehingga informasi lebih mudah diterima dan diingat oleh mereka. Gaya komunikasi merupakan usaha dalam bentuk perilaku ketika mengutarakan dan menerima pesan pada saat proses berkomunikasi (Liliweri, 2017). Gaya komunikasi influencer game Mobile Legends mencerminkan Gaya Sosial (Socializer Style) dalam komunikasi, yang fokus pada interaksi sosial dan membangun komunitas dalam proses streaming game Mobile Legends.

PENUTUP

Mobile Legends memegang peranan penting dalam memudahkan pemain untuk mencapai kemenangan dalam permainan tersebut. Influencer dalam industri game sering kali memiliki kemampuan khusus dalam menyampaikan informasi yang kompleks dengan cara yang sederhana dan mudah dimengerti. Mereka menggunakan bahasa yang lugas dan tidak membingungkan, sehingga pesan-pesan penting terkait strategi, karakter, dan mekanika permainan lebih mudah dipahami oleh penonton. Selain itu, pola komunikasi yang efektif dari influencer juga berdampak positif pada interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari. Penonton cenderung mengadopsi gaya berbicara dan istilah-istilah yang digunakan oleh influencer saat berkomunikasi dengan teman-teman mereka. Ini menciptakan bahasa slang yang khas dalam komunitas pemain Mobile Legends, yang hanya dipahami oleh mereka yang aktif mengikuti influencer tersebut. Dengan demikian, gaya komunikasi influencer dalam game Mobile Legends tidak hanya membantu pemain memenangkan permainan, tetapi juga membentuk budaya komunikasi yang unik dalam komunitas game tersebut. Hal ini menunjukkan betapa kuatnya pengaruh influencer dalam mengarahkan cara orang berkomunikasi dan berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya dalam dunia game, tetapi juga di luarnya.

KETERBATASAN DAN PELUANG RISET

Penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan wawasan berharga tentang komunikasi, meskipun terdapat beberapa keterbatasan. Pertama, penggunaan metode kualitatif mungkin memiliki keterbatasan dalam menggeneralisir hasil penelitian ke seluruh populasi. Selain itu,

keterfokusan pada mahasiswa Universitas Dian Nuswantoro Semarang dan komunitas Mobile Legends di lingkungan kampus dapat membuat hasil penelitian kurang representatif untuk populasi secara keseluruhan. Keterbatasan lain melibatkan subjektivitas dalam pengumpulan data, di mana pandangan dan interpretasi peneliti dapat mempengaruhi hasil penelitian.

Namun demikian, ada peluang yang signifikan untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian jangka panjang yang melibatkan pengamatan kontinu terhadap perubahan dalam budaya komunikasi Game online. Selain itu, meluaskan jangkauan penelitian ke berbagai platform media sosial dan komunitas daring dapat memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang dampak gaya komunikasi influencer dalam konteks yang beragam. Terdapat juga peluang untuk mengeksplorasi dampak lebih lanjut dari penggunaan istilah dan bahasa slang dalam kehidupan sehari-hari di luar lingkup komunitas game, serta bagaimana fenomena ini dapat memengaruhi identitas sosial dan budaya secara lebih luas dalam masyarakat. Dengan memahami keterbatasan dan memanfaatkan peluang ini, riset dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pemahaman tentang peran influencer dalam membentuk komunikasi dan interaksi sosial.

APRESIASI

Dengan tulus dan penuh rasa syukur, kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya atas segala kontribusi yang telah diberikan dalam penyusunan jurnal ini. Terima kasih kepada para peneliti dan kontributor yang dengan penuh dedikasi menyumbangkan pemikiran, pengetahuan, serta waktu mereka untuk menciptakan karya ilmiah yang berharga ini. Semoga artikel ini bermanfaat dan dapat memberikan inspirasi.

DAFTAR RUJUKAN

- Arzulan, C. M., & Hasmira, M. H. (2023). *Perubahan Perilaku Remaja Akibat Content Creator Youtube Gaming Pada Kelurahan Air Tawar Barat Kota Padang*. 6, 28–37.
- Ayudya, T. D., Aritonang, B. M., & Krisnawati, E. (2019). Analisis Wacana Hate Speech Dalam Live Streaming Youtube Ligagame E-Sports Tv. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 7(2). <https://doi.org/10.46806/jkb.v7i2.632>
- Evelina, L. W., & Handayani, F. (2018). Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @bylizzieparra). *Warta ISKI*, 1(01), 71. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v1i01.10>
- Fitri, A. N., Pertiwi, L. B., & Sary, M. P. (2021). Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13(1), 37–46. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v13i1.13045>
- Liliweri, A. (2017). Komunikasi Antar Personal. *Komunikasi Antar Personal*, 570.
- Moeloeng, L. J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Bandung: Remaja Rosdakarya* (Revisi, 38). PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2008). *Komunikasi Efektif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mustika, N., Ginting, J. B., & Gustianingsih. (2022). Pengaruh Game Online Pada Bahasa Anak. *TALENTA Conference Series*, 5(2), 140–144. <https://doi.org/10.32734/lwsa.v5i1.1337>
- Nurdin, A. (2020). Teori komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis. In *Kencana*. https://www.google.co.id/books/edition/Teori_komunikasi_Interpersonal_Disertai/gCTyDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=komunikasi+interpersonal&printsec=frontcover%0Ahttps://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=gCTyDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=teori+komunikasi+interpe
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi* (Revisi, 1). Simbiosis Rekatama Media.
- Rani, D., Hasibuan, E. J., & Barus, R. K. I. (2020). Dampak Game Online Mobile Legends: Bang Bang terhadap Mahasiswa. *Perspektif*, 7(1), 6–12. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v7i1.2520>
- Saadah, N. A. (2022). Dakwah Melalui Live Streaming Tiktok Pada Mobile Legends ; Studi Fenomenologis Akun @ Abiazkakkiaa. *Al Munir Jurnal Komunikasi Dan Pengajaran Islam*, 13, 144–155.
- Smith, T. P. B., Obrist, M., & Wright, P. (2013). Live-streaming changes the (video) game. *Proceedings of the 11th European Conference on Interactive TV and Video, EuroITV 2013, June*, 131–138. <https://doi.org/10.1145/2465958.2465971>
- Syafuddin, K. (2020). Kajian Game Streaming Dan Kerentanan Streamer Di Nimo Tv. *JAMI: Jurnal Ahli Muda Indonesia*, 1(2), 32–42. <https://doi.org/10.46510/jami.v1i2.28>
- Triyono, A. (2021). *Komunikasi Kualitatif* (Cetakan Pe, Vol. 1). Bintang Pustaka Madani.

Yoga Yudha Prasetya, La Tarifu, L. I. (2020). *PENGARUH PENGGUNAAN GAME ONLINE MOBILE LEGEND TERHADAP PERILAKU KOMUNIKASI SISWA SMA NEGERI 1 KENDARI*. 5(1), 1–16.