INTERAKSI SOSIAL DALAM GAME DUEL OTAK (STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL PADA MAHASISWA DI BANDUNG)

THE SOCIAL INTERACTION ON "DUEL OTAK" GAME (Virtual Ethnograph Study of Bandung College Student)

Tiarani Mugi Utami[1], Maylanny Christin[2], Indra N.A Pamungkas[3]

Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

[1]tiaranimugi@ymail.com, [2]maylannychristin@gmail.com, [3]indra.imi28@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini berjudul "Interaksi Sosial dalam *Game* Duel Otak (Studi Etnografi Virtual Pada Mahasiswa di Bandung). Alasan mengambil judul tersebut karena melihat fenomena interaksi *gamers* duel otak yang menjadi tren dan ramai diperbincangkan saat ini seperti yang dapat dilihat di dalam berbagai sosial media yang menampilkan interaksi *gamers* duel otak dalam fitur *chat* yang tersedia. Penelitian ini difokuskan pada interaksi sosial yang dilakukan oleh *gamers* duel otak di dalam fitur *chat* duel otak tersebut melalui penelitian yang dilakukan kepada *gamers* mahasiswa di Bandung yang sering melakukan interaksi dalam penggunaan aplikasi *game* duel otak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana interaksi sosial yang terjalin dalam *game* duel otak. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui wawancara mendalam dan observasi. Dapat disimpulkan berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Interaksi sosial dalam *game* duel otak berupa percakapan saling mengejek, saling menantang dan saling membanggakan diri sendiri dengan bentuk interaksi sosial simpati, motivasi dan identifikasi. Selain itu terungkap motif mereka berinteraksi sosial adalah hiburan,mempererat hubungan, sarana komunikasi ,kepuasan diri, dan menambah jaringan pertemanan. Terdapat pula tujuh fungsi komunikasi yang didapatkan oleh *user* ketika melakukan interaksi sosial di dalam *fitur chat* duel otak yaitu pernyataan eksistensi diri,mempererat hubungan,memperoleh rasa senang,sarana penyampaian perasaan,kepuasan diri,aktualisasi diri, dan sarana Informasi.

Kata Kunci : Interaksi Sosial, Game, Duel Otak

Abstract

Duel otak gamers interaction phenomenon become trending and discussed by many people nowadays seen on various social media which shows duel otak gamers on available chat feature are the reasons that title is chosen. This research is focused on social interaction done by duel otak gamers on duel otak chat feature through research done on college student gamers whose doing interaction on duel otak game. The purpose of this research is to know the development of social interaction on duel otak game. This research uses qualitative research method with virtual ethnograph approach. Primary data gathered from through interviews and observations. The result of this research concludes that sosial interaction on duel otak game consists of mocking, defying, and self-praising conversations with social sympathy, motivation and identification interaction form. It is also revealed that their motive of social interaction are entertain,strengthen relationship,means of communication,self satisfaction, and add a network of friends. There are also seven communications function obtained by the user are statement of self existence,strengthen relationship,derive pleasure, a means of delivering a feeling,self satisfaction,self actualization, and information tool.

Keywords : Social Interaction, Game, **Duel Otak**

1. Pendahuluan

Dalam satu dasawarsa pertama abad 21, Eric Schmidt dan Jared Cohen menyatakan dalam bukunya bahwa jumlah orang yang terhubung ke internet di seantero dunia melesat dari 350 juta ke 2 milyar lebih. Menurut Arief Widhiasa,*founder* Agathe Studio, dalam seminar *Call For Paper* Universitas Telkom, secara nasional pengguna *online game* dari tahun 2010-2013 tumbuh sekitar 30%. Data yang dilansir dalam www.ligagame.com, tiap tahunnya pemain *game* Indonesia diperkirakan meningkat sekitar 5% - 10%. (http://ligagame.com/index.php/home/1/5228-berapa-jumlah-pemain-game-online-di-indonesia-ini-datanya diakses pada 3 November 2015 pukul 14.33 WIB). Berdasarkan data Asosiasi Games Indonesia (AGI) yang ditayangkan pada Seputar Indonesia Siang 7 November 2015, pertumbuhan pengguna *online game* dari tahun 2010-2014 mencapai 30-40%. Kemudian masih dalam data AGI yang dinyatakan oleh Ketua Umum AGI Andy Suryanto, jumlah pemain *game* di Indonesia saat ini mencapai 42,8 juta orang dan 65 persennya memainkan *game* berbayar. Potensi pasarnya lebih dari USD 300 juta. (http://ekbis.sindonews.com/read/1059479/34/industri-kreatif-indonesia-jangan-dikuasai-asing-1446806742 diakes pada 7 November 2015 pukul 13.25). Kini dengan pesatnya kemajuan teknologi dan kenaikan pembelian *smartphone* di dunia telah mengubah tren *game online* yang awalnya *game* PC berubah menjadi *game mobile.* Banyaknya pengguna *mobile* dibanding PC di Indonesia, menurut Anton memang menjadikan Indonesia pasar yang sangat potensial untuk *game mobile*. Pesatnya pengguna *game online mobile* di Indonesia sehingga Anton pun memprediksi bahwa pasar *game mobile* Indonesia akan 80 persen pada 2017. (http://tekno.tempo.co/read/news/2015/11/12/172718373/pasar-game-mobile-indonesia-berpotensi-salip-amerika diakses pada Senin, 16 November 2015 pukul 1.31 am).

Salah satu *online game mobile* yang populer saat ini adalah *game* "Duel Otak". Tak hanya dalam Google Play Store, duel otak pun kini sedang memuncaki kategori Top Overall di iOS (http://www.techno.id/apps/diunduh-lebih-1-juta-kali-di-indonesia-duel-otak-siap-jadi-nomor-satu-151021l.html di akses pada 22 Desember 2015 pukul 21.00 WIB). Robert Willstedt, CEO FEO Media, kreator Duel Otak, secara terang-terangan mengakui tingginya antusiasme *gamer* Indonesia. Ia mengatakan, "Di Indonesia, kami sekarang melihat pertumbuhan yang sangat impresif. Kami memanen sekitar 50 ribu *user* baru setiap harinya [di Indonesia]". Masih berdasarkan pengakuan Robert, Indonesia termasuk salah satu negara dari target ekspansi mereka yang sukses (http://www.techno.id/apps/diunduh-lebih-1-juta-kali-di-indonesia-duel-otak-siap-jadi-nomor-satu-151021l.html di akses pada 22 Desember 2015 pukul 20.38 WIB).

Game duel otak sebagai *game* interaktif menyediakan fitur *chat* dalam *game* tersebut untuk memberikan ruang pada pemain untuk berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain. Hal ini berkebalikan dengan pernyataan menurut *The Australian Office of film and Literature classification* efek bermain *game* dengan menggunakan media yaitu dapat menciptakan agresi, ketergantungan, isolasi dan non-sosial perilaku, serta efek fisik (Stewart & Kowaltzke,2008:180). Pada kenyataannya isolasi dan perilaku non sosial berkebalikan, justru dengan adanya *game* ini dari observasi awal yang peneliti lakukan hasilnya adalah *game* ini dapat mengakrabkan para pemainnya, dengan adanya *game* ini memunculkan komunikasi dan interaksi antar satu sama lain pemain.

Komunikasi dan interaksi memanglah hal yang penting bagi manusia, mengingat manusia adalah makhluk sosial sehingga tak hanya di dunia nyata namun di dunia maya pun komunikasi dan interaksi tersebut dilakukan oleh manusia. Interaksi sosial merupakan hubungan sosial yang dinamis menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia (Soekanto,2002:62). Yang menjadi unik dalam interaksi duel otak ini yaitu interaksi tak hanya terjadi dalam fitur *chat* duel otak namun merambat ke sosial media lain seperti *line, path, twitter* sehingga memungkinkan munculnya pemain baru, penantang baru, serta interaksi yang dilakukan pun akan semakin meluas. Ini menandakan begitu besarnya pengaruh duel otak dalam keseharian mereka.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai "Interaksi Sosial Dalam Game Duel Otak (Studi Etnografi Virtual Pada Kalangan Mahasiswa Di Bandung)". Rata-rata umur pengguna *game online* antara 17 tahun hingga 40 tahun dan pengguna *game online* paling banyak dan memiliki intensitas bermain yang tinggi berumur 18-25 tahun (http://www.ligagame.com/forum/index.php?topic=68263.0 di akses pada 22 Desember 2015 pukul 22.00 WIB). Oleh karena itu, peneliti memilih kalangan mahasiswa yang notabene ada di rentang usia pengguna *game online* tersebut agar lebih terfokus. Sedangkan Bandung di pilih karena merupakan salah satu kota yang memiliki peminat *game online* terbanyak di Indonesia seperti yang dilansir dalam *broadgame.id* (http://boardgame.id/bandung-lautan-board-game-tercipta-di-bgc-bandung/ di akses

pada 22 Desember 2015 pukul 22.16 WIB) sehingga peneliti merasa dibatasinya penelitian oleh Bandung sudah dapat mewakili apa yang peneliti butuhkan dan membuat penelitian lebih terfokus.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis uraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : "Bagaimana interaksi sosial yang terjalin dalam *game* duel otak pada mahasiswa di Bandung?"

Adapun batasan masalah dari rumusan masalah tersebut yaitu :

1. Bagaimana interaksi sosial yang terjalin dalam *game* duel otak ?
2. Apa motivasi berinteraksi dalam fitur *chat game* duel otak?
3. Fungsi komunikasi sosial apa yang diperoleh dalam interaksi sosial yang dilakukan pada *game* duel otak?

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain (pihak lain). Komunikasi interpersonal menghendaki informasi atau pesan dapat tesampaikan dan hubungan di antara orang yang berkomunikasi dapat terjalin. Komunikasi interpersonal membina fungsi sosial seseorang. Seseorang berkomunikasi, bergaul, memperoleh banyak teman, kemudian membina jalinan kerja sama yang menguntungkan hidupnya. Komunikasi interpersonal memungkinkan seseorang berekspresi, menyatakan segala isi hati sehingga pihak lain dapat mengerti dan memaklumi keadannya. (Suryanto,2015:121)

2.2 Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep-konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain. (Mulyana, 2012:6)

2.2.1 Pembentukan Konsep Diri

Konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Melalui komunikasi dengan orang lain kita belajar bukan saja mengenai siapa kita, namun juga bagaimana kita merasakan siapa kita (Mulyana,2012:8). George Herbert Mead mengatakan setiap manusia mengembangkan konsep dirinya melalui interaksi dengan orang lain dalam masyarakat dan itu dilakukan lewat komunikasi. (Mulyana,2012:11)

2.2.2 Pernyataan Eksistensi Diri

Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi diri. Kita dapat memodifikasi frase filsof Perancis Rene Descartes yang terkenal yaitu *Cogito Ergo Sum* (Saya berpikir, maka saya ada) menjadi saya berbicara maka saya ada. Bila kita berdiam diri, orang lain akan memperlakukan kita seolah-olah kita tidak eksis. Namun ketika kita berbicara, kita sebenarnya menyatakan bahwa kita ada. (Mulyana,2012:14)

2.2.3 Memupuk Hubungan dan Memperoleh Kebahagiaan

Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi dilakukan untuk pemenuhan diri, untuk merasa terhibur, nyaman dan tenteram dengan diri sendiri dan orang lain. Dua orang dapat berbicara berjam-jam, tanpa mencapai tujuan yang pasti. Pesan-pesan yang mereka pertukarkan mungkin hal-hal yang remeh, namun pembicaraan itu membuat keduanya merasa senang. Para psikolog menunjukkan kepada kita bahwa banyak perilaku manusia itu dimotivasi oleh kebutuhan untuk menjaga keseimbangan emosional atau mengurangi ketegangan internal dan rasa frustasi. Komunikasi macam ini sekaligus dapat berfungsi sebagai mekanisme untuk menunjukkan ikatan sosial dengan orang yang bersangkutan, apakah sebagai sahabat, teman sejawat dan lain sebagainya. (Mulyana,2012:18-19)

2.3 Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan hubungan sosial yang dinamis menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia (Soekanto,2002:62). Syarat terjadinya interaksi sosial adalah adanya kontak sosial (*social contact*) dan adanya

komunikasi (*communication*). (Bungin,2008:55) Interaksi sosial adalah kontak atau hubungan timbal balik atau interstimulasi dan respons antar individu, antar kelompok atau antar individu dan kelompok. (Maryati dan Suryawati,2003 dalam Anwar dan Adang,2013:194), mengartikan proses-proses sosial adalah cara-cara berhubungan yang dapat dilihat apabila orang-perorangan dan kelompok-kelompok manusia saling bertemu dan menentukan sistem serta bentuk-bentuk hubungan tersebut(Anwar dan Adang,2013:194). Adapun syarat terjadinya interaksi sosial menurut Gillin dan Gillin adalah adanya kontak sosial dan adanya komunikasi. (Adang dan Anwar, 2013:195). Selain syarat, bentuk interaksi sosial terbagi atas 2 yaitu berdasarkan jumlah pelakunya dan berdasarkan proses terjadinya (Anwar dan Adang, 2013:197). Berikut ini adalah bentuk interaksi sosial berdasarkan jumlah pelakunya :

1. Interaksi antara individu dan individu
2. Interaksi antara individu dengan kelompok
3. Interaksi kelompok dan kelompok

Sedangakan bentuk Interaksi sosial menurut proses terjadinya, dapat digolongkan sebagai berikut (Anwar dan Adang,2013:197):

1. Imitasi adalah pembentukan nilai melalui meniru cara-cara orang lain.
2. Sugesti merupakan bentuk interaksi yang dapat diberikan dari seorang individu pada kelompok maupun dari kelompok kepada kelompok kepada individu.
3. Identifikasi adalah menirukan dirinya menjadi sama dengan orang yang ditirunya
4. Motivasi merupakan bentuk interaksi sosial yang diberikan dari seorang individu pada kelompok.
5. Simpati merupakan perasaan yang disampaikan pada individu atau kelompok pada saat-saat tertentu.
6. Empati, dibarengi perasaan organisme tubuh yang sangat dalam.

2.4 Internet

Menurut Hine, kata internet bisa didenotasikan sebagai seperangkat program komputer yang memungkinkan pengguna untuk melakukan interaksi, memunculkan berbagai bentuk komunikasi, serta untuk bertukar informasi.Sebagai suatu artefak kultural, internet juga bisa dilihat sebagai suatu fenomena sosial.(Nasrullah,2014:170)

2.5 Masyarakat Maya

Kehidupan masyarakat maya adalah sebuah kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung di indera melalui penginderaan manusia namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realitas (Bungin,2008:160). Adanya masyarakat maya mengungkapkan bahwa manusia mampu menciptakan ruang kehidupan baru bagi manusia di dalam dunia hiper-realitas. Masyarakat menggunakan seluruh metode kehidupan masyarakat nyata sebagai model yang dikembangkan di dalam segi kehidupan maya. Seperti membangun interaksi sosial dan kehidupan kelompok, membangun stratifikasi sosial, membangun kebudayaan, membangun pranata sosial, membangun kekuasaan, wewenang, dan kepemimpinan, membangun system kejahatan dan kontrol-kontrol sosial, dan sebagainya.(Bungin,2008:161)

2.5.1 Kebudayaan dalam Masyarakat Maya

Salah satu ciri masyarakat adalah menciptakan kebudayaan. Dalam masyarakat maya, kebudayaan yang dikembangkan adalah budaya-budaya pencitraan dan makna yang setiap saat dipertukarkan dalam ruang interaksi simbolis. (Bungin,2008:166)

2.6 Ruang Realitas Virtual

Ruang siber memberikan dan menyediakan fasilitas bagi pengguna untuk menemukan cara baru dalam berinteraksi, baik dalam aspek ekonomi, politik, sosial, dan sebagainya (Camp and Chien,2000 dalam Nasrullah,2014:107). Realitas di ruang siber inilah yang menjadikan internet sebagai ruang terbuka bagi siapa saja untuk berinteraksi atau sekadar mengkonstruksi diri. (Nasrullah,2014:107)

2.7 Motif

Menurut Aridyanto dan Erdiyana, motif merupakan suatu pengertian yang meliputi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu (2005: 87). Selain itu menurut Jalaludin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul “Psikologi Komunikasi” motif terbagi atas dua yaitu motif biologis dan motif sosiogenis (Rakhmat, 2012 : 35-37). Motif biologis adalah faktor-faktor biologis yang mendorong perilaku manusia seperti kebutuhan makanan-minuman dan istirahat (disebut *viscerl motives*), kebutuhan seksual, dan kebutuhan memelihara kelangsungan hidup dengan menghindari sakit dan

bahaya. Motif sosiogenesis adalah motif non biologis dan lebih bersifat perilaku, seperti motif ingin tahu, motif kompetensi, motif cinta, motif kebutuhan akan nilai, motif kebutuhan akan pemenuhan diri, dan lain-lain.

3. Metodologi Penelitian

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu paradigma konstruktivisme. Pandangan konstuktivisme menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya. Setiap pernyataan pada dasarnya adalah tindakan penciptaan makna, yakni tindakan pembentukan diri serta pengungkapan jati diri sang pembicara. Oleh karena itu analisis dapat dilakukan demi membongkar maksud dan makna-makna tertentu dari komunikasi (Ardianto dan Q-Anees,2009;151). Konstuktivisme cenderung menggunakan pengalamannya sendiri yang dituangkan untuk menjadi suatu paradigma. Konstruktivisme Sosial meneguhkan asumsi bahwa individu-individu selalu berusaha memahami dunia dimana mereka hidup dan bekerja. Makna yang didapatkan ini tidak sekedar dicetak untuk kemudian dibagikan kepada individu-individu, tetapi harus dibuat melalui interaksi dengan mereka dan melalui norma-norma historis dan sosial yang berlaku dalam kehidupan mereka sehari-hari(Creswell,2013:11). Peneliti memilih paradigma konstruktivisme agar peneliti mendapatkan pemahaman mengenai fakta-fakta yang terdapat pada proses interaksi sosial yang terjalin pada para gamers yang memainkan *game* duel otak.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk memahami suatu fenomena dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Penelitian kualitatif tidak mengutamakan besarnya populasi dan sampling, yakni lebih menekankan pada kedalaman (kualitas) data, bukan banyakan (kuantitas) data (Kriyantono, 2006: 57). Moleong dalam Prastowo (2011:22), berpendapat bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian (contohnya : perilaku,persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya) secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan metode etnografi virtual karena peneliti melakukan penelitian etnografi di dunia virtual khususnya pada interaksi sosial game duel otak. Etnografi virtual adalah metode etnografi yang dilakukan untuk melihat fenomena sosial dan atau kultur pengguna di ruang siber(Nasrullah,2014:171). Metode Etnografi Virtual bertujuan untuk mengetahui lebih dalam mengenai interaksi objek dalam dunia virtual. (Hine,2000:62-63 dalam Nasrullah, 2014 : 172).

3.3 Subjek Penelitian & Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah benda atau hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat dan yang dipermasalahkan(Prastowo,2011:27). 2011 : 28). Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah kalangan mahasiswa di Bandung yang bermain *game* duel otak. Pengertian "*gamers* kalangan mahasiswa di Bandung" yang digunakan sebagai subjek penelitian adalah para pemain *game* duel otak berintensitas bermain tinggi berusia 18-25 tahun yang merupakan orang-orang yang menuntut ilmu di daerah Kota Bandung.

Menurut Spradley (Sugiyono,2007:49 dalam Prastowo,2011:29), dalam penelitian kualitatif, objek penelitian adalah situasi sosial. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah *game* duel otak. Peneliti ingin menganalisa bagaimana interaksi sosial yang terjadi antar para pemain *game* duel otak sehingga *game* duel otak menjadi sangat populer karena pembahasannya selalu ada di hampir semua media sosial.

3.4 Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Dalam riset kualitatif dikenal dengan metode pengumpulan data:observasi (*field observavations*), *focus group discussion*, wawancara mendalam (*intensive/depth interview*) dan studi kasus (Wimmer,2000:110;Sendjaya,1997:32 dalam Kriyantono,2009:93). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data observasi dan wawancara mendalam.

3.5 Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Kebenaran realitas data menurut penelitian kualitatif tidak bersifat tunggal, tetapi jamak dan tergantung pada kemampuan peneliti mengkontruksi fenomena yang diamati. (Sugiyono, 2011:365). Uji penelitian kualitatif dinyatakan absah apabila telah memenuhi kriteria yaitu derajat keterpercayaan (*credibility*), keteralihan (t*ransferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*) (Satori dan Komariah, 2011:164).

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data model Miles dan Huberman. Pujileksono (205: 152) memaparkan bahwa analisis model ini dilakukan melalui tiga tahap yaitu:

1. Reduksi Data (Data Reduction)

   Reduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari pola dan temanya. Tahapan-tahapan reduksi data meliputi: (1) Membuat ringkasan, (2) Mengkode, (3) Menelusur tema, (4) Membuat gugus-gugus, (5) Membuat partisi, (6) Menulis memo.
2. Penyajian Data (Data Display)

   Penyajian data berarti mendisplay/menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dsb. Penyajian data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah bersifat naratif.
3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing and Verification)

   Kesimpulan dalam penelitian mungkin dapat menjawab rumusan masalah, karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang disajikan berupa deskripsi atau gambaran yang awalnya belum jelas dan dapat berupa hubungan kasual/interaktif dan hipotesis/teori. Penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan setelah dari lapangan.

4. Pembahasan

4.1 Interaksi Sosial

Interaksi sosial adalah kontak atau hubungan timbal balik atau interstimulasi dan respons antar individu, antar kelompok atau antar individu dan kelompok. (Maryati dan Suryawati,2003 dalam Anwar dan Adang,2013:194), mengartikan proses-proses sosial, cara-cara berhubungan yang dapat dilihat apabila orang-perorangan dan kelompok-kelompok manusia saling bertemu dan menentukan sistem serta bentuk-bentuk hubungan tersebut. (Anwar dan Adang,2013:194). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa di dalam aplikasi *game* duel otak terdapat fitur *chat* yang berfungsi sebagai wadah bagi para pemain untuk berkomunikasi serta berinteraksi antar pemain, praktisi pun mengakui bahwa kini wadah untuk berinteraksi sudah menjadi penting dan wajib mengingat hal tersebut dapat menjadi daya tarik bagi *user*. Uniknya interaksi sosial yang terjadi biasanya berupa percakapan saling mengejek, saling menantang dan saling membanggakan diri sendiri. Namun hal tersebut tidak serta merta membuat hubungan antar pemain menjadi tidak baik, justru dengan interaksi yang seperti itu mereka mengaku bahwa hal tersebut semakin mengakrabkan hubungan antar pemain dan permainan pun menjadi semakin seru dengan adanya interaksi tersebut. Hal tersebut didukung oleh pernyataan praktisi bahwa saling mengejek, saling menantang, saling membanggakan sudah menjadi hal lumrah karena antar per orangan saling meniru kebiasaan tersebut sehingga akhirnya hal tersebut menjadi hal yang biasa.

Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa sosial, melainkan dalam konteks atau situasi tertentu (Mulyana, 2012: 77). Pada prisnsipnya komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukkan muatan (isi) komunikasi yaitu apa yang dikatakan. Sedangkan dimensi hubungan menunjukkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi (Mulyana,2012:109). Berdasarkan hasil penelitian ternyata berbeda-beda berdasarkan bagaimana hubungan kedekatan dengan lawan. Dimensi isi pesan ketika berinteraksi dengan *user* yang merupakan teman atau orang yang dikenal biasanya cara berinteraksi yang sebagian besar dilakukan adalah mengejek, menantang, membicarakan hal apapun, lebih ekspresif dalam berinteraksi dan lebih berani menyatakan apapun. Sedangkan ketika berinteraksi dengan pemain acak atau orang asing cara berinteraksi yang biasanya dilakukan adalah menyampaikan pesan sesuai situasi contoh “lama” agar cepat bermain, memuji jika sengit, “lagi” jika skor tipis, terkadang mengejek juga berkenalan serta berteman virtual untuk dijadikan lawan yang sepadan. Perbedaan yang signifikan adalah pada orang yang dikenal mengejek adalah menjadi hal utama yang pasti disampaikan, sedangkan pada *stranger* hal utama adalah menyampaikan

pesan untuk bermain cepat. Dimensi hubungan mengisyaratkan konteks ketidak dekatan user ketika peneliti mendapat alasan mengapa mengejek bukan hal utama yang disampaikan pada *stranger* karena ketika berinteraksi dengan *stranger user* memiliki batasan, rasa tidak enak, dan tidak adanya kepuasan mengejek.

Manusia mempunyai kemampuan untuk berinteraksi dengan pihak lain dengan perantara lambang-lambang. Dengan menggunakan lambing-lambang tersebut, mereka berperilaku menurut hal- hal yang diartikan secara sosial. Hal ini menunjuk pada sifat khas dari interaksi (Anwar dan Adang,2013:384-385). Dalam interaksi yang dilakukan *user* pada *fitur chat* duel otak tidak terdapat bahasa khusus yang digunakan. Namun terdapat kata-kata yang sering terlontar diantaranya "cepet, lama nih, main lagi, masih berani?, beg* banget, cepet dong cepet, lama, gak usah main kalau gak bisa". Semua kata-kata tersebut dapat dikelompokan dalam kata-kata mengumpat dan memaki.

Sebagian besar *user* telah menganggap cara berinteraksi mengumpat dan memaki adalah sebagai hal yang biasa dan lumrah karena dianggap sebagai budaya interaksi dalam *fitur chat* duel otak tersebut. Hal ini sudah amat dipahami oleh para pemain sehingga tidak adanya kesalahpahaman yang terjadi antar pemain yang berinteraksi. Dikatakan budaya karena hal ini merupakan suatu kebiasaan atau ciri khas dari suatu kelompok yang dipertukarkan dalam ruang interaksi. Namun adapun salah satu praktisi yang tidak setuju karena menganggap pada dasarnya budaya kita adalah budaya timur yang sopan santun, kendati begitu ia pun mengakui bahwa kini memanglah *user* Indonesia cenderung selalu berinteraksi dengan melontarkan kata makian dan umpatan.

Selain menjadi budaya, cara berinteraksi seperti saling mengejek, saling menantang dan membanggakan diri adalah sebagai wujud bentuk-bentuk interaksi.

Kemudian, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti didapatkan bahwa bentuk interaksi sosial yang terjadi didalam *game* duel otak yaitu simpati, motivasi, dan identifikasi. Simpati karena interaksi terkait dengan perasaan yang ingin disampaikan kepada orang lain seperti lama,cupu dan sebagainya. Motivasi karena apa yang disampaikan dapat membuat penerima pesan termotivasi. Identifikasi karena interaksi yang terjadi cenderung sama dan dilakukan oleh *user* dikarenakan *user* meniru kebiasaan dari sesamanya agar dapat teridentifikasi sama.

4.2 Motif

Menurut Aridyanto dan Erdiyana, motif merupakan suatu pengertian yang meliputi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu (2005: 87). Jadi pasti ada motif dibalik sesuatu yang dilakukan oleh manusia, tak terkecuali motif dalam melakukan interaksi dalam fitur *chat game* duel otak.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, ada lima motif yang melatarbelakangi para *user* dalam berinteraksi . Berikut lima motif yang didapatkan dari hasil penelitian:

- Hiburan
- Mempererat hubungan
- Sarana komunikasi
- Kepuasan diri
- Menambah jaringan pertemanan

Lima motif yang didapatkan peneliti dari hasil penelitian diuraikan dalam tabel berikut ini :

No.	Motif	Uraian
1.	Hiburan	1.Mendapatkan keseruan dalam bermain dan berinteraksi 2.Hiburan dalam mengisi waktu luang 3.Merasa terhibur ketika berinteraksi dalam *fitur chat*
2.	Mempererat Hubungan	1.Mengakrabkan hubungan dengan orang lain atau teman 2.Mendekatkan hubungan dengan teman 3.Menjalin komunikasi dengan

		Teman
3.	Sarana Komunikasi	1.Menyampaikan pesan 2.Berkomunikasi dengan orang asing 3.Berinteraksi dengan teman
4.	Kepuasan Diri	1.Mendapat kepuasan ketika mengejek lawan 2.Memenuhi rasa ingin tahu dalam mengukur kemampuan lawan 3.Mendapat kepuasan ketika dapat menyombongkan diri melalui *fitur chat*
5.	Menambah Jaringan Pertemanan	1.Menambah pertemanan dengan cara berkenalan dalam *fitur chat* 2.Menambah pertemanan dengan *id user* yang tangguh untuk menjadi teman virtual atau lawan bermain virtual secara berkesinambungan

Sumber : Olahan Peneliti

4.3 Fungsi Komunikasi

Interaksi erat kaitannya dengan komunikasi dimana syarat terjadinya interaksi sosial salah satunya adalah dengan adanya komunikasi (Anwar dan Adang,2013:195). Ketika melakukan interaksi sosial secara otomatis orang akan mendapatkan fungsi-fungsi komunikasi sebagai dampak dari melakukan komunikasi.

Berdasarkan data yang didapatkan oleh peneliti dari hasil penelitian, terdapat tujuh fungsi komunikasi yang didapatkan para *user* ketika berinteraksi dalam *fitur chat* duel otak. Berikut adalah tujuh fungsi komunikasi yang didapatkan dari hasil penelitian:

1. Pernyataan Eksistensi Diri
2. Mempererat Hubungan
3. Memperoleh Rasa Senang
4. Sarana Penyampaian Perasaan
5. Kepuasan Diri
6. Aktualisasi Diri
7. Sarana Informasi

Tujuh fungsi komunikasi yang telah didapatkan dari hasil penelitian peneliti uraikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.4 Pembahasan Fungsi

No.	Fungsi Komunikasi	Uraian
1.	Pernyataan Eksistensi Diri	1.*Game* duel otak adalah *game happening* begitu pun interaksi yang terjadi di dalamnya, sehingga ketika *user* mengikuti tren hal tersebut merupakan pernyataan eksistensi diri bagi nya. 2.Adanya sistem *update* di sosial media membuat *user* eksis. 3.Ketika *user* menjadi lawan tangguh, ia akan menjadi bahan pembicaraan dan eksis di kalangan *user* lainnya.
2.	Mempererat Hubungan	1.Memupuk hubungan dengan teman yang bermain duel otak. 2.Berkomunikasi dengan teman bahkan berkomunikasi kembali dengan teman lama. 3.Menjalin silaturahmi 4.Merasa lebih dekat dengan teman

		5.Mengakrabkan diri dengan teman
3.	Memperoleh Rasa Senang	1.Hiburan di waktu senggang 2.Merasa senang ketika menang 3.Merasa senang jika dapat mengejek lawan
4.	Sarana Penyampaian Perasaan	1.Dapat menyampaikan perasaan (emosi) yang dirasakan dengan kata-kata kepada lawan. Contoh: Ketika menang merasa senang "hore", kecewa "yah",menyalurkan kemarahan dengan mengumpat.
5.	Kepuasan Diri	1.Merasa puas ketika mengejek dalam *fitur chat* 2.Merasa puas ketika menang dan mengalahkan 3.Merasa puas menggunakan *fitur chat* untuk menyombongkan diri pada lawan
6.	Aktualisasi Diri	1.Mengejek lawan dalam *fitur chat* agar terlihat hebat 2.Adu kepintaran dalam ketika berinteraksi dalam *fitur chat* dengan sengaja membahas ulang kesalahan jawaban lawan 3.Adu kesombongan dalam *fitur chat* (menyatakan diri hebat)
7.	Sarana Informasi	1.*Fitur chat* digunakan sebagai sarana mencari dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan *user*, baik itu mengenai topik duel otak maupun bukan.

Sumber : Olahan Peneliti

5. Simpulan

Setelah melakukan analisis data yang didapat dari proses wawancara dan observasi, berikut merupakan kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang berjudul Interaksi Sosial Dalam Game Duel Otak (Studi Etnografi Virtual pada Mahasiswa di Bandung):

1. Interaksi sosial yang terjalin dengan sesama pemain baik dan lancar karena adanya fitur *chat* yang dapat menjadi wadah penyampaian pesan dan interaksi sosial yang dilakukan dapat mengakrabkan hubungan antar pemain dengan berbagai macam cara berinteraksi. Cara berinteraksi yang dilakukan *user* berbeda-beda berdasarkan bagaimana hubungan kedekatan dengan lawan. Jika berinteraksi dengan *user* yang merupakan teman atau orang yang dikenal biasanya cara berinteraksi yang sebagian besar dilakukan adalah mengejek, menantang, membicarakan hal apapun, lebih ekspresif dalam berinteraksi dan lebih berani menyatakan apapun. Sedangkan ketika berinteraksi dengan pemain acak atau orang asing cara berinteraksi yang biasanya dilakukan adalah menyampaikan pesan sesuai situasi contoh "lama" agar cepat bermain, memuji jika sengit, "lagi" jika skor tipis, terkadang mengejek juga berkenalan serta berteman virtual untuk dijadikan lawan yang sepadan. Perbedaan yang signifikan adalah pada orang yang dikenal mengejek adalah menjadi hal utama yang pasti disampaikan, sedangkan pada *stranger* hal utama adalah menyampaikan pesan untuk bermain cepat. Adapun alasan mengapa mengejek bukan hal utama yang disampaikan pada *stranger* karena ketika berinteraksi dengan *stranger user* memiliki batasan, rasa tidak enak, dan tidak adanya kepuasan mengejek. Tidak terdapat bahasa khusus di dalam interaksi yang dilakukan *user* pada *fitur chat* duel otak. Namun terdapat kata-kata yang sering terlontar yang merupakan kata-kata yang dapat dikelompokan dalam kata-kata mengumpat dan memaki. Sebagian besar *user* telah menganggap cara berinteraksi mengumpat dan memaki adalah sebagai hal yang biasa dan lumrah karena dianggap sebagai budaya interaksi dalam *fitur chat* duel otak tersebut. Hal ini sudah amat dipahami oleh para pemain sehingga tidak adanya kesalahpahaman yang terjadi antar pemain yang berinteraksi. Bentuk interaksi sosial yang terjadi di dalam *fitur chat* duel otak didapatkan simpulan bahwa bentuk interaksi sosial yang terjadi yaitu simpati, motivasi, dan identifikasi. Simpati karena interaksi terkait dengan perasaan yang ingin disampaikan kepada orang lain seperti lama,cupu, dan lain-lain. Motivasi karena apa yang disampaikan dapat membuat penerima pesan termotivasi. Identifikasi karena interaksi yang terjadi cenderung sama dan dilakukan oleh *user* dikarenakan *user* meniru kebiasaan dari sesamanya.

2. Terdapat lima motif yang melatarbelakangi informan dalam melakukan interaksi sosial di dalam *game* duel otak yaitu :
   1. Hiburan
   2. Mempererat hubungan
   3. Sarana komunikasi
   4. Kepuasan diri
   5. Menambah jaringan pertemanan
3. Terdapat tujuh fungsi komunikasi yang didapatkan oleh *user* ketika melakukan interaksi sosial di dalam *fitur chat* duel otak yaitu:
   1. Pernyataan Eksistensi Diri
   2. Mempererat Hubungan
   3. Memperoleh Rasa Senang
   4. Sarana Penyampaian Perasaan
   5. Kepuasan Diri
   6. Aktualisasi Diri
   7. Sarana Informasi

DAFTAR PUSTAKA

[1] Anwar, Yesmil dan Adang. 2013. *Sosiologi Untuk Universitas.* Bandung : PT. Refika Aditama

[2] Ardianto, Elvinaro dan Bambang Q-Anees. 2009. *Filsafat Ilmu Komunikasi.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

[3] Bugin, Burhan.2008. *Sosiologi Komunikasi*.Jakarta:Kencana Prenada Media Group

[4] Creswell, John.W.2013.*Research Design Pendekatan Kualitatif,Kuantitatif dan Mixed*.Yogyakarta:Pustaka Pelajar

[5] Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.Jakarta: Kencana Prenada Media Group

[6] Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

[7] Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Medua Siber (Cybermedia)*, Jakarta ; Kencana

[8] Prastowo, Andi.2011.Memahami Metode-Metode Penelitian. Jogjakarta:Ar-Ruzz Media

[9] Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

[10]Satori, Djam'an dan Aan Komariah. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta

[11] Suryanto.2015.*Pengantar Ilmu Komunikasi*.Bandung :CV.Pustaka Setia

[12] Stewart, Colin and Kowaltzke Adam. 2008. *Media. New Ways and Meanings*. Australia: JacarandaPlus

[13] http://ligagame.com/index.php/home/1/5228-berapa-jumlah-pemain-game-online-di-indonesia-ini-datanya diakses pada 3 November pukul 14.33 WIB

[14]http://ekbis.sindonews.com/read/1059479/34/industri-kreatif-indonesia-jangan-dikuasai-asing-1446806742 diakes pada 7 November 2015 pukul 13.25 WIB

[15]https://id.techinasia.com/penggunasmartphone-di-asia-bermain-game-mobile-lebih-lama-dibandingkan-benua-lain/ diakses pada Senin, 16 November 2015 pukul 1.20 am WIB

[16]http://tekno.tempo.co/read/news/2015/11/12/172718373/pasar-game-mobile-indonesia-berpotensi-salip-amerika diakses pada Senin, 16 November 2015 pukul 1.31 am WIB

[17]http://www.slideshare.net/internetsehat/profil-pengguna-internet-indonesia-2014-riset-oleh-apjii-dan-puskakom-ui diakses pada 25 November 2015 pukul 21.05 WIB