

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai landasan referensial yang memperkuat arah dan posisi penelitian yang sedang dilakukan. Dalam konteks penelitian ini, yaitu mengkaji gaya komunikasi Setiawan Ade pada penonton saat *restream Mobile Legends Professional League* Indonesia, peneliti meninjau beberapa karya ilmiah yang relevan dan mendukung secara konseptual maupun metodologis.

Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa game online, khususnya *Mobile Legends*, tidak hanya menjadi sarana hiburan tetapi juga wadah interaksi sosial dan pembentukan gaya komunikasi, baik verbal maupun nonverbal. Penelitian-penelitian ini juga mencerminkan pergeseran pola komunikasi masyarakat di era digital, terutama melalui media sosial dan platform streaming. Penelitian mengenai gaya komunikasi dalam ruang digital, khususnya pada konteks game online, telah banyak dilakukan untuk memahami dinamika interaksi, strategi penyampaian pesan, serta dampak komunikatif terhadap audiens atau sesama pemain.

(1). Salah satu penelitian yang relevan dilakukan oleh Ahmad Sulkifli dkk. dengan judul "*Analisis Gaya Komunikasi Interpersonal Generasi Z Melalui Game Mobile Legends di Watampone*". Penelitian ini dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal terbentuk dan berkembang di kalangan generasi Z melalui permainan *Mobile Legends*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemain tidak hanya berinteraksi untuk tujuan teknis dalam permainan, tetapi juga membentuk hubungan sosial yang bersifat emosional dan kolaboratif. Komunikasi dalam game berperan sebagai sarana membangun keintiman sosial dan memperkuat solidaritas kelompok. Namun demikian, fokus utama penelitian ini terbatas pada komunikasi dua arah antar pemain

(interpersonal), bukan pada komunikasi satu arah dari figur publik kepada audiens dalam ruang digital yang lebih luas.

(2). Penelitian lain dilakukan oleh Sulton Solihin dari Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta dengan judul “*Analisis Perilaku Trash-Talk dalam Komunikasi Virtual pada Game Online Mobile Legends*”. Penelitian ini diterbitkan dalam *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Politik*, Volume 2 Nomor 2 Tahun 2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk perilaku *trash-talk* yang muncul dalam interaksi virtual antar pemain game *Mobile Legends*, serta menganalisis dampaknya terhadap etika komunikasi dan kondisi psikologis pemain. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik observasi partisipatif, serta didukung oleh teori etnografi virtual dari *Christine Hine*, prinsip komunikasi efektif *REACH* dari *Mark L. Knapp*, dan klasifikasi *cyberbullying* dari Willard. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trash-talk* dalam game merupakan bentuk komunikasi agresif yang mencakup ejekan, hinaan, ancaman, dan ujaran kebencian, yang secara nyata melanggar etika komunikasi dan dapat dikategorikan sebagai bentuk kekerasan verbal dalam dunia maya. Penelitian ini memfokuskan kajiannya pada bentuk komunikasi destruktif antar pemain, bukan pada komunikasi yang bersifat naratif, edukatif, dan analitis seperti yang dikaji dalam penelitian ini.

(3). Penelitian ketiga yang memiliki keterkaitan tematik adalah skripsi karya Muhammad Dzakirul Maula berjudul “*Gaya Komunikasi Streamer Game Online Mobile Legends pada Channel YouTube Oura Gaming*” dari Universitas Islam Sultan Agung Semarang (2023). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik observasi dan analisis isi terhadap konten video pada kanal YouTube milik Eko Julianto (Oura). Rumusan masalah dalam penelitian ini berkaitan dengan identifikasi gaya komunikasi streamer selama melakukan siaran langsung permainan *Mobile Legends*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua gaya komunikasi yang dominan, yaitu gaya komunikasi agresif dan gaya komunikasi asertif. Gaya agresif ditandai dengan ekspresi dominasi dan kata-kata yang bersifat perintah atau kasar, sementara gaya asertif mencerminkan ekspresi diri yang mempertimbangkan audiens, dengan tujuan terciptanya komunikasi yang seimbang. Penelitian ini mengkaji dinamika komunikasi streamer secara verbal dan

spontan dalam konteks hiburan digital, namun tidak menekankan aspek edukatif maupun struktur komunikasi analitis seperti yang menjadi fokus dalam penelitian ini.

Berdasarkan ketiga studi terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa belum terdapat kajian yang secara khusus meneliti gaya komunikasi yang digunakan oleh seorang figur publik dengan latar belakang profesional dalam dunia *esports*, khususnya pada konteks *restreaming* turnamen resmi seperti *Mobile Legends Professional League (MPL) Indonesia*. Penelitian mengenai Setiawan Ade sebagai subjek komunikasi menawarkan dimensi baru dalam wacana komunikasi digital, yakni komunikasi yang tidak hanya bersifat informatif dan edukatif, tetapi juga menampilkan ciri kritis, logis, dan strategis dalam penyampaian narasi pertandingan. Perbedaan signifikan penelitian ini terletak pada pendekatannya terhadap komunikasi satu-ke-banyak (*one-to-many*) yang bersifat publik, dengan memperhatikan struktur, tujuan komunikasi, serta peran komunikator sebagai figur otoritatif dalam komunitas digital. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan studi gaya komunikasi dalam ruang digital berbasis *live restream* dan komunikasi strategis dalam bidang *esports*.

Berbagai pendekatan teoritis telah digunakan, mulai dari teori komunikasi interpersonal, dan teori gaya komunikasi, untuk menjelaskan fenomena komunikasi yang terjadi dalam ruang virtual. Hasil-hasil temuan tersebut memperlihatkan bahwa gaya komunikasi yang digunakan dalam ruang digital seperti YouTube dan game online sangat beragam, mulai dari gaya agresif, asertif, hingga bentuk komunikasi nonverbal dan visual yang dikemas dalam konten digital.

Namun demikian, belum banyak kajian yang secara khusus meneliti gaya komunikasi yang diterapkan oleh seorang *streamer profesional* dalam konteks *restream* pertandingan *e-sport*, khususnya *Mobile Legends Professional League (MPL) Indonesia*, serta bagaimana gaya komunikasi tersebut membentuk relasi psikologis dengan penonton dalam ruang interaktif *live streaming*. Dengan mengkaji gaya komunikasi Setiawan Ade, seorang figur yang dikenal aktif dalam dunia *restream MPL Indonesia*, penelitian ini diharapkan mampu memberikan perspektif baru mengenai praktik komunikasi di era digital, yang tidak hanya dilihat

dari sisi linguistik semata, melainkan juga dari dimensi sosial, emosional, dan performatif yang menyertainya.

2.2 Kerangka Konsep dan Landasan Teori

2.2.1 Komunikasi

Komunikasi berasal dari kata-kata (bahasa) Latin *communis* yang berarti umum (*common*) atau bersama. Apabila kita berkomunikasi, sebenarnya kita sedang berusaha menumbuhkan suatu kebersamaan (*commonnes*) dengan seseorang. Yaitu kita berusaha berbagai informasi, ide atau sikap (Hasmawati, 2019).

Komunikasi merupakan proses dinamik transaksional yang mempengaruhi perilaku sumber dan penerimanya dengan sengaja menyadari (*to code*) perilaku mereka untuk menghasilkan pesan yang mereka salurkan lewat suatu saluran (*channel*) guna merangsang atau memperoleh sikap atau perilaku tertentu (Mahmudah & Mansyur, 2021).

Berkomunikasi merupakan kegiatan rutin manusia sejak mereka dilahirkan, mulai dari tangisan sang bayi yang menyampaikan pesan berisi kebutuhan psikologis dan fisiologisnya, sampai dengan pesan berisi kebutuhan komplementer orang dewasa. Semuanya tidak terlepas dari proses penyampaian dan penerimaan pesan yang disebut komunikasi. Menurut Wilbur Shcram menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu perwujudan persamaan makna antara komunikator dan komunikan. Komunikasi tidak hanya tukar pendapat, tetapi mencakup lebih luas. Artinya, suatu proses penyampaian pesan di mana seseorang atau lembaga tersebut berusaha mengubah pendapat atau perilaku si penerima pesan atau penerima informasi. Sedangkan menurut Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Sementara Shannon dan Weaver (1949) bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh

memengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja (Watie & Satya, 2011).

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh individu atau kelompok melalui simbol, tanda, atau perilaku tertentu, dengan tujuan menciptakan pemahaman yang sama antara pengirim dan penerima pesan. Dalam perspektif ilmiah, komunikasi dipandang sebagai interaksi dinamis yang melibatkan komponen-komponen seperti sumber pesan (komunikator), pesan itu sendiri, saluran atau media penyampaian, penerima (komunikan), serta umpan balik yang menunjukkan respons terhadap pesan yang diterima. Proses ini tidak hanya bersifat linear, tetapi juga transaksional, karena komunikasi memungkinkan terjadinya pertukaran makna secara timbal balik dalam suatu konteks sosial, budaya, maupun situasional tertentu. Efektivitas komunikasi ditentukan oleh kejelasan pesan, kesesuaian media, keterampilan komunikator, serta tingkat kesamaan kerangka referensi antara pihak-pihak yang terlibat. Dengan demikian, komunikasi menjadi sarana fundamental dalam membangun relasi, koordinasi, dan transformasi pengetahuan dalam kehidupan individu maupun masyarakat.

2.2.2 Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi adalah perilaku komunikasi yang dilakukan seseorang dalam suatu organisasi yang bertujuan untuk mendapatkan *feedback* dari orang lain terhadap pesan organisasional yang disampaikan. Gaya komunikasi memiliki pengaruh terhadap kualitas layanan dan kepuasan. Gaya komunikasi diukur menggunakan indikator posisi tubuh, kontak mata, ekspresi wajah, dan intonasi suara.

Secara prinsip dapat dipahami bahwa gaya komunikasi adalah cara komunikator dalam menyampaikan pesan, baik dalam hal penggunaan komunikasi verbal ataupun non verbal, yang khas berdasarkan konteks dan situasi tertentu. Kemudian, gaya komunikasi itu juga bersifat dinamis. Artinya gaya komunikasi itu dimungkinkan berbeda bentuknya antara komunikasi satu dengan komunikasi lainnya. Misalnya pada saat seseorang

berkomunikasinya dengan orang terdekatnya akan berbeda gaya komunikasi dengan orang yang baru dikenal. Gaya komunikasi yang tepat tentu akan memperlancar proses komunikasi dan menciptakan hubungan yang harmonis. Hal ini dikarenakan penggunaan gaya komunikasi dipengaruhi oleh situasi yang dihadapi. Saat komunikator menggunakan gaya komunikasi, maka itu dapat merefleksikan identitas pribadi yang mampu memengaruhi persepsi orang lain terhadap identitas ini. Ketika komunikator menyampaikan pesan menggunakan gaya komunikasi yang sesuai dengan komunikan, maka akan mempermudah proses penerimaan pesan karena adanya kesesuaian antara apa yang dipersepsikan dengan apa yang diharapkan komunikan (Kodir & Rizkianto, 2021).

Gaya komunikasi ada tiga yaitu: Gaya komunikasi Asertif, non asertif dan agresif. Gaya komunikasi Asertif ialah gaya ini memiliki ciri mampu mengekspresikan perasaan dan harga diri berdasarkan pikiran yang etis. Sehingga dalam mengekspresikan diri dengan memberi perhatian, martabat dan rasa hormat. Gaya non asertif lebih menunjukkan pada perasaan takut dan bimbang, mengingkari diri, serta lebih memberikan keuntungan pada orang lain. Gaya Agresif ialah Gaya ini berusaha mendominasi dalam interaksi dengan orang lain baik verbal maupun non verbal. Gaya ini sangat tidak efektif karena ada pemaksaan hak orang lain. Tiga macam gaya komunikasi antara lain: non assertive ditandai dengan kecenderungan untuk menyembunyikan atau berdiam diri apabila terdapat suatu masalah. Hal tersebut mendorong individu untuk memilih berdiam diri dari pada memicu keramaian demi terciptanya perdamaian, assertive merupakan sebuah gaya yang ditandai dengan menyatakan opini secara langsung atau terbuka agar tujuan orang tersebut terpenuhi, agresive adalah gaya komunikasi yang ditandai dengan usaha individu untuk selalu hadir atau mendekati diri disetiap kesempatan (Mutawakkil & Nuraedah, 2019).

Steward L.Tubbs dan Sylvia Mos menyatakan “Gaya komunikasi ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi,

memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau *one-way communication*". Gaya komunikasi adalah seperangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi dan digunakan dalam suatu sistem tertentu. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan bergantung pada maksud dari pengirim (*sender*) dan harapan dari penerima (*receiver*).

Gaya komunikasi (*communication style*) memiliki pengertian sebagai seperangkat perilaku antar pribadi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu. Gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang digunakan untuk mendapatkan respon atau tanggapan. Gaya komunikasi yakni sebuah perilaku antar pribadi menghususkan dan digunakan dalam keadaan situasi tertentu. Gaya komunikasi memberikan pemahaman mengenai bagaimana perilaku individu di dalam organisasi (Okki Setiya Wijaya et al., 2023).

2.2.3 Macam-Macam Gaya Komunikasi

Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss mengelompokkan gaya komunikasi menjadi enam bagian. Berikut gaya komunikasi yang akan dijadikan acuan dalam penelitian ini (Khaira, 2022).

a) The controlling style

Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa, serta mengatur sikap, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal nama komunikator satu arah atau *one way communications*. *Controlling style of communications* ini lebih memusatkan perhatian kepada pengiriman pesan dibanding upaya mereka untuk berharap pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian untuk berbagi pesan.

b) The equalitarian style

Aspek penting gaya komunikasi ini adalah adanya landasan kesamaan. *The equalitarian style of communication* ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two-way traffic of communication*).

c) *The structuring style*

Gaya komunikasi yang berstruktur ini memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan. Pada gaya komunikasi ini seseorang mampu merencanakan pesan-pesan untuk memantapkan tujuannya, memberikan penegasan atau mempunyai jawaban setiap pertanyaan-pertanyaan yang muncul.

d) *The dynamic style*

Gaya komunikasi yang dinamis ini mempunyai kecenderungan agresif karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungan pekerjaan berorientasi pada tindakan (*action oriented*). *The dynamic style of communication* ini sering digunakan oleh para juru kampanye ataupun *supervisor* yang membawa para wiraniaga (*salesmen and saleswomen*).

e) *The relinquishing style*

Gaya komunikasi ini mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat, ataupun gagasan orang lain dari pada keinginan untuk memberi perintah meskipun pengirim pesan (*sender*) mempunyai hak untuk memberikan perintah serta mengontrol orang lain. Pesan dalam gaya komunikasi ini akan efektif ketika pengirim bekerja sama dengan orang yang berpengetahuan, teliti, bertanggung jawab, dan berpengalaman.

f) *The Withdrawal style*

Gaya komunikasi ini dapat dikatakan mengalihkan suatu topik. Akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah akan ada beberapa hambatan ataupun kesulitan yang dihadapi oleh orang-orang tersebut dan tidak banyak orang yang menggunakan gaya komunikasi ini untuk berkomunikasi dengan orang lain.

Berdasarkan analisis proposisi gaya komunikasi yang dikemukakan oleh *Ronald B. Adler* dan *Neil Towne*, serta perspektif *Steward L. Tubbs* dan *Sylvia Moss*, dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi merupakan elemen abecedarian dalam membentuk efektivitas hubungan interpersonal. *Adler* dan *Towne* menekankan pentingnya menyesuaikan gaya komunikasi dengan lingkungan sosial, karakteristik pengikut, dan pretensi komunikasi, sehingga memungkinkan terciptanya koneksi yang adaptif, terbuka, dan pengertian. Sementara itu, *Tubbs* dan *Moss* menekankan gaya komunikasi sebagai bagian dari proses komunikasi interpersonal, yang tercermin melalui persepsi, pesan verbal dan verbal, serta hambatan mental yang mungkin timbul selama komunikasi.

Meskipun kedua proposisi tersebut memiliki manfaat penting dalam memahami dinamika komunikasi interpersonal, dalam konteks eksplorasi gaya komunikasi *Setiawan Ade* selama *restream Mobile Legends Professional League Indonesia*, penulis lebih memilih menggunakan pendekatan proposisi gaya komunikasi *Ronald B. Adler* dan *Neil Towne*. Hal ini didasarkan pada penerapan kerangka teori mereka dalam menjelaskan bagaimana agen dapat menyesuaikan gaya komunikasinya dengan karakteristik budaya digital dan dinamika hubungan pada platform media baru. Oleh karena itu, usulan *Adler* dan *Towne* dianggap lebih kontekstual dan aplikatif untuk membedah bentuk-bentuk komunikasi yang interaktif, fleksibel, dan strategis, serupa dengan yang dilakukan oleh *Setiawan Ade* dalam menyampaikan pesan kepada komunitas *e-sports* secara daring.

2.2.4 Live Streaming

Berkembangnya industri game membuat berbagai jenis media sosial baru dalam kurun beberapa waktu ini salah satunya *live streaming*. Dalam *live streaming* memiliki keunikan seperti sinkronisasi, siaran secara *real time*, ataupun interaksi antara streamer dan penonton. *live streaming* menjadi bentuk hiburan baru yang berkembang. *live streaming* adalah tempat ketiga yang disajikan secara virtual yang mana para pengguna dapat

membuat komunitasnya sendiri, saling berinteraksi melalui fitur obrolan, serta bercanda satu sama lain tentang konten game yang disajikan (SaThierbach et al., 2015).

Live streaming adalah media yang merekam dan menyiarkan secara *real time*. Transmisi dilakukan dengan menggunakan satu atau lebih jenis teknologi komunikasi yang memungkinkan gambar dan suara untuk segera dikirim dari satu lokasi ke lokasi lain sehingga membuat *audiens* merasa seperti hadir dalam acara atau kegiatan yang disiarkan secara *real time* tersebut. Perkembangan layanan *live streaming* yang begitu pesat telah berkontribusi secara signifikan terhadap perubahan perilaku menonton di kalangan masyarakat. *Live streaming* juga dapat menjadi bagian dari arus utama audio dan video serta arus utama sosial di masa depan. Munculnya teknologi *live streaming* juga turut berkontribusi menumbuhkan komunitas web baru yang diinisiasi oleh pengguna dan konten (Hidayanto, 2020).

Live streaming merupakan bentuk penyiaran media digital secara langsung melalui jaringan internet yang memungkinkan audiens mengakses konten audio-visual secara real-time tanpa harus mengunduhnya terlebih dahulu. Fenomena ini menjadi bagian dari perkembangan komunikasi mediasi komputer (*computer-mediated communication*) yang menekankan pada kecepatan, interaktivitas, serta partisipasi pengguna dalam proses komunikasi. Melalui berbagai platform seperti YouTube Live, Facebook Live, Twitch, dan TikTok Live, live streaming tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi massa yang dinamis dan partisipatif. Dalam konteks komunikasi, live streaming menciptakan ruang interaksi dua arah antara penyiar dan audiens, sehingga memperkuat keterlibatan emosional, membangun komunitas virtual, serta memperluas distribusi pesan secara global.

2.2.5 Restream

a) Pengertian *Restream*

Restreaming, atau umumnya disebut *multistreaming*, adalah proses menyiarkan ulang konten *streaming* langsung yang telah atau

sedang berlangsung di satu atau beberapa *platform* secara bersamaan. Proses ini umumnya dilakukan oleh pihak ketiga, baik perorangan maupun asosiasi, dengan tujuan menjangkau pengikut yang lebih luas melalui *platform-platform* seperti YouTube, Facebook, Twitch, TikTok, dan lainnya.

Secara teknis, *restream* juga bisa merujuk pada penggunaan layanan atau *software* seperti *Restream.io*, yang memungkinkan pengguna untuk mengalitkan satu video live ke beberapa *platform* secara serentak.

b.) Pendekatan *Restream*

Restream dilakukan dengan dua pendekatan umum:

1. *Simulcasting (live multi-platform streaming)*

Di mana satu siaran langsung dikirim ke beberapa *platform* secara bersamaan melalui bantuan *platform* pihak ketiga seperti *Restream.io*, OBS (*Open Broadcaster Software*) yang dikombinasikan dengan RTMP (*Real-Time Messaging Protocol*) atau perangkat lunak *broadcasting* lainnya. Ini membantu *Streamer* atau *brand* menjangkau audiens yang berada di berbagai *platform* sekaligus.

2. Replay Stream atau Redistribusi Konten

Konten siaran ulang dari *event live* sebelumnya ditayangkan kembali dengan format yang sama atau telah melalui proses *editing*. Tujuannya untuk menjangkau *audiens* baru atau mempertahankan *engagement* dari komunitas yang tidak sempat menonton secara langsung.

c.) Manfaat *Restream*

Restream memiliki 4 manfaat yaitu:

1. Meningkatkan jangkauan audiens
2. Efisiensi waktu dan sumber daya
3. Memperluas *brand exposure* atau personal branding

4. Memudahkan analisis dan pengukuran keterlibatan penonton dari berbagai *platform*.

2.2.6 *Mobile Legends Professional League Indonesia*

a.) Pengertian *Mobile Legends*

Mobile Legends adalah sebuah permainan bergenre MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*), yang dirilis oleh developer game asal china yaitu Moonton. Permainan ini bersistem 5 vs 5, yang bertujuan menghancurkan basis antar tim dengan tim musuh. Adanya permasalahan yang selalu ditemukan dalam permainan yaitu kemenangan atau kekalahan. Yang menjadi inti permasalahan dalam permainan ini adalah jika sebuah tim salah memilih hero dalam *fase draftpick* yang mengakibatkan susunan tim menjadi buruk (Bayulianto et al., 2023).

Mobile Legends adalah game yang dimainkan oleh dua tim dalam sebuah permainan, dimana dalam satu tim terdiri dari lima orang pemain. Di dalam satu permainan setiap tim bertugas untuk menjaga base dan menyerang base lawan. Sebelum menghancurkan base lawan, masing-masing tim juga harus melakukan pemilihan hero yang akan digunakan dan ban hero atau melarang penggunaan hero. Kunci kemenangan game Mobile Legends terdapat pada penentuan strategi dalam melakukan ban dan pick hero (Yonatan et al., 2024).

b.) Pengertian *Mobile Legends Professional League Indonesia*

Mobile Legends Professional League Indonesia (MPL Indonesia) adalah sebuah liga *e-sport* profesional yang diselenggarakan khusus untuk game *Mobile Legends: Bang Bang* di Indonesia. Turnamen ini merupakan bagian dari kompetisi resmi yang diinisiasi oleh Moonton, sebagai pengembang game MLBB, dan menjadi salah satu liga paling bergengsi di tingkat Asia Tenggara. MPL Indonesia bertujuan untuk mengembangkan ekosistem *e-sport* tanah air, menjadi wadah bagi pemain profesional untuk berkompetisi

secara resmi, serta menjaring talenta-talenta terbaik untuk bisa tampil di kancah internasional, seperti *M-Series*, *SEA Games*, dan *MSC (Middle Season Cup)*. Liga ini diselenggarakan secara berkalah dalam beberapa musim setiap tahun, yang terdiri dari babak *Regular Season* dan *Playoff*. MPL Indonesia diikuti oleh tim-tim franchise ternama seperti *RRQ*, *EVOS*, *ONIC* dan lainnya. Sejak pertama kali digelar pada tahun 2018, MPL Indonesia terus berkembang dan menjadi salah satu liga *Mobile Legends* paling kompetitif dan populer di dunia, dengan jutaan penonton yang mengikuti jalannya pertandingan baik secara langsung maupun melalui *platform streaming*. Kehadiran MPL Indonesia juga mendorong industri kreatif digital, serta membuka peluang karier bagi para pemain, *caster*, analis, dan pelaku konten *e-sport* lainnya di Indonesia.

2.2.7 Teori Gaya Komunikasi Ronald B. Adler dan Neil Towne

Dalam konteks komunikasi interpersonal, gaya komunikasi merujuk pada kecenderungan perilaku seseorang dalam menyampaikan pesan, baik secara verbal maupun nonverbal, yang merepresentasikan karakteristik dan sikap individu terhadap orang lain. *Ronald B. Adler* dan *Neil Towne* (2011) mendefinisikan gaya komunikasi sebagai suatu bentuk ekspresi interpersonal yang menggambarkan bagaimana seseorang mengekspresikan pikiran, perasaan, dan sikapnya dalam berinteraksi dengan individu lain. Gaya ini bukan hanya berkaitan dengan isi pesan, melainkan juga dengan cara penyampaiannya, termasuk penggunaan intonasi suara, ekspresi wajah, pilihan kata, dan sikap tubuh, yang pada akhirnya membentuk persepsi komunikasi terhadap komunikator.

Gaya komunikasi merupakan cara seseorang berinteraksi secara verbal ataupun nonverbal dengan tujuan memberi pemahaman atau tanda agar komunikasi dapat dimengerti dengan istilah-istilah yang disampaikan. Gaya komunikasi setiap orang akan berbeda-beda sesuai dengan kondisi dan keadaan yang dihadapi individu. Gaya komunikasi juga dapat mengungkapkan karakter seseorang yang memberi makna baik dari segi

ekspresi seperti gembira, marah, sedih, suka, benci, bosan dan lain sebagainya. Gaya komunikasi secara tidak langsung mampu menentukan citra diri seseorang. Citra positif yang dimiliki seseorang akan berpengaruh pada minat dan banyaknya orang lain yang menyukainya, secara tidak langsung juga mampu berperan dalam menarik perhatian publik pada saat berlangsungnya proses *live*. Gaya komunikasi seseorang sebaiknya hanya memberikan gambaran yang negatif terhadap dirinya, maka akan banyak orang yang tidak tertarik dengan unggahan atau *live* tersebut (Amelinda et al., 2023).

Adler dan Towne mengklasifikasikan gaya komunikasi ke dalam empat tipe utama, yaitu: komunikasi asertif, komunikasi agresif, komunikasi pasif, dan komunikasi manipulatif.

1. Gaya komunikasi asertif ditandai oleh kemampuan individu untuk mengekspresikan pikiran, perasaan, dan keyakinannya secara jelas dan terbuka, tanpa merugikan atau mendominasi pihak lain. Komunikator asertif cenderung menghargai hak orang lain, tetapi tetap mempertahankan integritas pribadi.
2. Gaya komunikasi agresif merupakan gaya yang menonjolkan dominasi, tekanan, serta kecenderungan untuk mengontrol interaksi secara berlebihan. Komunikator agresif sering kali mengabaikan perspektif atau kepentingan pihak lain demi mempertahankan pendapatnya sendiri.
3. Gaya komunikasi pasif memperlihatkan sikap enggan menyatakan pendapat secara terbuka, cenderung menghindari konfrontasi, dan menempatkan kebutuhan pihak lain di atas kebutuhan pribadi.
4. Gaya komunikasi pasif-agresif adalah bentuk komunikasi yang tampak pasif di permukaan, namun sebenarnya mengandung resistensi atau penolakan secara terselubung. Individu dengan gaya ini biasanya enggan menyampaikan pendapat atau perasaan secara langsung, melainkan mengekspresikannya melalui sindiran, sarkasme, humor yang menyindir, atau ekspresi nonverbal yang bertentangan dengan ucapan.

Dalam konteks siaran digital, khususnya pada aktivitas restream pertandingan *Mobile Legends Professional League* (MPL) Indonesia, gaya komunikasi menjadi elemen penting yang membentuk karakteristik komunikasi antara *streamer* dan *audiens*. Melalui gaya komunikasi tertentu, seorang *streamer* tidak hanya menyampaikan narasi pertandingan, tetapi juga membangun interaksi sosial, mengarahkan emosi audiens, serta menciptakan kesan yang mendalam melalui cara berkomunikasi yang khas. *Streamer* berperan sebagai komunikator publik yang menavigasi ruang interaksi digital melalui ekspresi verbal dan nonverbal yang berlangsung secara *real time*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji gaya komunikasi yang ditampilkan oleh Setiawan Ade dalam aktivitas restream pertandingan MPL Indonesia, dengan menggunakan teori gaya komunikasi *Adler* dan *Towne* sebagai kerangka konseptual. Gaya komunikasi Setiawan Ade dianalisis berdasarkan kecenderungannya dalam berinteraksi dengan audiens, menyampaikan komentar terhadap pertandingan, dan merespons dinamika interaksi selama siaran. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengidentifikasi apakah gaya komunikasi yang dominan bersifat asertif, agresif, pasif, atau manipulatif, serta bagaimana gaya tersebut berkontribusi dalam membentuk relasi sosial, daya tarik komunikasi, dan keterlibatan *audiens* dalam ruang digital.

Dengan demikian, teori gaya komunikasi *Ronald B. Adler* dan *Neil Towne* memberikan pijakan teoretis yang relevan dalam menganalisis komunikasi digital yang bersifat interpersonal sekaligus performatif, sebagaimana tercermin dalam praktik komunikasi streamer dalam konteks industri game dan media baru.

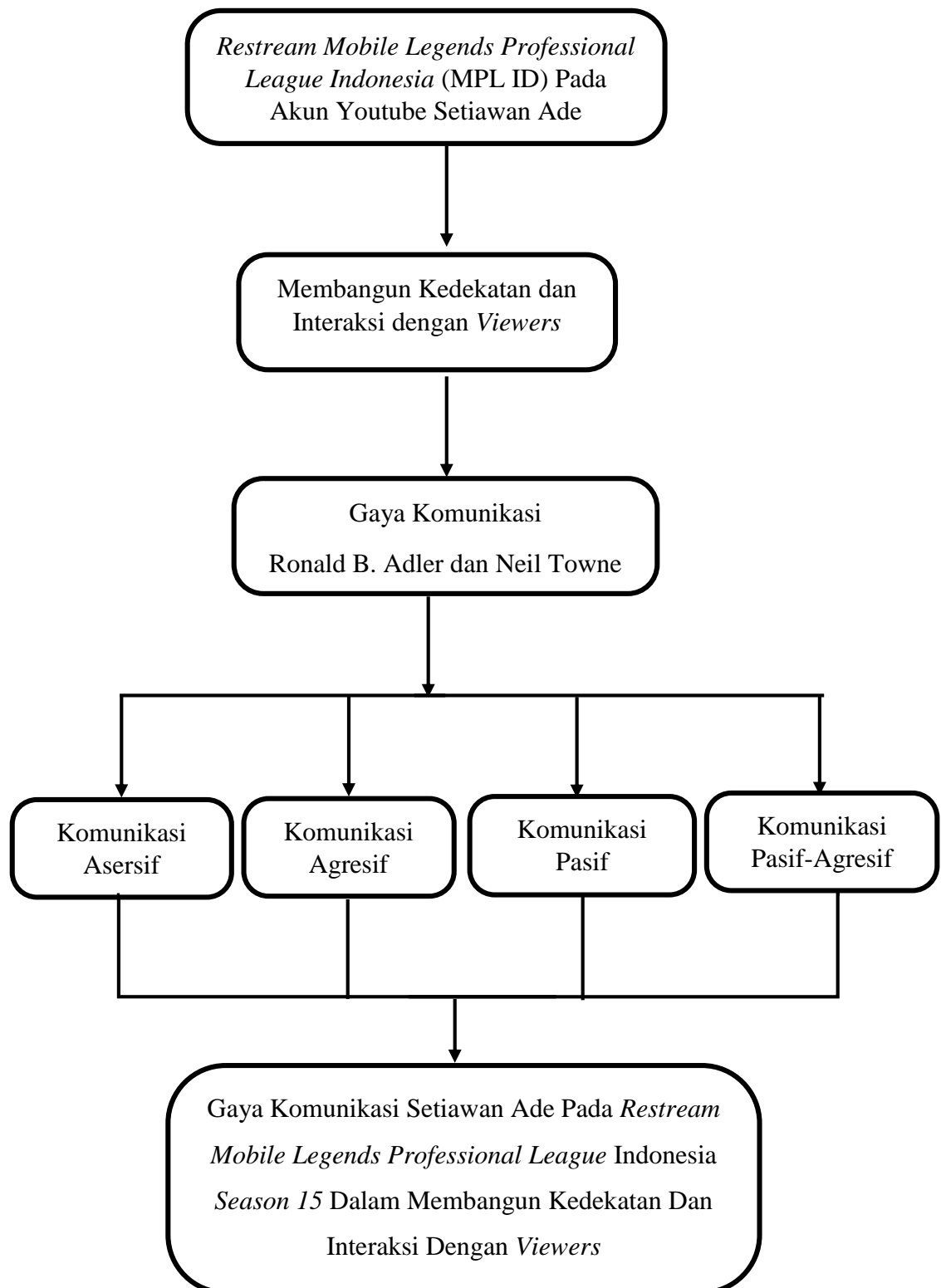
2.3 Kerangka Berfikir

Komunikasi adalah proses pertukaran pesan antara komunikator dan komunikan, baik secara verbal maupun nonverbal. Dalam konteks media digital, komunikasi tidak lagi terbatas pada interaksi langsung, melainkan juga berlangsung melalui berbagai platform siaran ulang atau *restreaming*, seperti yang terjadi dalam ranah *e-sports Mobile Legends Professional League* (MPL). Salah satu elemen penting dalam proses komunikasi ini adalah gaya komunikasi komunikator, yakni cara khas seseorang dalam menyampaikan pesan yang mencakup pilihan kata, intonasi, ekspresi, serta bentuk interaksi dengan audiens. Setiawan Ade merupakan salah satu figur publik yang dikenal luas dalam komunitas *restream e-sports* karena gaya komunikasinya yang ekspresif, jenaka, dan akrab dengan penonton. Gaya komunikasinya menciptakan suasana menonton yang berbeda dari siaran resmi, karena mengandung unsur hiburan, kedekatan sosial, serta penggunaan bahasa yang mencerminkan budaya komunitas *gaming*. Dalam konteks ini, komunikasi tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membangun hubungan sosial dan menciptakan kedekatan emosional dengan audiens.

Untuk memahami peran gaya komunikasi dalam membentuk pengalaman menonton, penelitian ini menggunakan teori gaya komunikasi dari *Ronald B. Adler* dan *Neil Towne*. Menurut teori ini, gaya komunikasi adalah pola perilaku khas dalam menyampaikan pesan yang memengaruhi persepsi orang lain terhadap komunikator. *Adler* dan *Towne* membagi gaya komunikasi ke dalam beberapa kategori seperti *dominant*, *dramatic*, *animated*, *open*, *friendly*, dan *relaxed*, yang masing-masing dapat mencerminkan kepribadian, intensi, serta cara seseorang menjalin relasi sosial.

Dalam konteks *restream* MPL, gaya komunikasi Setiawan Ade dapat dianalisis melalui kategori-kategori tersebut. Misalnya, penggunaan humor dan ekspresi berlebihan menunjukkan gaya *dramatic* dan *animated*; keterbukaan terhadap komentar *audiens* mencerminkan gaya *open* dan *friendly*. Gaya-gaya ini menciptakan hubungan yang lebih personal dan hangat antara komunikator dan audiens, sekaligus memperkuat keterlibatan emosional mereka terhadap konten yang disajikan.

Dengan demikian, kerangka berpikir dalam penelitian ini bertumpu pada pemahaman bahwa gaya komunikasi tidak hanya merupakan sarana penyampaian pesan, tetapi juga instrumen penting dalam membentuk persepsi, membangun relasi, dan memengaruhi respons audiens. Teori *Ronald B. Adler* dan *Neil Towne* memberikan landasan konseptual untuk menganalisis bagaimana gaya komunikasi *Setiawan Ade* pada *restream* MPL membentuk interaksi sosial dan pengalaman menonton dalam komunitas *e-sports*.

Bagan 1. 1 Kerangka Berfikir

Sumber: Diolah Peneiti