

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan meningkatnya kekuatan komputasi dan konektivitas internet, jumlah orang yang menikmati bermain game online juga meningkat. "Game online" merupakan gabungan dari "*game*" dalam bahasa Inggris berarti jenis permainan tertentu, sedangkan "*online*" berarti kemampuan mengakses internet. Permainan diartikan sebagai suatu kegiatan yang dimainkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). sedangkan daring merujuk pada terhubung melalui jaringan internet. Dengan demikian, game online merujuk pada permainan yang dimainkan melalui koneksi internet.

Saat ini, terdapat sekitar 3,5 miliar pemain game online di seluruh dunia. Dari jumlah tersebut, sebanyak 21,5% pemain berusia di bawah 20 tahun, 49,9% berusia antara 20 hingga 29 tahun, 22,8% dalam rentang usia 30 hingga 39 tahun, terakhir 5,7% berusia 40 tahun ke atas (Mar'ie & Fahyuni, 2021). Di Indonesia, bermain *video game* telah menjadi semakin populer. Menurut cnbcindonesia, pemain *game online* hingga tahun 2022 telah mencapai 105 juta pemain dan diprediksi akan terus bertambah (CNBC Indonesia, 2022). Menurut Muhammad Arif Angga, Ketua Umum Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), saat ini ada sekitar 210 juta pengguna internet di Indonesia. Setara dengan sekitar 77 persen dari keseluruhan penduduk Indonesia. Dari persentase tersebut, mayoritas pengguna internet tersebut diketahui menggunakan internet terutama untuk keperluan bermain *game* (Liputan6.com, 2022). Hal ini menandakan bahwa *game online* banyak diminati. Dahulu *game online* hanya bisa dimainkan melalui PC atau biasa disebut komputer. Namun pesatnya perkembangan zaman, saat ini membuat *game online* bisa dimainkan dimanapun dan kapanpun menggunakan *smartphone* asalkan terkoneksi internet.

Menurut lembaga riset data.ai merilis laporan mengenai ranking pasar *game* di Indonesia (Hitekno.com, 2023). Mulai dari paling banyak diunduh, dimainkan, dan

juga *game* yang banyak melakukan pembelian dalam *game*. Peringkat *game* pengguna aktif bulanan terbanyak di Indonesia pada tahun 2022 adalah sebagai berikut: *Mobile Legends: Bang Bang*, *Stumble Guys*, *Free Fire*, *ROBLOX*, *Higgs Domino Island*, *Clash of Clans*, *PUBG MOBILE*, *WormsZone.io*, *Candy Crush Saga*, dan *Minecraft Pocket Edition*.

*Mobile Legends: Bang Bang* menjadi *game* pada tahun 2022, di antara seluruh pengguna Indonesia, dengan pengguna aktif terbanyak setiap bulannya. *Mobile Legends: Bang Bang* mencatatkan 80,6 juta lebih pemain aktif bulanan. *Game* ini tidak hanya bisa dimainkan oleh pemain profesional tetapi juga sebagai hobi atau untuk mengisi waktu luang. Banyaknya tim profesional Indonesia menjadi buktinya, yang hanya berjumlah 9 tim dengan minimal 5 pemain dalam satu tim, menunjukkan bahwa lebih banyak orang memainkan *Mobile Legends* sebagai hobi daripada menjadi pemain profesional.

*Mobile Legends* berasal dari negara China dan dirancang oleh perusahaan yang bernama Moonton dan dimainkan di *smartphone*. Popularitas *Mobile Legends* lebih meluas di luar negeri, seperti di Indonesia, Malaysia, Korea, dan lainnya. *Mobile Legends* baru dirilis di Indonesia untuk *Android* pada 11 Juli 2016, dan *iOS* pada 9 November 2016 (Hitekno.com). Jumlah pengunduh *Mobile Legends* di *google playstore* telah mencapai 500 juta lebih (Google Play Store, 2016)

Prinsip permainan dalam *Mobile Legends* adalah *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA), di mana setiap pemain mengendalikan satu karakter dalam *game* dan perlu fokus pada kerjasama tim serta strategi yang efektif. Dalam pertandingan ini, dua tim berusaha untuk meraih kemenangan dengan menghancurkan basis lawan sambil menjaga basis mereka sendiri. Ini dilakukan dengan mengendalikan tiga jalur utama, yaitu jalur atas, jalur tengah, dan jalur bawah, yang menghubungkan *base* setiap tim. Dalam pertandingan di *Mobile Legends* diisi oleh sepuluh pemain dengan masing masing tim memiliki lima pemain. Berdasarkan keterangan dan dasar dari permainan *Mobile Legends*, komunikasi menjadi hal dasar namun juga aspek penting untuk mencapai kemenangan dalam *game* ini. Terdapat berbagai jenis komunikasi biasa digunakan oleh para pemain *game Mobile*

*Legends* seperti komunikasi tertulis, komunikasi lisan, komunikasi antarpribadi dan juga komunikasi kelompok.

Komunikasi kelompok sendiri merupakan proses pertukaran informasi, ide, dan pesan antara anggota dalam sebuah kelompok atau tim. Komunikasi kelompok dapat melibatkan beragam interaksi antara orang-orang yang bekerja sama untuk menyelesaikan aktivitas. Ini melibatkan komunikasi antara dua atau lebih orang dalam konteks kelompok, dan mungkin melibatkan komponen seperti diskusi, kolaborasi, koordinasi, dan pengambilan keputusan bersama. Dengan ini komunikasi kelompok sangat diperlukan oleh para pemain dalam satu tim agar dapat menjalankan strategi yang tepat maupun pergerakan yang tepat agar bisa mengeliminasi lawan dan juga memenangkan pertandingan. Oleh karena itu *Mobile Legends* menciptakan fitur *chat*, *quick chat*, dan juga *voice chat* untuk memudahkan para pemain berkomunikasi satu sama lain. Dengan adanya dalam komunikasi kelompok antara sesama anggota tentu akan menciptakan *timing*, pergerakan, dan strategi yang tepat untuk memenangkan permainan.

Namun pada kondisi bermain secara publik jarang bisa menemukan pemain yang mau berkomunikasi satu sama lain di dalam tim. Pemain seperti ini cenderung lebih memilih diam dan mementingkan dirinya sendiri tanpa melakukan komunikasi mengenai komposisi tim yang ideal. Tentu hal ini menyulitkan anggota tim lain ketika sudah berada di dalam pertandingannya. Tidak adanya komunikasi kelompok yang terbangun dalam tim cukup sering terjadi dan peneliti alami sendiri. Kondisi seperti ini dapat menyebabkan komposisi tim tidak ideal, pergerakan tim yang tidak terarah, dan cenderung bermain sendirian. Menurut esportsnesia kurangnya komunikasi menjadi salah satu penyebab *lose streak* atau kekalahan beruntun yang cukup sering dialami oleh pemain *Mobile Legends* .

Oleh karena itu, peneliti memfokuskan populasi pada pemain *Mobile Legends* yang berusia dewasa muda, yaitu antara 20 hingga 40 tahun. Mengkaji potensi dampak komunikasi kelompok terhadap performa pemain *Mobile Legends* dalam rentang usia ini adalah tujuan utama dari penelitian ini.

Judul thesis Lie Selvi Marinty (2022) adalah “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Komunikasi Kelompok Terhadap Performa Kemenangan Game (Survei Pada Komunitas Facebook Mobile Legends: Bang - Bang Indonesia)”. Penelitian ini berfokus pada apakah komunikasi antarpribadi dan komunikasi kelompok mempengaruhi performa dalam memenangkan permainan. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu survei terhadap komunitas *facebook Mobile Legends: Bang – Bang* Indonesia. Analisis regresi berganda yang dipakai sebagai analisis data pada penelitian ini. Hasil yang didapatkan bahwa komunikasi antarpribadi mempengaruhi performance secara positif namun tidak berpengaruh secara signifikan dalam memenangkan permainan, sementara komunikasi kelompok mempengaruhi performance secara positif dan berpengaruh signifikan dalam memenangkan permainan (Marinty, 2022).

Joni Iskandar dan Drs. Sudono Syueb (2017) dalam jurnalnya dengan judul “Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Komunikasi Kelompok terhadap Kohesivitas Kelompok pada Supporter Persebaya Korwil Suramadu” berupaya menjawab pertanyaan, “Seberapa besar pengaruh komunikasi individu dan kelompok terhadap kekompakan Korwil Persebaya?”. Populasi dan sampel dalam penelitian terdiri dari 78 anggota pendukung Persebaya Korwil Suramadu. Metode *non-probabilty sampling* yang digunakan untuk memilih sampel. Hasil penelitian ini dianalisis menggunakan regresi linier berganda. menunjukkan pentingnya komunikasi individu dan kelompok memainkan peran penting dalam meningkatkan kohesivitas di antara anggota kelompok pendukung Persebaya Korwil Suramadu (Iskandar & Syueb, 2017).

Sukarelawati, Dkk dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Kelompok Terhadap Persepsi Pelanggan Diastetri Coffe Shop”. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memastikan, melalui cara eksperimental, bagaimana komunikasi kelompok mempengaruhi kesan pelanggan terhadap Diastetri *Coffee Shop*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif dengan penyebaran kuesioner. Sebanyak 100 responden yang berkunjung ke Diastetri *Coffee Shop* di Kabupaten Bogor telah dipilih sebagai sampel penelitian. Penelitian ini

menunjukkan bahwa pendapat pengunjung terhadap *Diasmetri Coffee Shop* di Kabupaten Bogor secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh komunikasi kelompok (Sukarelawati, dkk. 2023).

Dalam penelitian ini sama-sama membahas komunikasi kelompok sebagai variabel independen, namun objek dalam penelitian ini adalah para pemain *mobile legends* pada usia dewasa muda.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Tentunya untuk mencapai tujuan dalam bermain *Mobile Legends* diperlukan komunikasi antar pemain dalam satu tim, namun ketika bermain dengan publik komunikasi itu sering tidak berjalan satu sama lain. Hal ini mengarahkan peneliti untuk mengajukan rumusan masalah sebagai berikut: Apakah obrolan kelompok mempunyai pengaruh terhadap performa pemain *Mobile Legends* berusia dewasa muda dalam memenangkan pertandingan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh komunikasi kelompok terhadap performa pemain *Mobile Legends* yang berusia dewasa muda.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian lanjutan yang lebih mendalam mengenai hubungan antara permainan video dan komunikasi, yang memengaruhi komunikasi pemain dengan rekan satu tim untuk meraih kemenangan dalam pertandingan.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat membantu pemain *Mobile Legends* dan pemain permainan video lainnya dalam meningkatkan performa mereka dengan menyadari peran penting komunikasi kelompok dalam pertandingan. Hal ini tentu dapat membantu untuk mencapai persentase kemenangan yang lebih tinggi.

Penelitian ini juga dapat dipakai oleh pengembang permainan untuk merancang alat dan fitur yang lebih baik dalam permainan, seperti sistem komunikasi kelompok yang lebih efektif, panduan strategi, atau pelatihan dalam permainan.

### **1.4.3 Manfaat Sosial**

Penelitian ini dapat menyadarkan masyarakat tentang pentingnya komunikasi kelompok dalam berbagai aspek kehidupan, khususnya yang mengandalkan kerja sama tim dan juga kelompok.

## **1.5 Kerangka Teoritis**

### **1.5.1 Komunikasi**

Manusia pada intinya adalah makhluk sosial, yang berarti bahwa setiap orang memiliki hubungan dengan orang lain. Interaksi antar manusia merupakan hal yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan sehari-hari. Tanpa adanya komunikasi, manusia akan mengalami kesulitan dalam berinteraksi. Proses interaksi ini dapat disebut sebagai komunikasi. Komunikasi adalah pengiriman pesan antara individu atau pelaku komunikasi dengan tujuan berbagi makna. Pesan tersebut dapat berisi gagasan atau ide yang diungkapkan melalui simbol-simbol yang memiliki makna dan dipersepsikan dengan cara yang serupa oleh para pelaku komunikasi (Hariyanto, 2021).

Menurut Morris, komunikasi adalah kegiatan menyampaikan lambang yang memiliki arti atau makna. Sementara itu, Shannon dan Weaver menjelaskan komunikasi sebagai tindakan manusia yang mempengaruhi satu sama lain, baik dengan sadar maupun tidak. Ekspresi wajah, seni, dan teknologi merupakan bentuk-bentuk komunikasi selain kata-kata yang diucapkan (Karyaningsih, 2018).

### **1.5.2 Komunikasi Kelompok**

Komunikasi juga dapat terjadi dalam ruang lingkup yang lebih luas, seperti komunikasi antarkelompok. Sebuah komunikasi kelompok adalah kumpulan orang yang memiliki perbedaan dalam peran, memiliki tujuan bersama, bekerja bersama

untuk mencapainya, saling bergantung satu sama lain, dan menganggap diri mereka sebagai anggota dari kelompok tersebut. (Karyaningsih, 2018).

Walgito mengklaim bahwa komunikasi kelompok terdiri dari istilah "komunikasi" dan "kelompok." Dalam upaya untuk menyamakan makna, Dalam bahasa Latin, "communicatio" berarti "umum" atau "bersama", dan istilah "komunikasi" berasal dari akar kata ini. Sedangkan menurut Hariadi (2011) komunikasi kelompok merupakan penyatuan makna didalam suatu kelompok (Puspita Tutiasri, 2016). Interaksi antara tiga orang atau lebih yang memiliki tujuan bersama dikenal sebagai komunikasi kelompok.

Komunikasi kelompok dapat dibedakan ke dalam 2 jenis, kelompok besar dan kelompok kecil. Kelompok kecil merupakan kelompok komunikasi yang memungkinkan komunikator untuk memberikan respon verbal atau berkomunikasi secara pribadi dengan salah satu anggota kelompok dalam situasi tertentu. Hal ini terjadi dalam berbagai konteks seperti diskusi, kelompok belajar, dan lain sebagainya. Sedangkan komunikasi kelompok besar adalah ketika berkomunikasi melibatkan sejumlah besar orang, dan interaksi antar pribadi sulit dilakukan atau sangat terbatas, disebabkan oleh banyaknya peserta yang hadir. Contohnya adalah acara seperti tabligh akbar, kampanye, dan sejenisnya (Nurdin, 2014).

### **1.5.2.1 Proses Komunikasi Kelompok**

Dalam komunikasi kelompok terdapat proses yang terjadi didalamnya. Menurut Scheidel dan Crowel dalam Goldberg dan Larson, mereka menjelaskan bahwa komunikasi kelompok bergantung pada proses umpan balik. Proses ini terjadi ketika satu anggota (X) memberikan komentar, yang kemudian diikuti oleh tanggapan dari anggota lain (Y), dan direspons lagi oleh anggota awal (X), dan seterusnya. Dalam komunikasi kelompok, umpan balik dari satu anggota harus dipahami dan direspons secara langsung oleh peserta lainnya.

Selain itu, identifikasi komunikasi kelompok juga bisa dilakukan dengan melihat yang paling dominan dalam berbicara di kelompok atau yang sering

menjadi penerima pesan. Beberapa jenis dalam proses komunikasi kelompok termasuk:

- Anggota kelompok yang aktif dalam mengirim pesan cenderung dianggap sebagai "pemimpin" oleh anggota lain, meskipun kelompok tersebut tidak memiliki pemimpin formal.
- Anggota yang sering mengirim pesan akan dianggap sebagai "peserta diskusi yang aktif" oleh anggota lain.
- Anggota kelompok yang aktif dalam mengirim pesan biasanya lebih puas dengan proses kelompok. (Nurdin, 2014)

#### **1.5.2.2 Perkembangan Kelompok**

Umdtot (1988) dalam jurnal komunikasi kelompok Dalam perkembangan kelompok, terdapat empat tahap perkembangan yang dapat diidentifikasi:

1. Tahap pertama adalah "*Forming*" di mana para anggota kelompok mulai berinteraksi secara interpersonal. Mereka saling memperhatikan, berusaha untuk menjalin hubungan, dan mempertimbangkan manfaat dan konsekuensi menjadi bagian dari kelompok.
2. Tahap berikutnya adalah "*Storming*" Pada tahap ini, aktivitas di dalam kelompok meningkat, dan norma-norma serta konflik mulai timbul. Konflik dapat timbul terkait kepemimpinan, tujuan, atau norma. Tetapi, konflik dapat dihindari apabila kelompok mampu bekerja sama dan menyelesaikan masalah bersama.
3. Tahap ketiga adalah "*Norming*" di mana anggota dalam kelompok belajar untuk bekerja sama satu sama lain. Mereka mengembangkan norma-norma dan rasa kekompakan. Tanggung jawab juga berkembang pada tahap ini.
4. Tahap keempat adalah "*Performing*" Pada tahap ini, kelompok telah berhasil bekerja secara efisien dalam menyelesaikan tugas-tugasnya. Dari tahap ini, beberapa kelompok mungkin mengalami perkembangan, namun ada juga kemungkinan mengalami kemunduran. (Puspita Tutiasri, 2016).



### **1.5.3 Performa**

Kata bahasa Inggris "*performance*" sebanding dengan "performa." Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan "performa" sebagai melakukan atau melaksanakan. Beberapa ahli telah memberikan berbagai makna terhadap istilah "performa" Wibowo (2007) dalam Rinto Adrian menjelaskan bahwa "kinerja atau performa adalah tentang menjalankan tugas-tugas yang telah ditetapkan. Kinerja atau performa melibatkan apa yang dikerjakan dan cara melaksanakannya." Dengan demikian, kinerja atau performa dapat dipahami sebagai cara seseorang menjalankan pekerjaannya dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan (Adrian, 2021)

### **1.5.4 Dewasa Muda**

Orang-orang yang berusia antara 20 hingga 40 tahun umumnya diklasifikasikan sebagai dewasa muda. Individu yang masuk dalam fase dewasa muda ini sudah serius dalam mempertimbangkan perkembangan karier mereka. Selama periode dewasa muda, mereka telah mengidentifikasi minat dan bakat pribadi mereka sendiri dengan baik (Mulyadi, 2010).

## **1.6 Hipotesis**

H1 : Terdapat pengaruh komunikasi kelompok terhadap performa pemain *Mobile Legends* usia dewasa muda.

H0 : Tidak terdapat pengaruh komunikasi kelompok terhadap performa pemain *Mobile Legends* usia dewasa muda

## **1.7 Metodologi Penelitian**

### **1.7.1 Pendekatan Penelitian**

Fokus utama penelitian kuantitatif adalah pemeriksaan data numerik melalui penggunaan metodologi statistik yang tepat. Saat melakukan penelitian dengan tujuan pengujian hipotesis, metodologi kuantitatif sering digunakan. Hasil dari analisis statistik mampu memberikan insight tentang signifikansi dari korelasi yang diteliti. Oleh karena itu, arah dari korelasi yang terdeteksi dipengaruhi oleh

hipotesis serta hasil analisis statistik yang dilakukan. (Priadana & Sunarsi, 2021). Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif.

### **1.7.2 Tipe Penelitian**

Penelitian eksplanatori dilakukan dengan tujuan untuk menguji teori atau hipotesis, serta berperan dalam menguatkan atau menolak teori atau hipotesis yang telah diuji dalam penelitian sebelumnya. Penelitian eksplanatori bisa juga disebut juga dengan penelitian kausal (fauzi dkk., 2022). Penelitian ini mengadopsi pendekatan eksplanatori dengan tujuan untuk menentukan apakah terdapat dampak dari komunikasi kelompok terhadap performa pemain *Mobile Legends*.

### **1.7.3 Metode Penelitian**

Metode survei adalah pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Metode survei memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari sejumlah besar responden, termasuk para pemain *Mobile Legends*. Ini membantu dalam mendapatkan sampel yang lebih representatif dari populasi pemain, yang mungkin memiliki tingkat keahlian beragam dalam permainan dan juga metode penelitian survei dapat merancang pertanyaan untuk mengevaluasi sejauh mana komunikasi dalam kelompok berkontribusi terhadap performa pemain dalam mencapai kemenangan dalam permainan.

### **1.7.4 Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini seluruh pemain *Mobile Legends*. Menurut Sugiyono (2017) populasi dalam penelitian dapat diwakili oleh sebagian kecil, yaitu sampel. Dengan membagi teknik pengambilan sampel menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling* (Sugiyono,2017). Purposive sampling, pendekatan *non-probability sampling*, digunakan dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan pemilihan sampel tidak seragam di seluruh populasi. Untuk mencapai tujuan penelitiannya, peneliti menggunakan kriteria tertentu dalam memilih sampel.

Peneliti menggunakan purposive sampling ketika mereka mempunyai kriteria tertentu dalam pikiran mereka yang ingin mereka sertakan dalam sampel mereka, seperti:

1. Pemain game *Mobile Legends*
2. Laki-laki/Perempuan yang berusia 20-40 tahun.

Ukuran dan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti. Oleh karena itu, untuk menghitung ukuran sampel, peneliti menerapkan rumus Lemeshow. Ketika ukuran dari seluruh populasi tidak diketahui, menurut Riyanto & Hatmawan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung ukuran sampel (Riyanto & Hatmawan, 2020). Dalam penelitian yang dilakukan ini, peneliti menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% dan kesalahan sebesar 10%. Rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal Estimasi disarankan 50% untuk populasi tidak diketahui

d = Tingkat Kesalahan 10% adalah 0,10

maka didapat n :

$$n = \frac{1,96^2 - 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

*n = 96,04 atau 96 responden*

Namun setelah proses penyebaran kuesioner didapatkan 100 responden, dan peneliti menggunakan 100 responden untuk melakukan pengujian.

### 1.7.5 Metode Pengumpulan Data

Cara pengumpulan data dipengaruhi oleh strategi penelitian. Biasanya, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif (Priadana & Sunarsi, 2021). Dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner kepada pemain *Mobile Legends* yang berusia dewasa muda. Tujuan penyebaran kuesioner ini untuk mendapatkan data mengenai pengaruh komunikasi kelompok terhadap performa pemain *Mobile Legends* yang berusia dewasa muda (20-40 tahun). Penyebaran Kuesioner dilakukan melalui sosial media seperti *Instagram* dan komunitas *Mobile Legends* di server *discord* Motion Ime. Kuesioner telah disebar sejak 20 Mei 2024.

### 1.7.6 Definisi dan Operasional Konsep

#### 1. Komunikasi Kelompok :

- **Definisi Operasional:** Untuk mengukur komunikasi Kelompok dalam permainan *mobile legends* dengan melihat dari berikut ini : kumpulan orang yang memiliki perbedaan dalam peran, memiliki tujuan bersama, bekerja bersama untuk mencapainya, saling bergantung satu sama lain, dan menganggap diri mereka sebagai anggota dari kelompok tersebut (Karyaningsih, 2018).

#### 2. Performa Pemain :

- **Definisi Operasional:** "kinerja atau performa adalah tentang menjalankan tugas-tugas yang telah ditetapkan (Adrian, 2021). Terdapat dua aspek utama dalam mengukur performa:
- **Apa yang dikerjakan:** Meliputi tindakan dan kontribusi pemain dalam pertandingan, seperti menghancurkan base lawan, melakukan *farming level* dan *gold*, bekerja sama, dan lain sebagainya.

- **Cara melaksanakannya:** Meliputi bagaimana pemain melakukan tindakan tersebut, seperti menjaga *lane*, melakukan rotasi, berkomunikasi, dan lain sebagainya.

### **1.7.7 Skala Pengukuran**

Dalam penelitian ini skala likert digunakan sebagai alat ukur besar kecilnya. Jika peneliti menghendaki opini publik mengenai topik-topik sosial, digunakan alat yang disebut skala Likert. Peneliti mengatur fenomena sosial ini sebagai variabel penelitian dalam suatu pengaturan penelitian tertentu. Penerapan skala Likert dalam mengukur variabel ini membantu dalam menetapkan indikator yang diperlukan untuk menyusun pernyataan atau pertanyaan yang akan digunakan dalam penelitian (Bahak Udin By Arifin & Aunillah, 2021).

### **1.7.8 Teknik Analisis dan Interpretasi**

#### **1.7.8.1 Uji Validitas**

Validitas pengujian, menurut Ghozali, dilakukan untuk mengevaluasi validitas atau keaslian kuesioner. Nilai Korelasi Item - Korelasi Total (R yang diamati) dapat dibandingkan dengan nilai yang diperoleh dari tabel korelasi (R tabel) untuk menilai temuan pengujian validitas. Besarnya sampel,  $n$ , menentukan derajat kebebasan ( $df$ ), dengan persamaan  $n - 2$ . Pernyataan atau indikasi dianggap dapat diterima apabila nilai Korelasi Item-Total Korelasi (R) lebih besar daripada nilai yang tertera dalam tabel korelasi (R tabel). Sebaliknya, jika nilai R yang dihitung untuk Korelasi Item - Korelasi Total lebih kecil dari nilai pada tabel R, maka pernyataan tersebut dianggap salah (Ghozali, 2018).

#### **1.7.8.2 Uji Reliabilitas**

Reliabilitas suatu kuesioner merupakan suatu metode untuk menentukan seberapa stabil suatu variabel indikator. Ketika orang secara konsisten menjawab pertanyaan yang sama tentang topik yang sama sepanjang waktu, sebuah kuesioner dikatakan dapat diandalkan. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk menilai seberapa konsistennya temuan dari pengukuran kuesioner dalam jangka waktu tertentu. Ketika responden secara teratur menjawab pernyataan daripada secara acak, jawaban mereka dianggap dapat diandalkan. Untuk menilai ketergantungan,

Peneliti penelitian ini mengandalkan koefisien Cronbach alpha. Jika nilai Cronbach's alpha lebih tinggi dari 0,70 maka pernyataan atau variabel tersebut dapat dipercaya, menurut Ghozali. Sebaliknya pernyataan tersebut dianggap meragukan jika Cronbach's alpha di bawah 0,70 (Ghozali, 2018).

### **1.7.8.3 Uji Normalitas**

Untuk memastikan variabel independen dan dependen model regresi berdistribusi normal, sebaiknya lakukan uji normalitas, menurut Ghozali. Uji normalitas ini menjadi penting karena asumsi normalitas merupakan salah satu prasyarat dalam analisis regresi untuk memastikan bahwa estimasi parameter koefisien tidak bias dan efisien. Dalam konteks penelitian ini, Temuan analisis regresi mungkin tidak dapat diterapkan jika data tidak mengikuti distribusi normal dapat diandalkan atau dapat menghasilkan interpretasi yang menyesatkan (Ghozali, 2018).

Tes Kolmogorov-Smirnov adalah salah satu dari sedikit teknik yang tersedia untuk melakukan pengujian normalitas. Metode ini menyatakan apabila nilai Asymp Sig 2-tailed melebihi 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal. Sebaliknya sebaran data yang menyimpang ditunjukkan dengan nilai di bawah 0,05 (Ghozali, 2018).

### **1.7.8.4 Uji Hipotesis (Uji T)**

Uji T digunakan untuk mengevaluasi koefisien regresi individual untuk memastikan hubungan antara variabel independen dan dependen. Berikut prosedur yang dilakukan untuk menguji teori:

H<sub>0</sub> : Apabila nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel maka tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel X dan Y

H<sub>1</sub> : Variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y apabila nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel.

### **1.7.8.5 Analisis Regresi Sederhana**

Variabel independen dan dependen merupakan yang diperiksa dalam analisis regresi dasar. Bagaimana mereka berhubungan satu sama lain dijelaskan oleh gagasan regresi sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

X = variabel independen

a = konstanta (apabila nilai x sebesar 0, maka Y akan sebesar a atau konstanta)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

#### 1.7.8.6 Koefisien Determinasi

Sejauh mana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya diukur dengan koefisien “R<sup>2</sup>”. Apabila koefisien determinasi model regresi kecil atau tidak ada berarti variabel independen tidak terlalu berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilainya mendekati 100% berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut rumus Koefisien Determinasi:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan: KP = nilai koefisien korelasi (Hafni Sahir, 2022).