

**FANATISME *FANS TEAM RRQ* DAN *FANS TEAM EVOS*
DALAM *GAME ONLINE MOBILE LEGENDS***



SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia**

Oleh

MUHAMMAD BINTANG DZAKY

19321085

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**FANATISME *FANS TEAM RRQ* DAN *FANS TEAM EVOS*
DALAM *GAME ONLINE MOBILE LEGENDS***



Handwritten signature in black ink over the logo area.

Ratna Permata Sari, S.I.Kom., M.A
NIDN 0509118601

HALAMAN PENGESAHAN

FANATISME *FANS TEAM RRQ* DAN *FANS TEAM EVOS* DALAM *GAME ONLINE MOBILE LEGENDS*

Disusun oleh

MUHAMMAD BINTANG DZAKY

19321085

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 28 Maret 2024

Dewan Penguji:

1. Ketua : Ratna Permata Sari, S.I.Kom., M.A
NIDN 0509118601
2. Anggota : Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D.
NIDN 0506038201



()
()

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D.
NIDN 0506038201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Bintang Dzaky

Nomor Mahasiswa : 19321085

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.
2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 26 Maret 2024

Yang menyatakan,



(Muhammad Bintang Dzaky)

19321085

MOTTO

“Taking chances matured you through the experience, it prepared you to face the unexpected” – sister

“Seseorang itu punya keterbatasan kemampuan. Terkadang kau ingin melakukan semuanya sendirian, tapi kau membutuhkan teman” – Nami, One Piece

“Waspadalah terhadap diri sendiri, setiap diri manusia punya keinginan dan jika engkau memenuhi keinginan itu, dirimu akan terus menerus berada dalam kesesatan” – Abu Bakar

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur, karya ini dipersembahkan kepada:
Allah SWT yang telah meridhoi saya untuk mencapai langkah ini. Kemudian, Orang tua saya dan kakak saya yang tercinta dan terkasih yang selalu mendoakan saya, serta orang-orang baik yang telah memberi dukungan serta doa dalam pengerjaan skripsi ini hingga selesai

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Fanatisme Fans Team RRQ dan Fans Team EVOS dalam Game Online Mobile Legends**” dengan baik. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui fanatisme yang terjadi pada *fans* Team RRQ dan *fans* Team EVOS.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan Strata Satu Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya di Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan, bantuan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin berterima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.

Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua, papa dan mama saya yang selalu memberikan doa yang tidak henti-henti demi keberhasilan anaknya kapanpun dan dimanapun. Selalu memberikan kata motivasi dan juga dorongan kepada saya untuk selalu bisa mencapai tujuan yang diinginkan. Serta untuk kakak saya satu satunya yang selalu memberikan semangat kepada saya agar untuk bisa menyelesaikan penelitian ini hingga selesai. Terakhir untuk kakek nenek saya yang selalu mendoakan saya untuk kelancaran menyelesaikan penelitian ini.
2. Kakak kandung saya, Nurul Wulan Suci yang selalu membuat saya bersemangat dan sedia menghibur saya dalam penyelesaian skripsi ini
3. Ibu Ratna Permata Sari, S. I. Kom., M. A. Selaku dosen pembimbing, kritik dan saran sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Saya pribadi mengucapkan mohon maaf sebesar besarnya apabila selama proses bimbingan terdapat hal yang kurang berkenan.
4. Kepada Bapak Holy Rafika Dhona, S. I. Kom., M. A. Selaku dosen pembimbing akademik
5. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pengajaran bagi penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh staff dan karyawan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang selalu membantu penulis dalam berbagai kepentingan perkuliahan.

7. Teman-teman sejati saya yang selalu hadir dan selalu ada menemani saya disaat saya senang maupun susah (Nauval Rafli, Hamdi Gunawan, Rafif Prasta, Dwiki Arie, Arwan Nur Khasani, Tri Lufajar, dan Mahesa Chahya) yang selalu membuat saya semangat mengerjakan skripsi ini dengan tingkah mereka yang selalu membuat saya tertawa
8. Kepada partner saya, Shahnaz Azzahra Kemal yang senantiasa selalu ada buat saya dan mendukung saya.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2019 yang telah memberikan penulis banyak pengalaman serta hubungan pertemanan yang baik.

Semoga semua bantuan dan doa yang diberikan menjadi amal kebaikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini bisa menjadi lebih baik. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan mohon maaf atas segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
E. Tinjauan Pustaka	3
F. Kerangka Teori	6
1. Pola Interaksi	6
2. Fanatisme	6
3. Fanatisme B udaya	8
4. <i>Game Online</i>	9
5. <i>Fandom</i>	10
6. Teori Dinamika Komunikasi	11
7. Pola Komunikasi Interpersonal	11
8. Komunikasi	11
9. Pola Komunikasi Organisasi	12
10. Pola Jaringan Komunikasi <i>All-Channel</i>	12
11. Komunikasi Virtual	12
G. Metode Penelitian	14
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	14
2. Narasumber atau I nforman	15
3. Pengumpulan D ata	15
4. Analisis Data	15

5.	Draft Pertanyaan.	16
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		17
A.	Tim <i>e-Sports EVOS</i>	17
B.	Tim <i>e-Sports RRQ Hoshi</i>	21
C.	Sejarah <i>EVOS Roar</i>	25
D.	Sejarah <i>RRQ Hoshi</i>	26
BAB III TEMUAN DATA		28
A.	Observasi <i>Fans</i> di <i>Platform Media Sosial</i>	28
B.	Observasi dengan Penonton <i>Game Online</i>	30
C.	<i>Fanwar</i>	38
D.	Pembahasan	40
1.	Fanatisme <i>fans e-Sports</i> antara <i>EVOS Roar</i> <u>dan</u> <i>RRQ Kingdom</i>	40
E.	<i>Fanwar EVOS</i> <u>dan</u> <i>RRQ Kingdom</i>	44
BAB IV PENUTUP		48
A.	Kesimpulan	48
B.	Keterbatasan Penelitian	48
C.	Saran	49
DAFTAR PUSTAKA		50
LAMPIRAN		52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Mobile Legends: Bang Bang</i>	1
Gambar 2. 1 <i>EVOS Clover</i>	18
Gambar 2. 2 <i>EVOS Crite</i>	18
Gambar 2. 3 <i>EVOS Dreams</i>	18
Gambar 2. 4 <i>EVOS Pendragon</i>	19
Gambar 2. 5 <i>EVOS Saykoys</i>	19
Gambar 2. 6 <i>EVOS Sutsujin</i>	20
Gambar 2. 7 <i>EVOS Tazz</i>	20
Gambar 2. 8 <i>RRQ R7</i>	21
Gambar 2. 9 <i>RRQ Lemon</i>	22
Gambar 2. 10 <i>RRQ VYN</i>	22
Gambar 2. 11 <i>RRQ CLAYY</i>	23
Gambar 2. 12 <i>RRQ XINN</i>	23
Gambar 2. 13 <i>RRQ Skylar</i>	24
Gambar 2. 14 <i>RRQ Albertt</i>	24
Gambar 2. 15 <i>RRQ Banana</i>	25
Gambar 2. 16 <i>EVOS Legends</i>	26
Gambar 2. 17 <i>RRQ Hoshi</i>	27
Gambar 3. 1 <i>RRQ vs RRQ E-Sports</i> Sumber: <i>Youtube</i> , (2023).....	28
Gambar 3. 2 <i>Instagram EVOS</i> Sumber: <i>Instagram @EVOSesports</i> , (2023).....	29
Gambar 3. 3 <i>Instagram RRQ</i> Sumber: <i>Instagram @teamRRQ</i> , (2023)	29
Gambar 3. 4 <i>Komunitas Tim EVOS E-Sports Game Mobile Legend</i>	35
Gambar 3. 5 <i>Komunitas Tim RRQ E-Sports Game Mobile Legend</i>	36
Gambar 3. 6 <i>Koleksi Merchandise RRQ</i> Milik Arbain	37
Gambar 3. 7 <i>Koleksi Merchandise EVOS</i> Milik Rezi	37

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar Narasumber Peneliti	30
---	----

ABSTRAK

Dzaky, Muhammad Bintang. 19321085. Fanatisme *Fans RRQ* dan *EVOS* dalam *Game Online Mobile Legends*. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi Dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2024

Fenomena fanatisme dari para penggemar *Team RRQ* dan *EVOS* dapat dilihat dari aktivitas yang dilakukan sebagai penggemar tim *e-Sports* membentuk sebuah *fandom* dengan membangun budaya melalui keterikatan dan kegiatan konsumsi seperti dengan membeli bermacam-macam *merchandise* seperti *jersey* ataupun *pernak pernik* lainnya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara kepada beberapa responden dan observasi. Wawancara dilakukan agar mendapatkan data yang mendalam. Sehingga, peneliti ingin mengetahui fanatisme yang terjadi antara *fans Team RRQ* dan *fans Team EVOS* dalam *game online Mobile Legends*. Berdasarkan hasil penelitian yang membahas mengenai fanatisme antara *fans RRQ* dan *EVOS* dalam *game online Mobile Legends*. Menunjukkan adanya faktor (Internal dan Eksternal) antara penggemar *RRQ* dan *EVOS*. Keterlibatan Internal menunjukkan beberapa narasumber yang mendapatkan kesenangan yang membuat mereka tertarik sehingga berkomitmen untuk meluangkan waktu, tenaga, dan uang yang menunjukkan ketertarikan tersebut sudah tidak biasa. Sedangkan, Keterlibatan Eksternal menunjukkan penggemar mengekspresikan keterlibatan dengan objek fanatisme seperti, dengan mengikuti komunitas *fans club e-Sports* yang diikuti agar bisa menyalurkan kesenangan yang sama, memposting hal yang berkaitan dengan tim *e-Sports EVOS Roar* dan *Kingdom (RRQ)* di media sosial, atau menghadiri *tournament e-Sports*. Fanatisme yang terjadi di antara kedua *fans* team tersebut karena adanya komunikasi yang tidak pantas dan obrolan yang saling mengejek antara kedua *fans*.

Kata kunci: Fanatisme, *Fans*, *Game Online*, *Mobile Legends*

ABSTRACT

Dzaky, Muhammad Bintang. 19321085. Fanaticism of RRQ and EVOS fans in the online mobile game Mobile Legends. Bachelor's thesis. Communication Science program, Faculty of Psychology and Cultural Social Sciences, Universitas Islam Indonesia. 2024

The phenomenon of fanaticism among fans of Team RRQ and Team EVOS can be observed through their activities as fans forming a fandom by building a culture through attachment and consumption activities, such as buying various merchandise like jerseys and other paraphernalia. This research employs a qualitative descriptive method with data collection techniques involving interviews with several respondents and observations. Interviews were conducted to gather in-depth data. Therefore, the researcher aims to understand the fanaticism that exists between fans of Team RRQ and Team EVOS in the online Mobile Legends game. Based on the research results discussing fanaticism between RRQ and EVOS fans in the online game Mobile Legends, it shows the presence of internal and external factors among fans of RRQ and EVOS. Internal involvement indicates that some sources derive pleasure that piques their interest, leading them to commit time, energy, and money, demonstrating an extraordinary level of interest. Meanwhile, external involvement shows that fans express their involvement with the object of their fanaticism by joining E-Sports fan club communities to share the same passion, posting content related to E-Sports teams EVOS Roar and Kingdom (RRQ) on social media, or attending E-Sports tournaments. Fanaticism between these two teams' fans often arises due to inappropriate communication and teasing exchanges between the two fan groups.

Keywords: Fanaticism, Fans, Online Game, Mobile Legends

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fanatisme merupakan ekspresi berlebihan yang disadari atau tidak, menggambarkan kecintaan segolongan manusia terhadap suatu hal tertentu yang telah dianggap dan diyakini sebagai suatu hal yang terbaik bagi diri manusia tersebut. Fenomena fanatisme penggemar team *RRQ* dan *EVOS* dapat dilihat dari aktivitas yang dilakukannya sebagai penggemar. Salah satu bentuk fanatisme adalah kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi yang dilakukan contohnya adalah dalam membeli bermacam-macam *merchandise* seperti *jersey* ataupun *pernak-pernik* lainnya.

Mobile Legends dirilis pada 14 Juli 2016 di China, Malaysia dan Indonesia. *Mobile Legends* dimainkan dengan *smartphone* dan cara bermainnya melibatkan dua tim dimana satu timnya berisi lima orang dan saling menyerang hingga harus menghancurkan pertahanan tim lawan. *Mobile Legends* merupakan salah satu *game* yang memiliki peminat sangat banyak khususnya di Indonesia selain *game mobile* lainnya. Setiap *hero* yang digunakan memiliki banyak perbedaan dan kelebihan masing-masing dan memiliki keunikan tersendiri. *Game* ini memiliki tiga *lane/jalur* dan setiap *lane*-nya memiliki tiga *tower* hingga *base* pertahanan terakhir musuh. Dengan mengakses *game* ini dengan *smartphone* pemain *Mobile Legends* bisa memainkan *game* ini kapan saja dan di mana saja hingga dapat menyebabkan kecanduan.



Gambar 1. 1 *Mobile Legends: Bang Bang*

Dengan adanya perkembangan teknologi digital, kemunculan internet sangat memudahkan kita atau kaum modern saat ini hingga membuat kita bergantung pada internet. Kemunculan teknologi ini mempermudah kita untuk melakukan komunikasi bahkan komunikasi secara *online* tidak harus bertatap muka secara langsung. Menurut Flew (2002) “media baru akan memungkinkan pengguna untuk menggunakan ruang yang tidak terbatas”. Fitur dan aplikasi yang didapati dengan teknologi ini sangat diminati oleh orang-orang yaitu dengan *game online*. Mawalia (2020) menegaskan *game online* ini merupakan sarana hiburan bagi orang-orang *modern* saat ini, bermain *game online* dapat menghilangkan stres dan mengisi waktu luang apabila sedang merasa suntuk. Apalagi dengan adanya *game Mobile Legends* hampir 9 juta *User* memainkan *game Mobile Legends*.

Fanatisme menurut (Nataliawaty, 2002, hal. 27) merupakan ekspresi berlebihan yang disadari atau tidak, menggambarkan kecintaan segolongan manusia terhadap suatu hal tertentu yang telah dianggap dan diyakini sebagai suatu hal yang terbaik bagi diri manusia tersebut. Fenomena fanatisme penggemar tim *RRQ* dan *EVOS* dapat dilihat dari aktivitas yang dilakukannya sebagai penggemar. Salah satu bentuk fanatisme adalah kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi yang dilakukan contohnya adalah dalam membeli bermacam-macam *merchandise* seperti *jersey* ataupun *pernak pernik* lainnya. (Masruroh, 2020).

Fandom biasanya memiliki forum khusus untuk melakukan *sharing* melalui *fanbase* media sosial apa saja. Contoh media sosial yang menjadi wadah untuk saling *sharing* adalah *Tiktok*. Menurut Kaplan dan Haenlein (2022) *Tiktok* merupakan media sosial yang dapat mengakses, menonton serta berbagi foto bahkan video terkini secara bebas. Namun tidak menutup kemungkinan jika mereka bisa berinteraksi lewat kolom komentar di *Tiktok* antar *fanbase* baik itu dari tim *Rex Regum Qeon* maupun *EVOS e-Sports*. Berikut merupakan salah satu bentuk komunikasi antar *fans* tim *Rex Regum Qeon* dan *EVOS e-Sports*. *Rex Regum Qeon* adalah sebuah tim yang terbentuk pada bulan Agustus, beranggotakan para pemain terbaik *Mobile Legends* yang selalu berada di atas di top global dunia dan *EVOS e-Sports* merupakan tim yang terbentuk pada 1 September 2016 di mana tim *EVOS e-Sports* ini berawal dari sebuah tim DOTA dan mulai bercabang ke dalam tim *Mobile Legends*. *Fandom* adalah sifat fanatik yang menurut KBBI (keyakinan) yang sangat kuat dengan ajaran (politik, agama, dsb). Menurut Jenson, *fandom* adalah sekelompok *fans* yang bergabung menjadi satu yang di mana *fandom* ini adalah di mana *fans* membangun budaya melalui keterikatan. Menurut Gooch, komunitas

merupakan sebuah kelompok sosial yang berbagi minat yang sama satu sama lain. Menurut Ellison (dalam Triastuti, 2017, hal. 17) media sosial membuat orang-orang untuk bisa saling berbagi informasi serta berinteraksi dan berkomunikasi berdasarkan ketertarikan yang sama. Bisa dilihat dari akun *Tiktok fans* kedua tim @EVOSfans dan @RRQKingdom.

Berdasarkan apa yang sudah dijelaskan pada latar belakang di atas, maka bagaimana interaksi antar *fans* tim *RRQ* dan *EVOS* ini terjadi. Bahkan interaksi tatap muka juga dilakukan oleh kedua *fans* tim *e-Sports* tersebut tidak hanya melalui media sosial. Banyaknya interaksi yang dilakukan kedua *fans* tim tersebut membuat peneliti semakin tertarik untuk meneliti Pola Interaksi antar kedua *fans* tim *RRQ* dan *EVOS*.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana fanatisme antara *fans RRQ* vs *EVOS* dalam *game online Mobile Legends*?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui fanatisme *fans* tim *EVOS* dan *RRQ* dalam *game online Mobile Legends*.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

- a. Peneliti selanjutnya bisa menjadikan penelitian ini sebagai acuan untuk pihak-pihak yang terkait dalam mengevaluasi fanatisme tim *e-Sports*.
- b. Memberikan referensi penelitian terkait pola komunikasi penggemar tim *EVOS* dan *RRQ*.

2. Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pola komunikasi yang dilakukan tim *RRQ* dan *EVOS*.
- b. Penelitian ini dapat menjadi masukan yang berharga bagi kedua kelompok *fans* tim *e-Sports Mobile Legends*.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian pertama yang relevan dalam penelitian ini yang dilakukan oleh Setiawan (2014) berjudul “Pola Interaksi Antar *Gamers* dalam *Game Online*” penelitian ini dilakukan

oleh Cornelius Ardintino Setiawan mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta Penelitian ini bertujuan agar mengetahui Pola Interaksi apa saja yang dilakukan antar *gamers online*. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana cara Pola Interaksi dalam *game online*”. Penelitian di atas menggunakan metode kualitatif yang dilakukan dengan cara observasi, wawancara serta dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah Pola Interaksi yang digunakan adalah interaksi dari individu ke individu, ada interaksi lainnya semacam kerja sama tim di dalam *game* antar pemain. Kesamaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dari konsep penelitian.

Dwinanda (2018) melakukan penelitian dengan judul “Komunikasi Interpersonal Antara *Gamer Online* dalam Keterlibatan Sosial”. Muhammad Bayu Dwianda, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, melakukan penelitian tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan sosial antar pemain dalam komunitas *game online*. “Bagaimana interpersonal komunitas antar *gamers* dalam *social engagement* di komunitas”, demikian rumusan masalah dalam penelitian ini. Data dari studi kasus digunakan sebagai bagian dari metodologi penelitian kualitatif untuk penelitian ini. Temuan penelitian ini dapat memajukan bidang ilmu komunikasi, terutama dalam hal keterlibatan dan komunikasi dalam komunitas *game online*.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Kurnia (2019) berjudul “Pola Komunikasi Mahasiswa *Gamers* (studi pada mahasiswa sosiologi di Universitas Negeri Makassar)” penelitian yang disusun oleh Eka Kurnia. Tujuan dari penelitian tersebut adalah agar dapat mengetahui Pola Komunikasi mahasiswa penggemar *game online*. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini yaitu, bagaimana Pola Komunikasi mahasiswa penggemar *game online*? Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian di atas terjadinya Pola Interaksi sosial melalui proses komunikasi yang dilakukan oleh para *gamers game online*.

Selanjutnya penelitian ke-4 yang dilakukan oleh Fitriandi (2019) berjudul “Gambaran Pola Interaksi Sosial Pada Pengguna *Game Online Mobile Legends*” yang dirangkai dalam sebuah jurnal oleh Fandra Friandi mahasiswa Universitas Islam Negeri Imam Bonjol. Penelitian di atas memiliki tujuan agar bagaimana bisa mengetahui Pola Interaksi para pengguna *game online Mobile Legends* di kelurahan alai parak kopi kota padang, mengetahui faktor-faktor apa

saja yang dapat mempengaruhi interaksi sosial di kelurahan tersebut dan agar tahu Pola Interaksi sosial yang mana individu tersebut berada. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini yaitu, (1. Bagaimana gambaran dari mereka yang sangat suka bermain *game online Mobile Legends* ini, 2. Faktor apa saja yang mempengaruhi interaksi sosial mereka pada game *Mobile Legends* ini). Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif sama dengan metode penelitian yang saya buat, hasil dari penelitian ini adalah, diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan menambah referensi pengetahuan.

Penelitian terakhir yang dilakukan oleh Kurniawan (2021) berjudul “Pola Komunikasi Anggota Kelompok *Gamers* dalam Permainan *Game Online PUBG Mobile* Tarakan via *Whatsapp*” penelitian di atas disusun oleh Muhammad kurniawan salah satu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang. Penelitian ini memiliki tujuan agar dapat memudahkan para pemain untuk mengetahui berbagai macam informasi seputar game *PUBG mobile* tersebut. Adapun rumusan masalah dari penelitian di atas untuk mengetahui pola komunikasi yang terbentuk pada anggota kelompok *gamers* dalam *game online* *PUBG* Tarakan via *WhatsApp*. Metode penelitian yang digunakan memiliki kesamaan dengan penelitian yang saya lakukan yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah mengharapkan agar pengetahuan tentang pola komunikasi dapat dilakukan terjadinya interaksi sosial serta menambah wawasan baru kepada semua *gamers PUBG mobile*. Pola komunikasi anggota kelompok *gamers* dalam permainan *game online PUBG mobile* Tarakan via *WhatsApp*” adalah judul skripsi akhir. Muhammad Kurniawan, mahasiswa tunggal senior Universitas Muhammadiyah Malang, menyerahkan makalah yang dimaksud. Tujuan penulisan ini adalah untuk memudahkan para pemain dalam memahami berbagai detail tentang *game PUBG mobile* yang dimaksud. Ada masalah dengan cara para pemain *game online PUBG* Tarakan berkomunikasi melalui *WhatsApp*, seperti yang terlihat pada analisis di bawah ini. Metode analisis yang digunakan memiliki kemiripan dengan analisis yang sebenarnya dilakukan, yaitu menggunakan metode analisis kualitatif. Temuan penelitian tersebut antara lain harapan agar para pemain *PUBG mobile* mendapatkan pengetahuan tentang saluran komunikasi sehingga dapat terjadi interaksi sosial dan diperkenalkannya senjata baru kepada mereka.

F. Kerangka Teori

1. Pola Interaksi.

a. Definisi

Menurut Setiawan (2014) makhluk hidup membutuhkan interaksi untuk menjalani kehidupannya sehari-hari. Tanpa interaksi, tidak akan ada aktivitas atau hubungan antara satu makhluk hidup dengan makhluk hidup lainnya, sehingga interaksi menjadi topik yang sangat menarik untuk kita pelajari. Salah satu landasan hubungan yang dibangun di atas standar dan cita-cita masyarakat adalah keterlibatan sosial. Jika norma yang ditetapkan diikuti dengan benar, interaksi sosial berjalan lancar dengan adanya norma. Menurut Saputra (2018) manusia selalu dalam hubungan satu sama lain sepanjang kehidupan sehari-hari. Interaksi sosial adalah rahasia perputaran semua aktivitas sosial dan tidak mungkin ada keberadaan bersama jika tidak ada interaksi.

b. Komunikasi Diadik (*Dyadic Communication*)

Komunikasi diadik mencakup semua jenis hubungan manusia, menurut penelitian Delia (dalam Tubbs dan Moss, 1996, hal. 2) hubungan yang akrab ialah hubungan yang paling sedikit. Menurut Saputra (2018) komunikasi diadik ini adalah komunikasi antarpribadi yang berlangsung antara dua orang yaitu komunikator menyampaikan suatu pesan kepada komunikan, maka dialog yang terjadi berlangsung intens.

2. Fanatisme

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan fanatisme sebagai paham atau keyakinan yang kuat (politik, agama, dan sebagainya). Fanatik mengacu pada minat yang berlebihan pada sesuatu. Forever (2004) mendefinisikan fanatisme sebagai antusiasme irasional. Goddard (2001) mendefinisikan fanatisme sebagai keyakinan yang memaksa seseorang untuk mempertahankannya. Menurut Hendra (2018) fanatisme adalah keyakinan yang kuat atau ekstrim terhadap sesuatu. Fanatisme adalah emosi tanpa syarat, semangat yang luar biasa, keras kepala, tidak pandang bulu, atau kekerasan. Fanatisme termasuk pemikiran dogmatis. Kekerasan menyebabkan kekacauan komunal. Penelitian ini mengkaji fanatisme dan agresi kelompok. Menurut Manuaba (2018) fanatisme tidak memiliki toleransi terhadap perbedaan dan pandangan sepihak untuk meningkatkan harga diri. Thorne menunjukkan pengabdian yang ekstrim, termasuk keintiman, pengabdian yang luar biasa, dan pengabdian implisit yang

melebihi tingkat tipikal atau rata-rata. Yang dimaksud dengan “objek fanatisme” adalah benda yang menarik perhatian dan dapat berupa orang, benda, merek, tayangan di televisi, atau kegiatan konsumsi lainnya. Terdapat empat karakteristik fanatisme menurut Thorne (2006, hal. 53) yaitu:

a. *Internal Involvement*

Penggemar yang terlibat secara internal dengan cermat memfokuskan waktu, tenaga, dan sumber daya mereka di bidang penyelidikan tertentu. Penggemar menunjukkan lebih banyak minat di wilayah tersebut daripada non-penggemar dan mendapatkan lebih banyak kesenangan dari objek yang mereka minati. Ini terbukti ketika seorang fanatik merindukan subjek favoritnya saat mereka tidak berada di dekatnya.

b. *External Involvement*

Partisipasi eksternal mengacu pada cara penggemar berinteraksi dengan topik yang mereka minati. Jenis perilaku dapat berkisar dari sekadar membeli majalah mingguan hingga berdandan; itu tergantung pada *genre* dan tingkat obsesi seperti karakter favorit dari film dan menghidupkan kembali sebuah adegan.

c. *A Desire For Interaction of Other*

Keterlibatan sosial diinginkan ketika seseorang fanatik. Keterlibatan sosial ini dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti pertemuan tatap muka atau interaksi *online*. Status fanatisme atau keanggotaan kelompok dapat diberikan melalui kontak dan memiliki nilai sosial. Sangat penting untuk dipahami bahwa *fandom* dapat bersifat publik atau pribadi karena fanatisme juga dapat berkembang ketika tidak ada orang lain atau rasa komunitas.

d. *A Wish to Acquire Source-related Material*

Keinginan yang luar biasa untuk memperoleh dan memiliki materi objek yang terkait dengan *fandom* mereka adalah ciri khas penggemar. Terkadang, penggemar bersedia untuk membeli dan membeli kembali barang-barang tertentu dan tidak ingin memiliki yang lain. *Fans* menemukan pemenuhan tidak hanya dalam kepemilikan *item* tetapi juga dalam pemenuhan aspirasi. Penggemar tidak hanya mengoleksi barang; mereka juga menciptakan hal-hal yang berhubungan dengan subjek obsesinya.

3. Fanatisme Budaya

a. Definisi Fanatisme Budaya

Menurut Champlin (2009) fanatisme adalah sikap yang sangat menghormati tujuan atau sudut pandang. Dalam beberapa hal, perilaku obsesif dimaksudkan untuk menyinggung, tetapi sebenarnya mengacu pada seseorang atau kelompok yang memiliki keyakinan berlebihan pada pengetahuan mereka sendiri dan akan tetap melakukannya bahkan jika orang lain menganggapnya berlebihan. Menurut Hapsari dan Wibowo (2015, hal. 53) fanatisme bisa berupa keyakinan atau sudut pandang yang baik atau negatif. Menurut Hastika (2019) secara psikologis, seorang fanatik seringkali tidak memiliki kemampuan untuk memahami hal-hal di luar dirinya dan tidak menyadari masalah yang mungkin dialami individu atau kelompok lain.

b. Aspek-Aspek Fanatisme Budaya

Menurut Seregina, Koivisto dan Mattila (2011) aspek-aspek fanatisme adalah menciptakan suatu keyakinan dan pemahaman berupa hubungan, kesetiaan, pengabdian, kecintaan, dan sebagainya.

1). Hubungan

Hubungan diciptakan dan dipertahankan berdasarkan dorongan orang untuk ikatan dan hubungan dengan orang lain dan hal-hal. Jumlah ketertarikan dalam hubungan fanatik secara signifikan lebih tinggi dari rata-rata, menjadikannya komponen penting dari keseluruhan fenomena. Bahkan obsesi telah disamakan dengan minat.

2). Kesetiaan

Kesetiaan fanatik berbeda dari bentuk kesetiaan lain seperti pembelian berulang atau perilaku terkondisi, karena didorong oleh suatu emosi.

3). Pengabdian

Oleh karena itu, objek pengabdian memiliki arti yang sangat khusus dan mulai melambangkan status dan identitas karena pengabdian mencakup kepercayaan ekstrim dan menyiratkan sejenis semangat religius dengan unsur kesucian. Ikatan yang terbentuk melalui pengabdian mengkomunikasikan kekerabatan dan perasaan yang sangat kuat seperti cinta dan gairah.

4). Kecintaan

Kebutuhan untuk menemukan objek-objek yang bernilai, diperhatikan, dan merasa diberi

energi dan diilhami oleh cinta adalah akar dari keinginan untuk mencintai. Mengingat fanatisme sangat bergantung pada kesetiaan, cinta sering disamakan dengan kualitas itu.

c. Aspek-Aspek Fanatisme

Menurut Goddard (2001), ada empat aspek fanatisme yaitu:

1). Besarnya suatu minat dan kecintaan pada suatu jenis kegiatan

Tingkat afeksi seseorang terhadap aktivitas tertentu mengacu pada kekuatan preferensi orang tersebut terhadap aktivitas tersebut.

2). Sikap pribadi maupun kelompok terhadap kegiatan tersebut

Suatu stimulus reaksi, menurut Notoatmodjo (1997), masih tertutup bagi seseorang dan disertai dengan emosi tertentu. Ini menunjukkan bagaimana setiap orang memunculkan perilaku sebagai dasar untuk terlibat dalam aktivitas yang dia sukai.

3). Lamanya individu menekuni suatu jenis kegiatan

Seberapa sering orang tersebut cukup intens untuk meluangkan waktunya untuk melakukan sesuatu yang dia sukai. Anda harus selalu gembira dan bangga dengan apa yang Anda lakukan ketika Anda terlibat dalam suatu aktivitas.

4). Motivasi yang datang dari keluarga

Menurut Hendra (2018) motivasi bisa bersifat internal atau eksternal. Keluarga dan teman sering memberikan motivasi dari luar. Ketika keluarga dan teman terhubung secara emosional, mereka mungkin berdampak pada individu.

4. *Game Online*

Game online adalah perkembangan cara permainan yang menggunakan media internet. Setiap permainan *game online* memiliki pandangannya sendiri layaknya seperti hutan, pantai, pegunungan, kota, dan padang rumput. Bahkan setiap permainan memiliki mata uangnya sendiri bisa berupa emas, koin, perhiasan, barang dan jasa untuk membeli sesuatu seperti baju, item, senjata, pakaian perang ataupun ramuan ajaib. Untuk di dalam permainan, individu menciptakan karakter sebetulnya dari diri mereka sendiri. Para pemain yang memainkan sebuah permainan harus memiliki nama untuk karakter individu tersebut, beberapa individu memiliki nama kebanggaan dalam menentukan nama yang tepat. Individu menghabiskan waktu berjam-jam untuk mengekspresikan hidup sebagai orang lain dan mulai mengidentifikasi karakter agar terasa lebih nyata. Sehingga individu bermain dengan waktu yang lama. *Game online*

dimainkan dengan memanfaatkan internet. Setiap *game online* menampilkan hutan, pantai, gunung, kota, dan padang rumput. Setiap permainan memiliki mata uangnya sendiri, seperti emas, koin, perhiasan, produk, dan layanan untuk membeli pakaian, benda, senjata, baju besi, atau ramuan ajaib. Orang mengembangkan diri mereka sebagai karakter *game*. Beberapa *gamer* bangga menamai karakter mereka. Orang menghabiskan berjam-jam membayangkan hidup sebagai orang lain dan belajar untuk mengidentifikasi diri dengan mereka. Untuk memperpanjang waktu bermain.

a. Kejadian Usia *Game Online*

Menurut *World Health Organization* (WHO) kategori usia remaja awal 10-14 tahun dan 15-20 usia akhir remaja. Sebanyak 91% anak usia 2 dan 17 tahun bermain *game online*. Pada usia remaja meningkat hingga 99% laki laki dan 94% perempuan yang bermain *game online* di Amerika Serikat.

b. *Game* Elektronik Berbasis *Game Console*

Game online berbasis *console* adalah di mana para pemain *game* hanya menggunakan program yang sudah disetting dalam *game online* tersebut. Dengan berkembangnya teknologi juga berdampak pada perkembangan *game online* elektronik. Sehingga muncul istilah dengan sebutan *game online*. Menurut Setiawan (2014) *game online* adalah sebuah permainan yang dimainkan dalam satu jaringan bisa dengan *LAN* maupun internet.

5. *Fandom*

Dalam bahasa inggris “*fans*” memiliki sifat fanatik, di mana menurut KBBI adalah kepercayaan atau keyakinan yang sangat besar terhadap suatu ajaran politik, agama, dsb. Para penggemar bersatu dalam bentuk *fandom*, *fan* adalah kependekan dari fanatik dan diakhiri dengan -dom sama layaknya seperti *Kingdom* atau *freedom* dsb. Menurut Jenson *fandom* adalah sekumpulan *fans* yang bergabung menjadi satu. Membangun identitas budaya melalui ketertarikan pada teks ialah disebut *fandom*.

Fandom adalah sebuah fenomena sebagai ilmu komunikasi melalui perspektif interdisipliner. Peneliti berusaha menginvestigasikan korelasi hubungan antara operasional dan sebuah perilaku *fans*. Penelitian yang dilakukan adalah dalam bentuk survei, survei dilakukan dengan *PSI process scale* untuk mengukur variabel hubungan proporsional dan *commitment* modal. Dalam *cyber fandom*, penggemar datang secara bersama sama untung saling berbagi

kepentingan mereka dan akhirnya menciptakan komunitas virtual dan budaya. Menurut Rizka (2015) istilah untuk merujuk sebuah *subcultural* yang dibangun oleh para penggemar yaitu yang disebut dengan sebutan *fandom*.

6. Teori Dinamika Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu kegiatan yang sudah ada semenjak manusia hadir di muka bumi ini. Dinamika komunikasi memerlukan pengkajian secara mendalam, yang saling berhubungan satu sama lain dengan komunikasi yang kompleks, komunikasi bisa dilakukan dalam bentuk apa saja bisa dalam bentuk senyuman, interaksi bahkan menganggukan kepala. Menurut Setiawan (2014) komunikasi itu sendiri merupakan sebuah gagasan atau pendapat dari setiap partisipan komunikasi yang terlibat di dalamnya guna mencapai makna kesamaan.

7. Pola Komunikasi Interpersonal

Informasi individu dari komunike yang spesifik interpersonal via mencari arti dari kata-kata interpersonal. Inter berasal dari intersor, yaitu antara dan non-publik. Yang mengumumkan bahwa ada komunikasi dan pemerintah swasta. Sebuah pesan yang dikirim oleh satu karakter ke karakter lainnya dengan efek langsung dari pesan. Kemudian pendapat Barnlund tentang percakapan Interpersonal adalah pembicaraan tetap berhubungan dengan pertemuan di antara, tiga atau mungkin 4 orang terjadi secara spontan dan tidak terstruktur. Menurut Mulyana (2018) komunikasi interpersonal adalah pertukaran lisan antar manusia bertatap muka yang memungkinkan apapun pesaingnya menanggapi reaksi orang lain baik secara lisan maupun non-verbal. Bahkan Effendi (2014) berkata komunikasi interpersonal hampir percakapan dikenal sebagai *dyadic* komunikasi antara dua manusia di mana kontak terjadi secara langsung dalam bentuk pertukaran lisan. Secara tatap muka, ponsel dapat bergerak melalui medium, sama seperti telepon pintar.

8. Komunikasi

Komunikasi memiliki bentuk baru pada saat hadirnya media siber. Sepanjang masa ini pola yang unik telah satu-ke-banyak atau dari satu pasokan ke banyak piring (yang mencakup buku, radio, atau **TV**) dan pola dari pasokan ke satu pasar target atau satu-ke-satu (yang mencakup telepon, surat). Dengan koneksi yang dibuat antara peralatan pc dan perangkat pc lainnya, pertukaran lisan perlu dirasakan pada waktu yang sama. Ini menjelaskan mengapa frase

"bersih" muncul: sistem komputer secara global (Nasrullah, 2014). Umat manusia telah menjadikan internet salah satu teknologi yang paling luas digunakan saat ini. Karena fakta di internet, manusia bisa melakukan apapun, termasuk bermain *game* dengan semua orang. (Frinico Alfian, 2022)

9. Pola Komunikasi Organisasi

Definisi komunikasi organisasi ini dibagi dua bagian yaitu, ada definisi fungsional dan definisi *interpretative*. Definisi dari fungsional komunikasi ini adalah sebagai penafsiran atau pertunjukan pesan yang berada di antara unit-unit komunikasi yang merupakan suatu bagian dari suatu organisasi tersebut dan organisasi *interpretative* ini merupakan komunikasi organisasi yang lebih cenderung bertujuan kepada kegiatan penanganan pesan yang terkandung dalam suatu batas organisasional. (Ghofar, 2018).

10. Pola Jaringan Komunikasi *All-Channel*

Jaringan ini disebut juga jaringan komunikasi semua saluran (*all channel*) sehingga setiap anggota dapat berkomunikasi dan melakukan timbal balik dengan semua anggota kelompok yang lain.

11. Komunikasi Virtual

Sosial manusia juga termasuk dalam pola komunikasi sebagai akibat pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, sehingga manusia tidak lagi dibatasi oleh batasan, lokasi, atau waktu dalam berkomunikasi. Kemajuan "Dunia di Telapak Tangan" adalah inovasi lain yang dibawa oleh teknologi informasi dan komunikasi. *The world is flat*, sebagaimana dikemukakan oleh Thomas L. Friedman dan dikutip oleh Nasrullah (2015), adalah ungkapan yang menggambarkan bagaimana keadaan dunia secara umum menjadi semakin buruk karena semakin banyak orang yang memiliki akses ke internet dan sumber dayanya. (Tanty Dewi Permassanty, 2018). Komunikasi virtual berdampak signifikan pada seberapa baik orang dan organisasi berkomunikasi baik di dalam maupun di luar *game*. Para pemain *game Mobile Legends* percaya bahwa pilihan percakapan virtual yang ditawarkan oleh *Mobile Legends* memudahkan kelancaran komunikasi saat bermain *game*. Manusia perlu berkomunikasi untuk saling melengkapi dalam kehidupan sehari-hari. Di era modern, kami memiliki akses ke komunikasi tatap muka dan komunikasi *online*. Dengan perkembangan

teknologi yang cepat, pesan dan panggilan telepon bukan lagi satu-satunya cara untuk berkomunikasi. *Game* ini juga menawarkan sarana komunikasi. Menurut Werner J. Severin dan James W. Tankard konsep dasar yang menjadi bagian dari komunikasi virtual adalah dunia maya, komunitas maya, *chat rooms*, MUD & Bot, interaktivitas, *hypertext*, dan multimedia. Dari keenam konsep dasar tersebut hanya ada lima konsep yang berkaitan dengan komunikasi virtual di dalam *game Mobile Legends*. (Caroline Vinci Wijaya, 2020).

Agar peneliti memahami pola komunikasi yang terjadi antar *fans* dari tim *Mobile Legends RRQ* dan *EVOS* maka digunakanlah etnografi virtual. Karena jaringan internet sangat dibutuhkan untuk penelitian ini, Peneliti berupaya untuk dapat terjun langsung ke lapangan, khususnya di dunia maya atau dunia maya, jika mampu melihat dan mengamati suatu kelompok yang ada di dalamnya. Di dunia maya, penelitian pada dasarnya sama dengan percakapan *online*, sehingga dilakukan melalui sarana *online* daripada tatap muka.

G. Metode Penelitian

Dalam tahapan ini penulis menjelaskan bagaimana cara kerja metode yang akan dilakukan untuk mendapatkan jawaban atas penelitian tersebut. Metode penelitian yang digunakan pada judul “Pola Interaksi Antara *Fans RRQ* dan *EVOS* dalam *Game Online Mobile Legends*” memiliki beberapa tahapan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan wawancara *online*. Wawancara *online* bertujuan untuk memberikan pemahaman yang signifikan. Wawancara *online* adalah metode penelitian kualitatif yang menggunakan secara *online*.

Metode wawancara *online* ini efektif, konsisten, dan efisien. Metode penting ini menyarankan pengakuan eksplisit untuk menghindari bias dan peneliti subjektif. Sengketa penelitian wawancara *online* ini adalah tentang kepercayaan dan keaslian data. *Setting online* ini dinilai kurang ramah, impersonal, dan data yang valid terbatas dan dangkal, meskipun beberapa peneliti menolaknya. Menurut mereka, lingkungan *online* membebaskan, memfasilitasi, dan kaya akan data.

2. Narasumber atau Informan

Dalam pencarian narasumber atau informan, peneliti akan mencari dan mendata para informan atau narasumber yang memiliki kegemaran diantara tim *e-Sports Rex Regum Qeon* atau *EVOS e-Sports*, narasumber atau informan dilihat dari jenis kelamin serta berapa banyak minat orang yang menyukai *game Mobile Legends* tersebut. Jenis kelamin informan tersebut adalah sebuah objek dari penelitian yang akan diteliti disini adalah laki-laki

3. Pengumpulan Data

Ada beberapa sumber data yang akan didapatkan oleh peneliti mau bersifat primer atau sekunder. Observasi dan wawancara tentu yang akan dilakukan oleh peneliti agar mendapatkan data yang valid dan mendalam

a. Observasi

Secara bahasa observasi diartikan sebagai memperhatikan dan melihat. Observasi adalah sesuatu kegiatan yang dilakukan untuk mengamati suatu objek secara langsung untuk memperoleh sejumlah data. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan peneliti adalah observasi partisipatif di mana observasi partisipatif ini dilakukan secara terang-terangan dan tersamar serta observasi ini bersifat berstruktur

b. Wawancara

Penelitian juga akan melakukan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara. Berhubung pendekatan yang saya gunakan adalah wawancara online, kemungkinan besar wawancara yang akan dilakukan secara online. Wawancara adalah sebagai pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi melalui sebuah tanya jawab.

4. Analisis Data

Data ini dikumpulkan secara bersamaan. Dalam analisis data kualitatif, analisis data adalah proses sistematis dan mengatur transkrip wawancara, catatan lapangan, dan bahan lain yang anda kumpulkan untuk meningkatkan pemahaman anda sendiri dan untuk memungkinkan apa yang anda temukan lain". Analisis data adalah di mana menemukan dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara.

a. Reduksi Data

Merangkum hal-hal pokok atau memfokuskan untuk mencari tema dan pokoknya. Data yang sudah direduksi akan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data yang

selanjutnya

b. Penyajian Data

Setelah kita berhasil mereduksi data dan merangkum data, kemudian peneliti bisa menyusun dalam pola hubungan sehingga dapat mudah dipahami.

c. Menarik Kesimpulan

Kesimpulan merupakan sebuah deskripsi atau gambaran suatu objek. Hasil penelitian ini dapat menjelaskan hasil dari temuan data yang telah diteliti oleh peneliti yang berupa hubungan interaktif, kasual, teori dan hipotesis.

5. Draft Pertanyaan.

Penyusunan draft pertanyaan yang baik dalam telesurvey dapat membantu memperoleh informasi yang akurat, relevan, dan berguna bagi tujuan survei.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Peneliti akan meneliti serta memaparkan penjelasan mengenai objek yang diteliti. Peneliti akan meneliti Pola Interaksi antara tim *e-Sports EVOS* dan tim *e-Sports RRQ* dalam *game online Mobile Legends*.

A. Tim *e-Sports EVOS*

EVOS e-Sports dibentuk pada 1 September 2016 dimulai dengan divisi Dota. Setelah mencapai keberhasilan kecil dalam Judul PC, tim mulai bercabang ke dalam *game* lain dan *Mobile Legends* lahir. Tim mengambil *Team Lord* pada awalnya dan sukses baik di kompetisi kecil. Setelah lelah kalah di turnamen besar, tim melakukan pertukaran roster besar, mengambil bintang muda, JessNoLimit & Oura. Dari sana tim mulai mendapatkan traksi, terutama menyelesaikan tempat ke-2 di MPL pertama. Kemudian segera setelah itu, *EVOS* membawa pulang posisi ke-2 lagi di musim berikutnya. *EVOS* akan menghadapi hambatan besar setelah gagal ke posisi terendah mereka, urutan ke-8, yang menyebabkan tim memulai perubahan daftar nama baru. Daftar baru memiliki campuran yang baik dari veteran berpengalaman seperti Donkey & Oura sementara juga merekrut pemain baru seperti Luminaire & Wannn untuk memicu perspektif yang berbeda dengan tim. Dari sana, tim berhasil menemukan sukses besar, menyelesaikan unggulan teratas di MPL *Regular Season 4* dan akhirnya mengalahkan *RRQ* di *Grand Final* untuk mengangkat kejuaraan pertama kalinya. *EVOS* mampu melanjutkan momentum dengan membawa pulang kejuaraan dunia pertama di Kuala Lumpur. *EVOS* memiliki *coach* yang bernama Zeys dan memiliki asisten *coach* yang bernama Taxtump dan Vellion, sekaligus memiliki analis yang bernama Age. *EVOS e-Sports* ini memiliki beberapa member di divisi *Mobile Legends*.

1. Clover (*Gold Laner*). Lahir tahun 5 februari 1997, Sulawesi Utara.



Gambar 2. 1 EVOS Clover

2. Crite (*Mid Laner*) lahir 17 februari 2001, Surabaya.



Gambar 2. 2 EVOS Crite

3. Dreams (*Roamer*) lahir pada 16 desember 1999.



Gambar 2. 3 EVOS Dreams

4. Pendragon (*EXP Laner*) lahir pada 3 mei 2002, Surabaya.



**Gambar 2. 4 EVOS
Pendragon**

5. Saykots (*EXP Laner*)



Gambar 2. 5 EVOS Saykoys

6. Sutsujin (*Jungler*)



Gambar 2. 6 EVOS Sutsujin

7. Tazz (*Jungler*)



Gambar 2. 7 EVOS Tazz

Sebelum mereka mengikuti suatu turnamen tim *EVOS e-Sports* ini berlatih di *gaming house* mereka yang terletak di Jakarta. *EVOS e-Sports* memiliki beberapa prestasi yang dicapai seperti,

1. MPL Indo S5 - *2nd Place* 2020
2. M1 *World Championship* - *1st Place*
3. MPL Indo S4 - *1st Place* 2019
4. MPL Indo S1 - *2nd Place* 2018
5. MPL Indo S2 - *2nd Place* 2018

6. MPL Indo S3 - 8th Place 2019

B. Tim e-Sports RRQ Hoshi

Terbentuk pada bulan Agustus 2017, *RRQ O2* beranggotakan para pemain terbaik di *Mobile Legends* yang selalu berada di deretan teratas top global dunia. Keahlian para pemain tersebut bahkan telah diakui oleh pemain *Mobile Legends* mancanegara. Kini *RRQ O2* berganti nama menjadi *RRQ Hoshi*. Divisi *Mobile Legends* menjadi lengkap dengan turut hadirnya *RRQ Sena* sebagai tim kedua yang akan menjadi perwakilan *RRQ* di MDL. Kini divisi *Mobile Legends* dilengkapi oleh *RRQ Mika* sebagai perwakilan tim wanita *RRQ*, dan di 2022 ini *RRQ* kembali mengembangkan sayapnya ke Brazil dengan membentuk *RRQ Akira*. *RRQ hoshi* memiliki dilatih atau memiliki *coach* yang bernama Acil dan Fiel serta memiliki analis bernama Arcada. *RRQ Hoshi* memiliki beberapa member di divisi *Mobile Legends* ini.

1. R7 (*EXP Laner*)



Gambar 2. 8 RRQ R7

2. Lemon (*Midlaner*)



Gambar 2. 9 RRQ Lemon

3. Vyn (*Roamer*)



Gambar 2. 10 RRQ VYN

4. Clayy (*Midlaner*)



**Gambar 2. 11 RRQ
CLAYY**

5. Xin (*Goldlaner*)



Gambar 2. 12 RRQ XINN

6. Skylar (*Goldlaner*)



Gambar 2. 13 RRQ Skylar

7. Albert (*Jungler*)



Gambar 2. 14 RRQ Albertt

8. Banana (*EXP Laner*)



Gambar 2. 15 RRQ Banana

RRQ hoshi memiliki beberapa penghargaan yaitu,

1. *MPL Season 10, 2nd Place 2022*
2. *MSC, 2nd Place 2022*
3. *MPL Season 9, 1st Place 2022*
4. *MPL Season 8, 2nd Place 2021*
5. *M2 Championship, 3rd Place 2021*
6. *MPL Season 6, 1st Place 2020*
7. *MPL Invitation 4 Nation Cup, 1st Place 2020*
8. *MPL Season 5, 1st Place 2020*
9. *MPL Season 4, 2nd Place 2019*

RRQ Hoshi memiliki *gaming house* yang berada di Jakarta untuk tempat di mana mereka latihan sehari-hari.

C. Sejarah *EVOS Roar*

Tim *EVOS* merupakan salah satu organisasi *e-Sports* yang berasal dari negara Indonesia yang didirikan pada tanggal 21 Agustus 2016 di kota Jakarta, organisasi ini dipimpin oleh Ivan Yeo selaku *co-founder and chief executive officer*. Sejarah nama *EVOS* sebelumnya bernama

Zero Scope, namun dibentuk menjadi *EVOS* yang berarti pengembangan. *EVOS* memiliki grup berbeda yang bermain di kompetisi *game* seperti *Mobile Legend*, *Dota 2*, *Arena of Valor*, dan *game* lainnya.

Tim *EVOS* telah menjuarai sejumlah turnamen olahraga elektronik internasional, antara lain berturut-turut menjuarai *AOV (Arena of Valor) International Championship* sejak 2018, menjuarai turnamen *Free Fire World Cup 2019* di Thailand, dan terakhir menjuarai kejuaraan dunia *Mobile Legends M1* di Malaysia pada tahun 2019. Selain itu, *EVOS e-Sports* telah menjuarai sejumlah turnamen di Indonesia, antara lain *MPL Indonesia S5 2nd Place 2020*, *M1 World Championship 1st Place*, *MPL Indonesia S4 1st Place*. Selain itu, *EVOS* juga berhasil mengembangkan kolaborasi ke berbagai negara di asia dengan membuat grup *EVOS* di berbagai negara seperti pada negara Vietnam, Thailand, Singapura, dan Filipina.



Gambar 2. 16 EVOS Legends

D. Sejarah RRQ Hoshi

Tim *RRQ* merupakan salah satu organisasi olahraga *game online* yang berasal dari negara Indonesia yang didirikan pada agustus 2017. Memiliki nama awal organisasi yakni *RRQ O2* dan telah berganti nama menjadi *RRQ Hoshi*. Penambahan *RRQ Sena*, tim kedua yang akan mewakili *RRQ* di MDL, melengkapi divisi *RRQ Mobile Legends*. *RRQ* Mika kini menjadi perwakilan tim wanita *RRQ* di divisi *Mobile Legends*. Di tahun 2022, *RRQ* akan kembali melebarkan sayapnya ke Brazil dengan membentuk *RRQ Akira*. *RRQ* Hoshi memiliki pelatih bernama Acil dan Fiel serta seorang analis bernama Arcada. *RRQ* Hoshi memiliki beberapa

individu di divisi legenda serbaguna ini.



Gambar 2. 17 RRQ Hoshi

BAB III

TEMUAN DATA

Pada bab ini peneliti memaparkan hasil penelitian yang diperoleh dari objek dan subjek penelitian berdasarkan hasil informasi, observasi, dan wawancara narasumber penonton olahraga *game online EVOS* dan *RRQ e-Sports Mobile Legends*.

A. Observasi Fans di Platform Media Sosial

Peneliti melakukan observasi pada *platform* media sosial terhadap tim *EVOS Roar* dan *Kingdom (RRQ)*. Peneliti kemudian melakukan perbandingan terkait komunitas *EVOS Roar* dan *Kingdom (RRQ)* yang cukup aktif di *platform* baik di *Instagram*, *Twitter* dan *Youtube*. Dalam pertandingan *Mobile Legends* kedua tim *EVOS Roar* dan *Kingdom (RRQ)* yang berlangsung pada tanggal 7 April 2023, memiliki jumlah *views* sebanyak 399.440 ribu penonton dan 280.000 penyuka pertandingan kedua tim di *Youtube*.



Gambar 3. 1 RRQ vs RRQ e-Sports Sumber: Youtube, (2023)

Peneliti tertarik meneliti pada tim *EVOS Roar* memiliki jumlah *followers* sebanyak 7 juta pengikut di *Instagram* dan *Kingdom (RRQ)* memiliki jumlah *followers* sebanyak 4,9 juta pengikut di *Instagram*. Kedua tim ini memiliki jumlah pengikut yang banyak di *platform* media

sosial karena memiliki karakter tim yang sama kuat dalam mengatur strategis dalam peperangan di dalam *game* dengan *hero* yang mereka pilih dibandingkan dengan tim yang lain.



Gambar 3. 2 Instagram *EVOS* Sumber: Instagram @*EVOS*esports, (2023)



Gambar 3. 3 Instagram *RRQ* Sumber: Instagram @*teamRRQ*, (2023)

B. Observasi dengan Penonton *Game Online*

1. Profil Narasumber

Peneliti telah melakukan pengambilan data dengan menggunakan teknik wawancara secara *online* melalui *WhatsApp*. Sebelum menemukan narasumber dan melakukan wawancara, peneliti memilih secara *random* penonton pengikut pertandingan *EVOS vs RRQ* pada *Mobile Legends: Bang Bang* yang ada di *platform Youtube*. Peneliti kemudian mengirimkan pesan kepada narasumber melalui *Youtube Messenger* terkait kesesuaian kriteria yang dicari. Jika kriteria sudah sesuai, peneliti meminta izin kepada narasumber untuk diwawancarai. Apabila narasumber tidak bersedia untuk diwawancarai, maka peneliti akan mencari kembali narasumber lain yang sesuai dengan kriteria dan bersedia untuk diwawancarai.

Narasumber yang akan dipilih sebagai informan dalam penelitian ini adalah penonton pengikut pertandingan *EVOS vs RRQ* pada *Mobile Legends: Bang Bang* yang ada di *platform Youtube* yang tertera sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Daftar Narasumber Peneliti

No.	Nama Informan	Asal Informan	Jenis Kelamin	Umur	Tim Fans	Lama Fans
1.	Gustian Fajar	Jakarta	Laki-laki	22 Tahun	<i>EVOS</i>	Sejak 2019
2.	Arif Pramana	Surabaya	Laki-laki	27 Tahun	<i>EVOS</i>	Sejak 2018
3.	Rezi	Bekasi	Laki-laki	21 Tahun	<i>EVOS</i>	Sejak 2019
4.	Wahyu	Bandung	Laki-laki	22 Tahun	<i>RRQ</i>	Sejak 2019
5.	Arbain	Bekasi	Laki-laki	20 Tahun	<i>RRQ</i>	Sejak 2017
6.	Romeo A.	Jakarta	Laki-laki	23 Tahun	<i>RRQ</i>	Sejak 2017

Peneliti telah melakukan wawancara via *WhatsApp* pada 08 Mei 2023 dengan narasumber pertama untuk memperoleh informasi bernama Gustian Fajar, umur 22 tahun yang berasal dari Jakarta. Gustian Fajar mengenal bermain *game Mobile Legends* sejak tahun 2017 dan merupakan *fans* dari tim *EVOS*.

Narasumber kedua bernama Arif Pramana yang berasal dari Balikpapan. Peneliti melakukan wawancara melalui *WhatsApp* bersama narasumber pada 09 Mei 2023. Peneliti meminta izin untuk melakukan wawancara via *WhatsApp* untuk dapat memberikan informasi dari wawancara dengan peneliti. Arif Pramana adalah laki-laki berusia 27 tahun yang berasal dari kota Surabaya. Arif merupakan *fans* tim *EVOS* sejak tahun 2018.

Selanjutnya narasumber ketiga bernama Rezi yang berasal dari Bekasi. Peneliti melakukan wawancara melalui *WhatsApp* bersama narasumber pada 09 Mei 2023. Peneliti meminta izin untuk melakukan wawancara via *WhatsApp* untuk dapat memberikan informasi dari wawancara dengan peneliti. Rezi adalah laki-laki berusia 21 tahun, dan merupakan *fans* tim *EVOS* sejak tahun 2019. Selanjutnya narasumber keempat bernama Wahyu yang berasal dari Bandung. Peneliti melakukan wawancara melalui *WhatsApp* bersama narasumber pada 11 Mei 2023. Peneliti meminta izin untuk melakukan wawancara via *WhatsApp* untuk dapat memberikan informasi dari wawancara dengan peneliti. Wahyu adalah laki-laki berusia 22 tahun, dan merupakan *fans* tim *RRQ* sejak tahun 2019.

Selanjutnya narasumber kelima bernama Arbain yang berasal dari Bekasi. Peneliti melakukan wawancara melalui *WhatsApp* bersama narasumber pada 11 Mei 2023. Peneliti meminta izin untuk melakukan wawancara via *WhatsApp* untuk dapat memberikan informasi dari wawancara dengan peneliti. Rezi adalah laki-laki berusia 20 tahun, dan merupakan *fans* tim *RRQ* sejak tahun 2017 dan narasumber keenam bernama Romi Romeo A. yang berasal dari Jakarta. Peneliti melakukan wawancara melalui *WhatsApp* bersama narasumber pada 12 Mei 2023. Peneliti meminta izin untuk melakukan wawancara via *WhatsApp* untuk dapat memberikan informasi dari wawancara dengan peneliti. Romi Romeo A. adalah laki-laki berusia 23 tahun, dan merupakan *fans* tim *RRQ* sejak tahun 2017.

a. Proses Awal Menjadi Tim *EVOS*

Berdasarkan informasi keenam narasumber yang terdiri dari Gustian Fajar, Arif Pramana, Rezi, Wahyu, Arbain, dan Romi Romeo memiliki ceritanya masing-masing tentang bagaimana proses awal mereka hingga bisa menyukai *game online Mobile Legends*. Para

narasumber memulai mengenal *Mobile Legends* dari tahun 2019 dan cukup lama yaitu sejak tahun 2017. Faktor penyebab mereka memutuskan untuk bermain *game online Mobile Legends* dan hingga memulai menyukai tim *e-Sports Mobile Legends Bang Bang (MLBB)* bermacam-macam.

Awal mulai pertandingan *e-Sports* diresmikan pada tahun 2017, dan menjadi hiburan untuk semua kalangan usia untuk menonton dan menyukai pertandingan *game online* tersebut. Olahraga *game online* tersebut memiliki banyak jenis kompetensi salah satunya *Mobile Legends Bang Bang* yang diadakan di Indonesia.

“Tentu jelas mas dalam hati saya, saya tetap berpegang teguh, saya fanatik banget dengan *EVOS e-Sports* mas. Saya mulai menyukai *EVOS e-Sports* ini mungkin dari 2019 mungkin mas ya, dari Piala Turnamen MPL Season 4 sama kejuaraan dunia M1 mas.” Kata Gustian Fajar.

“Menyukai Tim *EVOS* sejak 2018, di dunia *game online* khususnya *e-Sports* ya, *EVOS* merupakan tim paling terkenal karena banyak memiliki prestasi. Dari mulai saya bermain *game Mobile Legends*, trus banyak nonton *Youtube* untuk mengetahui trik dalam memainkan *game Mobile Legends*, kebanyakan yang aku tonton itu trik nya dari tim *EVOS*.” Kata Arif Pramana.

“Menyukai Tim *EVOS* sejak 2019, Karena salah satu tim *Mobile Legends* yang memiliki prestasi nasional dan internasional, selain itu banyak teman saya juga menyukai *EVOS* yang membuat saya menjadi *fans EVOS* juga.” Kata Rezi.

b. Proses Awal Menjadi Tim *RRQ*

Berdasarkan hasil observasi peneliti kepada tiga responden lainnya yang berbeda dengan narasumber sebelumnya adalah pendukung *e-Sports* tim *RRQ*. Ketiga narasumber ini tentunya memiliki cerita masing-masing dalam menceritakan awal mula mereka mengenal dan bermain *game online Mobile Legends* sampai pada akhirnya narasumber memiliki tim *e-Sports* idola.

“Menyukai Tim *RRQ* sejak 2019, Karena *RRQ* tim banyak mengikuti pertandingan ML dan PUBG. Pengaturan strategi main timnya yang keren dari beberapa *season* yang aku nonton ya.” Kata Wahyu.

“Tim juara dong *RRQ* team, menyukai sejak tahun 2018. Maraknya turnamen MPL, cara *RRQ* berjuang keras bermain serta sejarah mereka dalam menjuarai beberapa turnamen *e-sport*.” Kata Arbain.

“Yang saya kagumi dan sukai sejak awal sampai detik ini hanya satu yaitu Rex Regum

Qeon atau yang orang-orang kenal dengan *RRQ*. *RRQ* ini mereka mengajarkan banyak hal di hidup saya. Dalam kita menanggapi kritik satu saran dari *fans- fans, gameplay* yang sangat mengajar untuk saya sendiri. Mental mereka yang ajarkan untuk teman teman itu saya tanam dalam diri saya.” Kata Romi Romeo.

c. Bentuk Fanatisme Dari Dukungan *Fanclub E-Sports*

Fanatisme dapat didefinisikan sebagai kegembiraan yang berlebih. Mendukung suatu kelompok atau grup secara ekstrim hingga menjadi sebuah identitas. Menurut Hollow, *fandom* adalah subkultur kumpulan penggemar yang mempunyai minat yang sama. Kata tersebut berasal dari gabungan kata *fan* dan *Kingdom* (Hanjani, 2019: 74).

Fanatisme juga dapat diartikan karena pola pikir seseorang yang secara *virtual* mencintai sesuatu atau individu tertentu. Ketika penggemar yang memiliki fanatisme terhadap tim *e-Sports EVOS Roar* dan *Kingdom (RRQ)* mereka memiliki persepsi yang terlalu kuat untuk hanya mencintai tim idola mereka saja. Menurut Thorne dan Bruner (Putri, 2019: 18-19), ada empat karakteristik penggemar untuk dapat dikatakan sebagai fanatisme yakni: Keterlibatan Internal, Keterlibatan Eksternal, Keinginan untuk memiliki barang yang berkaitan dengan Idola, dan Interaksi Sosial.

1). Keterlibatan Internal

Pada penelitian ini keterlibatan internal pada penggemar *game online Mobile Legends* terhadap keenam responden menunjukkan bahwa perspektif masing masing dengan meluangkan waktu, uang dan dukungan penuh di sosial media tim idola yang menunjukkan ketertarikan dukungan.

“Hal yang saya lakukan mas ya? Mungkin seperti saya sering menonton *EVOS* mas, pada saat MPL Season ke 7,8,9, seperti itu mas. Ya mungkin saya juga beli beli *merchandise* dia ya, sama terakhir saya nonton kejuaraan dunia IESF itu yang di Bali. Sebenarnya itu memang timnas Indonesia yang main mas ya atas nama negara, tapi kan dimana notabenenya lima pemain itu dari *EVOS e-Sports* semua jadi saya menonton gitu mas.” Kata Gustian Fajar.

“Saya sangat *support* mereka di saat mereka salah, salah dalam arti salah misalnya kadang kan ada beberapa streamer yang mereka kurang mendidik misalnya bicara kotor, itu sebenarnya itu part of entertainment. Jadi temen temen ngga boleh menyalahkan, kita tetap mendukung di saat mereka kalah dalam turnamen apapun itu kita tetap mendukung. Dan

mereka menang kita ngga usah berlebihan selebrasinya dan sebagai *fans* saya membeli *merchandise*-nya.” Kata Romi.

“Saya selalu menonton *tournament EVOS* baik MPL, MDL, M-Series, dll. Selain itu saya selalu mengikuti informasi tentang *EVOS* pada sosial media seperti *Instagram* dan *Tiktok*. Hal ini saya lakukan seperti memberikan dukungan pada live chat, kolom komentar media sosial dan mengkritik performa *EVOS*”. Kata Fachrezi

“Dari awal mula saya memainkan *game online Mobile Legends* saya selalu banyak menonton *tips and trick* pro player yang berasal dari team *EVOS* dan saya setia pada pertandingan dengan menonton pertandingan *EVOS*, selain itu saya selalu mengikuti informasi *EVOS* pada sosial media seperti *Instagram* dan *Youtube*. Men-*support* dengan *follow* akun *official EVOS* dan ikut komen di berbagai sosmed mereka.” Kata Arif Permana

“Mendukung *RRQ* dengan hadir ke stage secara langsung membuat saya mendapatkan feelnya secara langsung dan rasa kecintaan saya terhadap team tersebut semakin terasa. Pengaturan strategi dari team *RRQ* sangat keren dari awal saya mengikuti perkembangan team *RRQ* tersebut”. Kata Wahyu Dharma

“Kecintaan saya kepada team *RRQ* karena saya melihat perjuangan mereka dengan memenangkan berbagai macam tournament di MPL sekalipun. Menonton dan mendukung team idola saya dan membeli merchandise dengan membeli baju dari team *RRQ*”. Kata Arbain

2). Keterlibatan Eksternal

Keterlibatan eksternal yang menggambarkan penggemar dengan objek fanatisme seperti, dengan mengikuti komunitas yang diikuti, memposting hal yang berhubungan tim idolanya di media sosial, menonton pertandingan, dan perilaku konsumtif yang berhubungan dengan tim idola.

3). Komunitas Virtual

Komunitas virtual adalah kalimat yang sering digunakan pada era digital untuk membentuk kelompok yang memiliki kesamaan hobi dari *game online Mobile Legends* dan membentuknya via *online*. Komunitas virtual memberikan segala informasi tentang kesamaan hobi dengan tujuan tersebut untuk menyatukan berbagai macam anggota pada komunitas *virtual* untuk dapat bertemu, dan mendukung tim idola Bersama-sama.

Keenam narasumber sama-sama mengatakan bahwa dirinya bergabung dalam sebuah komunitas dan sering mengikuti pertandingan *e-Sports Mobile Legends*. Bergabung pada komunitas membuat keenam narasumber memiliki rasa dukungan kepada tim idola, mendapatkan banyak informasi, dan sama sama mendukung idola dengan menonton bersama-sama komunitas baik menonton secara langsung pertandingan atau menontonnya di suatu tempat yang memang dikhususkan bagi pendukung idola tim pemain *e-Sports game Mobile Legends*.

“Mendukung tim dan mengikuti komunitas *fansnya*. Aku selalu setia pada menonton pertandingan *tournament EVOS*, selain itu aku selalu mengikuti informasi *EVOS* pada media sosial seperti Instagram dan Youtube. aku memberikan dukungan seperti mem *follow* akun tim *EVOS*, komen di berbagai sosmed mereka.” Kata Arif Pramana.



Gambar 3. 4 Komunitas Tim *EVOS E-Sports Game Mobile Legends*

“Selalu menonton *tournament EVOS* baik MPL, MDL, M series dll, selain itu saya mengikuti komunitasnya untuk memberikan dukungan saya dan untuk mendapatkan informasi Tim *EVOS* pada media sosial seperti Instagram dan Tiktok. Dan saya juga melakukan seperti memberikan dukungan pada live chat, kolom komentar media sosial dan mengkritik performa tim *EVOS*.” Kata Rezi.

Pertandingan *e-Sports game Mobile Legends* memiliki keseruan dalam menontonnya, banyaknya penonton membuat besar olahraga *game online* ini sehingga maraknya pertandingan yang diikuti oleh pemain besar seperti tim *EVOS* dan Tim *RRQ*.



Gambar 3. 5 Komunitas Tim RRQ E-Sports Game Mobile Legends

1). Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh penggemar olahraga *game online Mobile Legends* tim *EVOS* dan tim *RRQ* yaitu terdapat keinginan untuk dapat memberikan dukungan dengan memiliki objek material yang berhubungan dengan idolanya. Penggemar dalam mendukung rela mengorbankan uang dan waktu untuk memenuhi keinginan untuk menghibur diri. “Dari nonton pertandingan mereka sampai beli baju *jersey* sih kalo aku.” Kata Arbain. Arbain mengatakan bahwa bentuk fanatiknya rela mengorbankan uang selain membeli tiket nonton pertandingan juga dengan membeli baju *jersey* tim *RRQ* untuk memenuhi rasa kepuasan diri.



Gambar 3. 6 Koleksi Merchandise *RRQ* Milik Arbain

“Kalo buat aku pribadi dengan mengoleksi contoh baju *jersey* merupakan hobi aja sebagai supporter yang nantinya aku pakai pas menonton *EVOS* turnamen.” Kata Rezi



Gambar 3. 7 Koleksi Merchandise *EVOS* Milik Rezi

Sebagai penggemar tim idola ketika bertanding Rezi mengatakan bahwa bentuk cara supporter dengan menggunakan kaos jersey tim *EVOS*. Kaos jersey yang dibeli juga mengikuti jersey season terbaru *EVOS*. Beberapa responden lainnya mengatakan dengan membeli merchandise dan barang-barang yang berkaitan dengan idola membuat mereka memiliki rasa kepuasan diri dan menjadi sesuatu yang mereka bisa banggakan bersama komunitas tim idola.

C. *Fanwar*

EVOS dan *RRQ Kingdom* adalah dua tim *e-Sports* yang memiliki rivalitas di *Mobile Legend Indonesia*. Kedua tim tersebut memiliki kekuatan yang sangat bagus dalam dunia *e-sport* sehingga tak heran kedua tim tersebut memiliki *bigger fans* terutama di negara Indonesia. Kemampuan dalam mengatur strategi dalam bermain inilah yang membuat para *fans* bersemangat dalam menonton *tournament e-Sports*.

Penggemar olahraga *game online* memiliki pendukung yang sangat besar terutama di Indonesia. Saling support tim idola merupakan hal yang menarik karena memicu terjadinya perang baik didalam dan diluar arena antara pemain *e-Sports EVOS Roar* dan *Kingdom (RRQ)* dan *fans* dari kedua tim tersebut. Dalam pertarungan *e-Sports Mobile Legends Professional League* atau MPL Indonesia, sejak season 1 hingga season 5 keduanya merupakan saingan terkuat. *Tournament* yang menjadi momen persaingan berat antara *RRQ* dan *EVOS* adalah di season 4 MPL dan ajang dunia M1. Pada *tournament* tersebut yang mendapatkan gelar dunia adalah tim *EVOS* yang mana saat perebutan gelar tersebut hampir dimenangi oleh *RRQ*.

Turnamen tersebut membuat *fans* kedua saling serang, yang berimbas tertekannya para pemain *E-Sports EVOS Roar* dan *Kingdom (RRQ)*. Ujaran kebencian adalah tindakan komunikasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan, maupun hinaan terhadap individu atau kelompok lain dalam berbagai aspek seperti agama, ras, gender, kewarganegaraan, dan lain-lain. Di Surat Edaran Kapolri NOMOR SE/06/X/2015 tentang Ujaran Kebencian (Hate Speech) (dalam Syafyaha, 2018) dijelaskan beberapa bentuk ujaran kebencian seperti penghinaan, pencemaran nama baik, penistaan, perbuatan tidak menyenangkan, memprovokasi, menghasut, dan menyebarkan berita bohong. Hujatan yang diterima *RRQ* Albert di media sosial pun membuat CEO *RRQ*, Andian Pauline (Pak AP) mengambil tindakan tegas dengan melaporkan pelaku ke pihak berwajib. Tak hanya dari tim *RRQ*, sikap tegas juga ditunjukkan mantan pemain *EVOS Legends*, Ihsan “Luminaire” Kusudana, atas berbagai hujatan kepada Alberttt. Ujaran kebencian yang dilakukan oknum penggemar kepada Alberttt mendapat pusat perhatian yang serius oleh tim *RRQ*. Pasalnya, hujatan yang dilontarkan dinilai sudah mengandung SARA.

“Oh ada mas, pasti ada. Bisa dilihat misalkan dari pertandingan nih mas pada saat grup stage, *RRQ* ketemu dengan *EVOS*, kalau misalkan mereka ketemu entah itu *EVOS* yg menang atau *RRQ* yg menang pasti tuh mereka saling mengejek di entah itu di kolom komentar, entah

itu di bahkan sampai akun official pemainnya mas. Bahkan beberapa *official* pemain tuh akun Instagramnya di report bahkan sampe ilang mas. Jadi mereka itu memang saling ledek-ledekan lah ditambah dengan apa namanya, prestasi *EVOS* yang menjuarai dunia untuk *e-Sports* Indonesia ini sebagai tameng gitu mas buat menangkis caci makian dari *fans RRQ* gitu mas.” Kata Gustin Fajar.

“Sebenarnya yang penyebabnya itu mungkin dari sifat fanatiknya sama kedewasaannya ya mas ya. Soalnya bisa kita lihat sendiri kalo misalkan kita udah punya sifat dewasa pasti mereka itu, seperti saya sendiri nih mas kalo misalkan tim *EVOS* kalah terhadap *RRQ* ya udah saya terima aja, saya cuman hanya cukup ngesupport *EVOS* tuh biar kedepannya makin bagus lagi gitu bermainnya. Tidak untuk malah mencaci maki segala macam gitu mas. Yang ada malah membuat mental pemain-pemain tuh malah turun mas, jadi ya itu mereka saling berdebat – berdebat gitu.” Kata Gustian Fajar

“Drama dari konflik bisa sampai hilang akun dari si pemain *e-Sports*, Hate speech pada team player maupun *fans* pada media sosial.” Arif Pramana. Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan ketiga yaitu Rezi mengenai konflik *fans EVOS vs Fans RRQ*, diperoleh keterangan bahwa: “Hate speech pada player, team maupun *fans* pada media sosial. Hal ini sering sekali terjadi dan bisa berdampak pada hilangnya Instagram pemain.” Rezi.

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan keempat yaitu Wahyu mengenai fanatik terhadap tim idola *e-Sports*, diperoleh keterangan bahwa:

“Sama seperti *fans* bola. kedua tim sama sama punya bigger *fans* di Indonesia. Team *RRQ* sama *EVOS* juga punya skill sama sama kuat. Komen cyber di akun akun sosmed antara *fans* saling membully dengan negative komen.” Wahyu.

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan kelima yaitu Arbain mengenai konflik *fans EVOS vs Fans RRQ*, diperoleh keterangan bahwa: “Konfliknya itu berkata kasar, ngeledekin tim rivalnya itu.” Arbain. *Fanwar* yang terjadi menurut Arif, Rezi, Wahyu, dan Arbain mengatakan bahwa bentuk *Fanwar* yang terjadi pada penggemar berupa *hate speech* yang terjadi pada platform media sosial tim idola mereka. Provokatif yang dilakukan oleh penggemar fanatik ini yang memicu terjadinya komen negatif yang berujung saling serang antar akun bahkan dari *Fanwar* akun dapat menghilang.

“Dulu sih semenjak ada MPL Season 1 sampai MPL Season 3 *EVOS* dan *RRQ* nih

mereka berteman. Sampai detik ini sih berteman, tapi awal mula konflik nya itu terjadi pada M1 *World Series Championship*, M1 pertama yang ada di Malaysia atau Singapore gitu saya lupa. Dimana *EVOS* sama *RRQ* ini bareng dua tim indonesia perwakilan menuju ke turnamen pertama internasional, dan mereka ketemu di final. Unik, dua tim Indonesia. Nah itu lah awal pertama konflik mereka dimana ya *RRQ* yang awalnya sudah mengungguli 3-1 atas *EVOS E-Sports* tapi ya comeback manis dari *EVOS E-Sports* membuahkan hasil yang sangat bagus dan *RRQ* harus mengelus dada dan *EVOS* menjadi juara dunia pertama di saat itu. Itu lah terjadinya konflik pertama antara *fans RRQ* dan *EVOS* menurut saya, bahkan untuk timnya.” Kata Romi Romeo. Para responden mengatakan dengan adanya *Fanwar* hanya akan membuat kerugian kepada para idola dan bukan merupakan bentuk dukungan. Dalam pertandingan menang dan kalah merupakan hal yang wajar di temuin seharusnya sebagai *fans* kita memberikan support yang baik terhadap tim idola kita dengan memberikan kritik dan saran bukan dengan cara memprovokator tim lawan idola selain menghabiskan tenaga, hal tersebut berdampak terhadap pemain idola serta menjadi hal yang tidak memiliki manfaat.

D. Pembahasan

1. Fanatisme *fans e-Sports* antara *EVOS Roar* dan *RRQ Kingdom*

Fanatisme dapat didefinisikan sebagai kegembiraan yang berlebihan. Mendukung suatu kelompok atau grup secara ekstrim hingga menjadi sebuah identitas. Menurut Hollow, *fandom* adalah subkultur kumpulan penggemar yang mempunyai minat yang sama. Kata tersebut berasal dari gabungan kata *fan* dan *Kingdom* (Hanjani, 2019, hal. 74).

Perilaku fanatisme dapat terjadi pada setiap orang dalam menyikapi berbagai bidang atau objek tertentu yang disukainya. Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan terhadap enam orang narasumber, ditemukan bahwa ciri-ciri penonton yang memiliki sikap fanatisme terhadap *game online Mobile Legends* adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki sikap fanatisme yang ditunjukkan dengan rasa antusiasme yang tinggi pada *game online Mobile Legends*.
- b. Rela mengorbankan waktu bahkan uang hanya untuk menonton turnamen *game online* tim idola.
- c. Mudah terpengaruh oleh ajakan, promo menarik, dan event tournament seputar olahraga

game online Mobile Legends.

- d. Perubahan pola hidup yang sebelumnya jarang memegang gadget, kini lebih sering memegang *gadget* hanya untuk mencari informasi tim idola.
- e. Terlibat atau bergabung pada sebuah komunitas *game online*.
- f. Rutin melakukan komunikasi antara sesama pemain *game online Mobile Legends* baik secara *online* maupun *offline*.

Munculnya sikap fanatisme pada pemain *game online Mobile Legends* tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya seperti:

- a. Ajakan teman
- b. Event tournament yang menarik
- c. Untuk mengisi waktu luang
- d. Keinginan dari dalam diri yang kuat
- e. Hobi pada olahraga sepak bola
- f. Rasa ingin pamer
- g. Rasa ingin menang
- h. Ingin menjadi pemain *game online Mobile Legends* yang hebat
- i. Tidak ingin kalah dari yang lain

Fanatisme juga dapat diartikan karena pola pikir seseorang yang secara virtual mencintai sesuatu atau individu tertentu. Ketika penggemar yang memiliki fanatisme terhadap tim E-Sports *EVOS Roar* dan *Kingdom (RRQ)* mereka memiliki persepsi yang terlalu kuat untuk hanya mencintai tim idola mereka saja. Menurut Thorne dan Bruner (Putri, 2019: 18-19), ada empat karakteristik penggemar untuk dapat dikatakan sebagai fanatisme yakni: Keterlibatan Internal, Keterlibatan Eksternal, Keinginan untuk memiliki barang yang berkaitan dengan Idola, dan Interaksi Sosial.

a. Keterlibatan Internal

Keterlibatan Internal Penggemar mendapatkan kesenangan dari hal yang membuat mereka tertarik sehingga berkomitmen untuk meluangkan waktu, tenaga, dan uang yang menunjukkan ketertarikan tersebut sudah tidak biasa. Dari hasil wawancara beberapa narasumber yang awalnya masih menonton menjadi penggemar tim *E-Sports EVOS Roar* dan *Kingdom (RRQ)* mengatakan pertama kali menonton tournament *EVOS* baik MPL, MDL, M series dll, selain itu saya selalu mengikuti informasi *EVOS* pada sosial media seperti Instagram

dan tiktok. Responden bisa mendapatkan hiburan yang menarik tentang tim *E-Sports EVOS Roar* dan *Kingdom (RRQ)* dan membuat kesenangan tersendiri bagi para penggemar *E-Sports*.

b. Keterlibatan Eksternal

Penggemar mengekspresikan keterlibatan dengan objek fanatisme seperti, dengan mengikuti komunitas *fans club E-Sports* yang diikuti agar bisa menyalurkan kesenangan yang sama, memposting hal yang berkaitan dengan tim *E-Sports EVOS Roar* dan *Kingdom (RRQ)* di media sosial, atau menghadiri turnamen *E-Sports*. Dari keenam narasumber yang telah peneliti mewawancarai, keenam narasumber memiliki bentuk dan persepsi terhadap sikap fanatik terhadap tim *EVOS vs RRQ e-Sports*. Para narasumber mengatakan bahwa bentuk dukungan kepada tim idola jika ada event tournament *e-Sports*, akan support dengan menonton pertandingan secara langsung dan membeli merchandise tim idola.

Perilaku yang ditunjukkan dari keenam narasumber dalam sikap fanatisme terhadap tim idolanya yakni *EVOS* dan *RRQ* adalah:

Terlibat atau bergabung pada komunitas *fans club* tim idola *e-Sports*. Penggemar mengekspresikan keterlibatan dengan objek fanatisme seperti, dengan mengikuti komunitas *fans club E-Sports* yang diikuti agar bisa menyalurkan kesenangan yang sama, memposting hal yang berkaitan dengan tim *E-Sports EVOS Roar* dan *Kingdom (RRQ)* di media sosial, atau menghadiri turnamen *E-Sports*. Dari keenam narasumber yang telah peneliti mewawancarai, keenam narasumber memiliki bentuk dan persepsi terhadap sikap fanatik terhadap tim *EVOS vs RRQ e-Sports*. Para narasumber mengatakan bahwa bentuk dukungan kepada tim idola jika ada event tournament *e-Sports*, akan support dengan menonton pertandingan secara langsung dan membeli merchandise tim idola.

Perilaku yang ditunjukkan dari keenam narasumber dalam sikap fanatisme terhadap tim idolanya yakni *EVOS* dan *RRQ* adalah:

a. Terlibat atau bergabung pada komunitas *fans club* tim idola *e-Sports*

Komunitas virtual adalah kalimat yang sering digunakan pada era digital untuk membentuk kelompok yang memiliki kesamaan hobi dari *game online Mobile Legends* dan membentuknya via *online*. Komunitas virtual memberikan segala informasi tentang kesamaan hobi dengan tujuan tersebut untuk menyatukan berbagai macam anggota pada komunitas virtual untuk dapat bertemu, dan mendukung tim idola Bersama-sama.

Keenam narasumber sama-sama mengatakan bahwa dirinya bergabung dalam sebuah

komunitas dan sering mengikuti pertandingan *e-Sports Mobile Legends*. Bergabung pada komunitas membuat keenam narasumber memiliki rasa dukungan kepada tim idola, mendapatkan banyak informasi, dan sama sama mendukung idola dengan menonton bersama-sama komunitas baik menonton secara langsung pertandingan atau menontonnya di suatu tempat yang memang dikhususkan bagi pendukung idola tim pemain *e-Sports game Mobile Legends*.

Selain bergabung dalam dalam sebuah komunitas yang sama, ternyata mereka juga memiliki komunitas lain yang berasal dari teman-teman terdekatnya. Dalam komunitas ini, mereka biasanya lebih sering melakukan komunikasi dan rutin bermain bersama. Komunitas yang dibentuk bersama teman-teman responden rutin mengadakan pertemuan antar sesama penggemar *game online Mobile Legends*. Oleh karena itu, antar sesama anggota komunitas dapat saling bertukar informasi. Selain itu, responden juga memperoleh dampak positif dari adanya komunitas bersama teman-teman terdekatnya. Hal ini menjadikan aktivitas yang bermanfaat untuk para responden menyalurkan hobi mereka. Menurut Triantoro (2019), komunitas virtual dapat tumbuh dari sekelompok orang yang berkomunikasi melalui internet dan berbagai minat yang sama seperti hobi, kebutuhan dan latar belakang, baik berupa agama, pendidikan maupun budaya. Munculnya komunitas virtual merupakan salah satu akibat dari berkembangnya media baru di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Komunitas virtual *game online Mobile Legends* yang terbentuk adalah karena adanya kesamaan hobi, yaitu sama-sama menyukai dan bermain *game Mobile Legends*. Penggemar olahraga *game online* tentu saja akan mencari pemain lain yang memiliki kesamaan hobi untuk sekedar bermain bersama atau bahkan saling berbagi informasi terkait olahraga *game online Mobile Legends*. Kondisi ini secara tidak langsung akan membentuk kelompok aktivitas dari hobi yang sama

b. Membeli *Merchandise* tim idola.

Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh penggemar olahraga *game online Mobile Legends* tim *EVOS* dan tim *RRQ* yaitu terdapat keinginan untuk dapat memberikan dukungan dengan memiliki objek material yang berhubungan dengan idolanya. Penggemar dalam mendukung rela mengorbankan uang dan waktu untuk memenuhi keinginan untuk menghibur diri.

Perilaku konsumtif berasal dari kata konsumsi yang berarti memakai atau menggunakan (Pramudito, 2017). Orang-orang yang memiliki perilaku konsumtif biasanya akan

mengonsumsi sesuatu yang sebenarnya tidak dibutuhkan, namun lebih mengutamakan kepuasan diri. Perilaku konsumtif identik dengan kegiatan menggunakan nilai uang yang besar untuk membeli suatu barang, namun tidak memperhatikan manfaat dari barang tersebut. Biasanya mereka yang memiliki perilaku konsumtif akan rela mengorbankan uang yang dimilikinya hanya untuk membeli barang yang disukainya

Menurut Lina dan Rasyid (dalam Munazzah, 2018) menjelaskan bahwa terdapat dua aspek dalam perilaku konsumtif:

a. Pembelian tidak rasional

Aspek pembelian tidak rasional adalah berkaitan dengan suatu Pola pikir manusia yang cenderung bersikap berdasarkan logika dan nalar. Kondisi ini bisa terjadi karena melakukan pembelian berdasarkan gengsi atau mengikuti trend, tanpa melihat dari sisi kebutuhan. Para responden melakukan pembelian karakter pada *game online* sama seperti yang digunakan idola mereka ketika bermain *game online*. Biasanya harga karakter yang dijual tidaklah murah. Selain itu, ketika melihat teman-temannya membeli pemain karakter seketika merasa FOMO (Fear of Missing Out). Hal ini membuat para penggemar akan langsung melakukan pembelian karakter agar tidak kalah kualitas dari teman-temannya dalam bertanding.

b. Pembelian impulsif

Pembelian impulsif adalah berkaitan dengan pengendalian diri baik secara emosional maupun perilaku. Kondisi ini dapat terjadi karena disebabkan oleh beberapa hal, yaitu seperti tidak mempertimbangkan terlebih dahulu, tidak bisa mengontrol emosi, dan didasari oleh hasrat keinginan sesaat. Para responden memiliki keinginan untuk membeli semua merchandise yang berhubungan dengan tim idola yang mana kegunaannya hanya untuk sebuah kebanggaan karena menggunakannya.

E. Fanwar EVOS dan RRQ Kingdom

Mobile Legends merupakan permainan *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) rilisan Moonton. *Game* ini dapat dimainkan di ponsel baik Android maupun iOS. Aturan permainan ini adalah akan ada dua tim yang dipertandingkan. Satu tim berisi lima orang. Dimana setiap orang akan memilih satu hero dari puluhan hero yang ada. Permainan akan selesai jika tower utama salah satu tim hancur, dan tim yang menghancurkan tower tersebut adalah pemenangnya. Pada tahun 2017, *Mobile Legends* mulai populer di Indonesia. Kepopulerannya pada saat itu,

membuat hampir seluruh lapisan masyarakat memainkan permainan ini. Berdasarkan data dari google play store, *game* ini sudah didownload lebih dari 500 juta kali hingga saat ini.

EVOS dan *RRQ Kingdom* adalah dua tim *E-Sports* yang memiliki rivalitas di *Mobile Legends* Indonesia. Kedua tim tersebut memiliki kekuatan yang sangat bagus dalam dunia *E-Sports* sehingga tak heran kedua tim tersebut memiliki *bigger fans* terutama di negara Indonesia. Kemampuan dalam mengatur strategi dalam bermain inilah yang membuat para *fans* bersemangat dalam menonton tournament *ESports*.

Dengan terus bertambahnya pemain *Mobile Legends* membuat banyak kelompok atau yang biasa dikenal dengan *squad Mobile Legends* mulai bermunculan. *Squad* adalah perkumpulan beberapa pemain *Mobile Legends* dimana kelompok ini dibentuk dengan tujuan untuk memenangkan pertandingan. Adapun beberapa *squad* yang terkenal di Indonesia seperti *Rex Regum Qeon (RRQ)*, *EVOS E-Sports*, *ONIC E-Sports*, *Alter Ego E-Sports*, *Bigetron E-Sports*, *Geek Fam*, *Aura E-Sports* dan *Rebellion E-Sports*. Dimana kedelapan *squad* ini merupakan *squad* yang bertanding di turnamen *Mobile Legends: Professional League Indonesia (MPL Indonesia) 2022* atau *season 10*. Selain *MPL Indonesia*, ada beberapa turnamen yang diadakan oleh *Mobile Legends* diantaranya *Mobile Legends: Bang Bang Southeast Asia Cup* dan *Mobile Legends: Bang Bang World Championship*.

Penggemar *E-Sports game online* memiliki pendukung yang sangat besar terutama di Indonesia. Saling support tim idola merupakan hal yang menarik karena memicu terjadinya perang baik didalam dan diluar arena antara pemain *E-Sports EVOS Roar* dan *Kingdom (RRQ)* dan *fans* dari kedua tim tersebut. Dalam pertarungan *E-Sports Mobile Legend Professional League* atau *MPL Indonesia*, sejak *season 1* hingga *season 5* keduanya merupakan saingan terkuat. Tournament yang menjadi momen persaingan berat antara *RRQ* dan *EVOS* adalah di *season 4 MPL* dan ajang dunia *M1*. Pada tournament tersebut yang mendapatkan gelar dunia adalah tim *EVOS* yang mana saat perebutan gelar tersebut hampir dimenangkan oleh *RRQ*.

"Kami hampir juara tapi belum bisa terwujud, mungkin jika tidak ada kesalahan kami akan juara tapi realita berkata lain," kata James Chen. (Wawancara, 2020).

Pemain *E-Sports EVOS Roar* dan *Kingdom (RRQ)*. Ujaran kebencian adalah tindakan komunikasi yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan, maupun hinaan terhadap individu atau kelompok lain dalam berbagai aspek seperti agama, ras,

gender, kewarganegaraan, dan lain-lain. Di Surat Edaran Kapolri NOMOR SE/06/X/2015 tentang Ujaran Kebencian (Hate Speech) (dalam Syafyaha, 2018) dijelaskan beberapa bentuk ujaran kebencian seperti penghinaan, pencemaran nama baik, penistaan, perbuatan tidak menyenangkan, memprovokasi, menghasut, dan menyebarkan berita bohong. Hujatan yang diterima *RRQ* Alberttt di media sosial pun membuat CEO *RRQ*, Andian Pauline (Pak AP) mengambil tindakan tegas dengan melaporkan pelaku ke pihak berwajib. Tak hanya dari tim *RRQ*, sikap tegas juga ditunjukkan mantan pemain *EVOS Legends*, Ihsan “Luminaire” Kusudana, atas berbagai hujatan kepada Alberttt. Ujaran kebencian yang dilakukan oknum penggemar kepada Alberttt mendapat pusat perhatian yang serius oleh tim *RRQ*. Pasalnya, hujatan yang dilontarkan dinilai sudah mengandung SARA.

"Hampir semua turnamen, di kolom komentarnya sudah pasti selalu ada hate speech, itu yang ingin kita perangi. Walaupun ini kayak mission impossible, karena mereka juga banyak banget. Tapi kita percaya kalau kita mulai hal itu, dengan harapan kita bisa memberi pengaruh positif ke orang-orang lainnya." (Wawancara Community Event Manager E-Sports, 2020).

Berdasarkan wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap fans E-Sports *EVOS Roar* dan *Kingdom (RRQ)*. Mengatakan hal yang sama bahwa hubungan tidak baik antar kedua kelompok, menyebabkan keadaan tidak nyaman dan leluasa untuk melakukan cyberbullying atau fisik bullying. Para penggemar akan mengikuti akun *fanbase* mereka untuk mendapatkan segala informasi tentang tim *E-Sports* idolanya. Akun *Fanbase* merupakan suatu forum untuk mendiskusikan masing-masing tim *E-Sports* idol dengan sesama penggemar, artinya sebuah grup yang terdiri dari orang yang menyukai “suatu” hal yang sama dan hanya membicarakan “suatu” hal yang mereka suka. Penggemar akan membanjiri unggahan social media dengan komentar yang beragam, terkadang mereka saling juga bertukar informasi tentang tim idola, seperti ketika seorang penggemar bertanya tentang hal yang dia tidak ketahui, maka penggemar lainnya akan menjawab komentar tersebut dengan memberi jawaban atas pertanyaannya. Ketika penggemar terlibat *Fanwar* tak jarang dari mereka melakukan hate speech bukan hanya kepada idol saja tetapi kepada sesama penggemar juga. “Terkadang kalau sudah capai tingkat emosi yang tinggi, yah pasti kejadian ngelempar kata-kata yang kasar antara satu sama lain bakalan terjadi. Makanya dari kedua belah pihak harus ada satu yang lebih memilih diam. Sebenarnya *Fanwar* dapat dicegah apabila pemilik akun dapat memprotect unggahannya dengan cara menghapus komentar-komentar yang dapat menimbulkan war,

sehingga dengan itu *Fanwar* dapat diminimalisir, tetapi hal seperti itu tidak dilakukan oleh banyak portal berita.

Sebagian besar anggota komunitas tidak menggunakan identitas asli dan memilih untuk menggunakan identitas cyber. Komunitas ini memiliki sub-sub di dalamnya. Sub tersebut terkait dengan bias, yakni *EVOS Roar* dan *Kingdom RRQ*. Pada umumnya, yang berada di balik akun *fanbase* adalah anggota yang telah sejak lama bergabung, memiliki pemahaman yang mendalam dan berdedikasi tinggi untuk mengemban tanggung jawab yang besar. *Fanbase* dalam komunitas ini memiliki fungsi secara umum untuk memberikan informasi kepada para anggota yang lainnya terkait aktivitas yang dilaksanakan oleh *EVOS Roar* dan *Kingdom RRQ*.

Dari data yang didapatkan melalui wawancara, maka dapat dikatakan bahwa Pola Komunikasi konflik *EVOS Roar* dan *Kingdom* yaitu komunikasi Pola *All-Channel* yang merupakan struktur semua Pola saluran atau bintang. Hampir sama dengan struktur lingkaran, dalam segala hal anggotanya sama dan semuanya memiliki kekuatan yang sama untuk mempengaruhi anggota lainnya. Namun, di struktur semua saluran, setiap anggota siap untuk berkomunikasi dengan setiap anggota lainnya. Pola ini memungkinkan partisipasi anggota secara optimal. Jaringan terpusat/terpusat dan terdesentralisasi memiliki kegunaan yang berbeda. Pola *All-Channel* ini sesuai dengan Pola Komunikasi yang dialami antara *EVOS Roar* dan *RRQ Kingdom*.

Dapat dilihat dari hasil wawancara dari beberapa narasumber terkait dengan konflik yang terjadi dapat disimpulkan bahwa konflik yang antara dua *fans e-Sports* terjadi karena adanya komunikasi yang tidak pantas dan obrolan saling mengejek antar kedua *fans* yang pada akhirnya berinteraksi timbal balik tanpa mengetahui siapa yang menjadi central sedangkan emosional merupakan mayoritas di dalamnya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini membahas mengenai fanatisme antara *fans RRQ vs EVOS* dalam *game online Mobile Legends*. Dalam fanatisme, peneliti memilih teori bentuk- bentuk fanatisme yang menjadi keterlibatan Pola Komunikasi antar *fans E-Sports*. Sebagaimana yang telah dipaparkan, gambaran konflik antar *fans RRQ vs EVOS*, dapat dilihat dari beberapa aspek. Penggemar *E-Sports game online* memiliki pendukung yang sangat besar terutama di Indonesia. Saling support tim idola merupakan hal yang menarik karena memicu terjadinya perang baik didalam dan diluar arena antara pemain *E-Sports EVOS Roar dan Kingdom (RRQ)* dan *fans* dari kedua tim tersebut. Terdapat Pola komunikasi antara kedua *fans* yaitu Pola Komunikasi *All-Channel* yang dimana seluruh pihak terlibat dalam proses komunikasi, tanpa mengetahui siapa yang menjadi *central*-nya.

Hampir sama dengan struktur lingkaran, dalam segala hal anggotanya sama dan semuanya memiliki kekuatan yang sama untuk mempengaruhi anggota lainnya. Namun, di struktur semua saluran, setiap anggota siap untuk berkomunikasi dengan setiap anggota lainnya. Pola ini memungkinkan partisipasi anggota secara optimal. Jaringan terpusat/terpusat dan terdesentralisasi memiliki kegunaan yang berbeda. Pola *All-Channel* ini sesuai dengan pola komunikasi yang dialami antara *EVOS Roar dan RRQ Kingdom*. Dapat dilihat dari hasil wawancara dari beberapa narasumber terkait dengan konflik yang terjadi dapat disimpulkan bahwa konflik yang antara dua *fans e-Sports* terjadi karena adanya komunikasi yang tidak pantas dan obrolan saling mengejek antar kedua *fans* yang pada akhirnya berinteraksi timbal balik tanpa mengetahui siapa yang menjadi central sedangkan emosional merupakan mayoritas di dalamnya.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian terhadap para *fans* team *RRQ* dan *EVOS*, peneliti mendapatkan beberapa keterbatasan dan kendala yang tertera sebagai berikut:

1. Peneliti mendapatkan data dari beberapa narasumber tidak secara langsung atau tatap muka sehingga melakukan pengumpulan data dan wawancara melalui media *online* berupa *Zoom*, sehingga pengumpulan dan informasi data kurang sedikit memuaskan.
2. Sulitnya meminta waktu untuk para narasumber diminta untuk melakukan wawancara sehingga sering sekali melakukan wawancara dadakan.
3. Penelitian dilakukan hanya sebatas para *fans* atau komunitas dari *fans*.

C. **Saran**

Saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya yang tertarik dengan komunitas virtual khususnya yang terkait dengan *cyberbullying*, sebaiknya memulai pendekatan terhadap komunitas lebih awal sehingga dapat memahami budaya dan kegiatan dari komunitas lebih cepat. Untuk *cyberbullying* yang telah penulis teliti, diharapkan dapat terus menerapkan [pola-pola](#) jaringan yang berbeda-beda berdasarkan pada konteks komunikasinya.

Kemudian bagi para *fans* sebaiknya lebih bisa mengontrol emosi mengontrol diri dari perilaku fanatisme yang membuat munculnya sebuah konflik dan bisa memberikan hal-hal positif bagi para *fans* agar bisa menjadi sebuah contoh untuk para *fans game online Mobile Legends* diluar sana dan membuat para komunitas *fans game online* di Indonesia lebih baik lagi kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, F. & Sari, W. P. (2022). *Pola Komunikasi Kelompok Virtual Dalam Game PUBG Mobile. E-Journal UNTAR*. Vol. 6 No. 1
- Bagaskara, V. (2018). *Pola Komunikasi Komunitas Suporter PDD Sleman Northeast Defenders (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Pola Komunikasi Komunitas Suporter PSS Sleman Northeast Defenders di Kota Surakarta 2017)*. *Jurnal Komunikasi Massa*.
- Dwianda, M. B. (2018). *Komunitas Interpersonal Antar Gamers Dalam Interaksi Sosial. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*
- Fauziah, R & Kusumawati, D. (2015). *Fandom K-Pop Idol dan Media Sosial. Jurnal Komunikasi Massa*.
- Fitriandi, F. (2019). *Gambaran Pola Interaksi Sosial Pada Pengguna Game Online Mobile Legend. UIN Imam Bonjol Padang*
- Gebrina, A. (2016). *Gambaran Tipe Kepribadian Remaja Yang Kecanduan Game Online di Warnet Queen*.
- Hendra. (2018). *Hubungan Antara Fanatisme Dengan Perilaku Agres Suporter Sepak Bola Brigata Curva Sud. ePrints Mercubuana Yogyakarta*.
- Ida, R. & Achmad, Z. A. (2018). *Etnografi Virtual Sebagai Teknik Pengumpulan Data Dan Metode Penelitian. JSM UNESA: The Journal of Society and Media*. Vol. 2 No. 2.
- Khakamulloh, M., Mayasari, M. & Yusup, E. (2020). *Analisis Pola Komunikasi Budaya Ngopi Di Komunitas Karawang Menyeduh. Jurnal Manajemen Komunikasi*. Vol. 5 No. 1.
- Khoiri, N. F. (2021). *Dampak Bermain Game Online Mobile Legend Terhadap Perilaku Toxic*.
- Kurnia, E. (2019). *Pola Komunikasi Mahasiswa Gamers Studi Pada Mahasiswa Sosiologi Di Universitas Negeri Makassar*.
- Kurniawan, M. (2021). *Pola Komunikasi Anggota Kelompok Gamers Dalam Permainan Game Online PUBG Mobile Tarakan via WhatsApp*.
- Manuaba, I. B. P. R. R. & Supriyadi. (2018). *Hubungan Fantatisme Dengan Perilaku Agresi Pada Anggota Organisasi Kemasyarakatan. Jurnal Psikologi Udayana*.

- Masruroh, S. W. (2020). *Media Sosial dan Fanatisme*. ePrints Mercubuana Yogyakarta.
- Mawalia, K. A. (2020). *The Impact of The Mobile Legend Game in Creating Virtual Reality*. *Indonesian Journal of Social Science*. Vol. 12 No. 2.
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurlia, L. (2018). *Pola Interaksi Dan Solidaritas Komunitas Penggemar K-Pop*. digilib.unisgd.ac.id
- Oktaviani, R. A. (2021). *Pola Komunikasi Interpersonal Pengasuh Dengan Anak di Panti Asuhan Al Amin Gresik*.
- Perbawani, P. S. (2021). *Hubungan Parasosial dan Perilaku Loyalitas Fans Dalam Fandom KPop di Indonesia*. *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 9 No.1.
- Permasanty, T. D. & Muntiani, M. (2018). *Strategi Komunikasi Virtual Dalam Mempromosikan Tangerang Melalui Media Sosial*. *Jurnal Penelitian Komunikasi*. Vol. 21 No. 2
- Putra, M. A., Qorib, F. & Ghofur, M. A. (2018). *Pola Komunikasi Organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) di Kota Malang*. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*. Vol. 7 No. 2.
- Setiawan, C. A. (2014). *Pola Interaksi Antar Gamers Dalam Game Online*. *E-Journal UAJY*
- Wijaya, I. S. (2016). *Dinamika Komunikasi, Dinamika Komunikasi Organisasi Perguruan Tinggi*. *Jurnal Dakwah Tabligh*. Vol. 14 No. 12.
- Wijaya, C. V. & Paramita, S. (2019). *Komunikasi Virtual Game Online*. *E-Journal UNTAR*. Vol. 3 No. 1.
- Wiguna, F., Priyowidodo, G. & Hadi, I. P. (2021). *Pola Komunikasi Komunitas Virtual Pelayan GUPDI Jemaat Pasar Legi Surakarta di Media Sosial WhatsApp*. *Jurnal e-Komunikasi*. Vol. 9 No. 2.

LAMPIRAN

Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul “Fanatisme *Fans Team RRQ* dan *Fans Team EVOS* dalam *Game Online Mobile Legends*”. Berikut daftar pertanyaan wawancara untuk menjawab rumusan masalah bagaimana fanatisme antara *fans RRQ* vs *EVOS* dalam *game online mobile legends*.

Daftar pertanyaan:

A. *Fans EVOS Roar*

1. Sebelumnya bisa memperkenalkan diri anda terlebih dahulu?
2. Sudah berapa lama anda mengetahui tentang mobile legend?
3. Tim *e-Sports* apa yang anda sukai dalam *game online mobile legend*?
4. Apa yang anda ketahui tentang *EVOS e-Sports*?
5. Sejak kapan anda menyukai *EVOS e-Sports*?
6. Kenapa anda menyukai *EVOS e-Sports*?
7. Sebagai *fans EVOS e-Sports* hal apa yang anda lakukan untuk team *EVOS e-Sports*?
8. Menurut anda apa yang membuat seseorang menjadi *fans EVOS e-Sports* sejati?

LAMPIRAN

Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul “Fanatisme *Fans Team RRQ* dan *Fans Team EVOS* dalam *Game Online Mobile Legends*”. Berikut daftar pertanyaan wawancara untuk menjawab rumusan masalah bagaimana fanatisme antara *fans RRQ* vs *EVOS* dalam *game online mobile legends*.
Daftar pertanyaan:

A. *Fans RRQ* Hoshi

1. Sebelumnya bisa memperkenalkan diri anda terlebih dahulu?
2. Sudah berapa lama anda mengetahui tentang mobile legend?
3. Team *e-Sports* apa yang anda sukai dalam *game online* mobile legend?
4. Apa yang anda ketahui tentang *RRQ e-Sports*?
5. Sejak kapan anda menyukai *RRQ e-Sports*?
6. Kenapa anda menyukai *RRQ e-Sports*?
7. Sebagai *fans RRQ e-Sports* hal apa yang anda lakukan untuk team *RRQ e-Sports*?
8. Menurut anda apa yang membuat seseorang menjadi *fans RRQ e-Sports* sejati?

LAMPIRAN

Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul “Fanatisme *Fans Team RRQ* dan *Fans Team EVOS* dalam *Game Online Mobile Legends*”. Berikut daftar pertanyaan wawancara untuk menjawab rumusan masalah bagaimana fanatisme antara *fans RRQ* vs *EVOS* dalam *game online mobile legends*. Daftar pertanyaan:

A. *Fans EVOS Roar* dan *RRQ Hoshi*

1. Bagaimana tanggapan anda terkait *fans EVOS* dan juga *fans RRQ*?
2. Apa yang membuat *RRQ* sebagai rival *EVOS*?
3. Menurut anda adakah konflik yang terjadi antara *fans EVOS* dan *fans RRQ*?
4. Konflik seperti apa yang terjadi antara *fans RRQ* dan *fans EVOS*?
5. Apa yang menyebabkan terjadinya konflik antara *fans RRQ* dan *fans EVOS*?
6. Menurut anda bagaimana seharusnya sebagai *fans EVOS* untuk menyikapi konflik yang terjadi antara *fans EVOS* dan *RRQ*?
7. Berikan saran kedepannya untuk *fans RRQ* dan *fans EVOS* agar tidak terjadi konflik yang merugikan