

**Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemes
Terhadap Imitasi *Gamers* Bermain *Magic Chess***
(Survey Pada Subscribers Akun Youtube Bassklemens)

SKRIPSI



**Nama : Angga Aditya
NIM : 1771502034
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Broadcast Journalism**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2022**

**Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemes
Terhadap Imitasi *Gamers* Bermain *Magic Chess***
(Survey Pada Subscribers Akun Youtube Bassklemens)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memenuhi Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom.)

**Nama : Angga Aditya
NIM : 1771502034
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Broadcast Journalism**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip, maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Angga Aditya

NIM : 1771502034



Tanda Tangan : Angga Aditya

Tanggal : 20 Januari 2022

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai *civitas* akademik Universitas Budi Luhur, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Angga Aditya
NIM : 1771503149
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Broadcast Juornalism*
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Menyatakan demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui dan memberikan kepada Universitas Budi Luhur Hak Bebas Rolayti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **Pengaruh Konten Creator Games Pada Akun Youtube Bassklemens Terhadap Imitasi Gamers Bermain Magic Chess** beserta perangkat lainnya (dalam bentuk *hardcopy* dan *softcopy*).

Dengan Hak bebas Royalty Budi Luhur berhak menyimpan, mengalihmediakan/dalam format lain, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Penulis/Pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

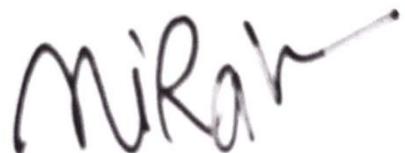
Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 17 Januari 2022
Yang menyatakan :


(Angga Aditya)

LEMBAR PERSETUJUAN

Setelah dilakukan bimbingan, maka Skripsi dengan Judul “**Pengaruh Konten Creator Games Pada Akun Youtube Bassklemes Terhadap Imitasi Gamers Bermain Magic Chess**” yang diajukan oleh Angga Aditya – 1771502034 disetujui dan siap untuk dipertanggungjawabkan di hadapan Pengaji pada saat Sidang Skripsi Strata Satu (S-1), Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur.

Dosen Pembimbing,



(Mira Herlina, S.Sos.,M.I.Kom)



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Angga Aditya
Nomor Induk Mahasiswa : 1771502034
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Peminatan : Jurnalistik Penyiaran
Jenjang Studi : Strata 1
Judul : PENGARUH KONTEN KREATOR GAMES TERHADAP IMITASI
GEMERS BERMAIN MAGIC CHESEE(SURVEY PADA SUBSCRIBER
YOUTUBE CLASSCEMEN)



Laporan Tugas Akhir ini telah disetujui, disahkan dan direkam secara elektronik sehingga tidak memerlukan tanda tangan tim penguji.

Jakarta, Jumat 04 Februari 2022

Tim Penguji:

Ketua : Dr. Afrina Sari, S.Sos, M.Si
Anggota : Eko Putra Boediman, S.S, MM, M.I.Kom
Pembimbing : Mira Herlina, S.Sos., M.I.Kom
Ketua Program Studi : Bintarto Wicaksono, S.P.T, M.Sn

ABSTRAK

Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemes Terhadap Imitasi *Gamers* Bermain *Magic Chess*

Perkembangan pada kemajuan teknologi di era globalisasi ini berubah cukup pesat, dimana teknologi memberikan kemudahan dalam berkomunikasi dengan yang lainnya secara *online*. Munculnya berbagai macam aplikasi yang berperan sebagai wadah sarana komunikasi secara *online*, membuat masyarakat harus hidup berdampingan dengan kecanggihan teknologi. Selain itu juga menjadi surga bagi para pecinta *games online* karena mereka makin mudah untuk bermain *games* secara bersama dengan temannya yang jauh. Penelitian dengan judul “**Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemes Terhadap Imitasi *Gamers* Bermain *Magic Chess***”, memiliki rumusan masalah Apakah ada Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemens Terhadap Imitasi *Gamers* Dalam Meningkatkan Kemampuan Bermain Magic Chess? Dan Seberapa besar Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemens Terhadap Imitasi *Gamers* Dalam Meningkatkan Kemampuan Bermain Magic Chess? Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui adanya Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemens Terhadap Imitasi *Gamers* Dalam Meningkatkan Kemampuan Bermain Magic Chess. Seberapa besar Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemens Terhadap Imitasi *Gamers* Dalam Meningkatkan Kemampuan Bermain Magic Chess? Penelitian ini menggunakan paradigma *positivistic* dengan metode pendekatan penelitian kuantitatif. Landasan teori yang digunakan adalah *Teori Belajar Sosial* oleh Albert Bandura. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan *survey* melalui kuesioner yang dibuat peneliti dengan *googleform*. Hasil dari penelitian ini Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemens memiliki pengaruh positif dan signifikan Terhadap Imitasi *Gamers* Dalam Meningkatkan Kemampuan Bermain Magic Chess. Hal tersebut menunjukan bahwa semakin meningkatnya Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemens maka semakin kuat Imitasi *Gamers* Dalam Meningkatkan Kemampuan Bermain Magic Chess. Berdasarkan hasil data dari kuesioner, Variabel (X) Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemens memiliki pengaruh kuat terhadap Variabel (Y) Imitasi *Gamers* Dalam Meningkatkan Kemampuan Bermain Magic Chess. hasil data kuesioner, dimana Variabel (X) dan (Y) memiliki hubungan yang kuat dan positif. Imitasi *Gamers* Dalam Meningkatkan Kemampuan Bermain Magic Chess terbentuk karena Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemens yang tidak pernah berhenti berinovasi dan selalu menarik.

Kata kunci : Pengaruh konten *creator games* pada *Youtube*, Imitasi *gamers*.

ABSTRACT

The Effect of Game Creator Content on Bassklemes Youtube Account on Imitation of Gamers Playing Magic Chess

Developments in technological advances in this era of globalization are changing quite rapidly, where technology provides convenience in communicating with others online. The emergence of various kinds of applications that act as a forum for online communication facilities, makes people have to live side by side with technological sophistication. Besides that, it is also a paradise for online game lovers because it is easier for them to play games together with friends who are far away. The research entitled "The Effect of Game Creator Content on Bassklemes Youtube Accounts Against Imitation of Gamers Playing Magic Chess", has a problem formulation Is there an Influence of Game Creator Content on Bassklemens Youtube Accounts on Gamers Imitation in Improving the Ability to Play Magic Chess? And how big is the influence of game creator content on Bassklemens Youtube account on imitation of gamers in improving the ability to play magic chess? The purpose of this study was to determine the effect of content creator games on the Bassklemens Youtube account on imitation of gamers in improving the ability to play magic chess. How big is the influence of game creator content on Bassklemens Youtube account on imitation of gamers in improving the ability to play magic chess? This study uses a positivistic paradigm with a quantitative research approach. The theoretical basis used is the Social Learning Theory by Albert Bandura. The data collection technique used is a survey through a questionnaire made by researchers using Google Form. The results of this study The Effect of Game Creator Content on Bassklemens Youtube Accounts has a positive and significant influence on Gamers Imitation in Improving Magic Chess Playing Ability. This shows that the increasing influence of game creator content on the Bassklemens Youtube Account, the stronger imitation of gamers in improving the ability to play magic chess. Based on the results of the data from the questionnaire, Variable (X) Influence of Game Creator Content on Bassklemens Youtube Account has a strong influence on Variable (Y) Imitation Gamers in Improving Ability to Play Magic Chess. the results of the questionnaire data, where the variables (X) and (Y) have a strong and positive relationship. Imitation of Gamers in Improving the Ability to Play Magic Chess is formed due to the influence of Game Creator Content on Bassklemens Youtube Account, which never stops innovating and is always interesting.

Keywords: *Effect of content creator games on Youtube, imitation gamers.*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya, serta peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada kedua orang tua yaitu Ayah dan Umanih serta Budeh Hasanah yang telah merawat serta membesarkan peneliti, yang selalu memberi dukungan yang tidak terhingga, serta doa yang tidak pernah putus serta dukungan dari keluarga terdekat. Skripsi Broadcast Journalism sesuai dengan jurusan yang peneliti ambil yaitu Fakultas Ilmu Komunikasi, konsentrasi Broadcast Journalism. Skripsi Broadcast Journalism diwajibkan untuk diikuti oleh Mahasiswa Universitas Budi Luhur sebagai syarat kelulusan. Dan penelitian Skripsi Broadcast Journalism ini dilaksanakan di rumah peneliti selama masa pandemi Covid-19. Hingga pada saat ini peneliti dapat menyelesaikan laporan penelitian Skripsi Broadcast Journalism yang berjudul **“Pengaruh Konten Creator Games Pada Akun Youtube Bassklemes Terhadap Imitasi Gamers Bermain Magic Chess”**

Laporan penelitian Skripsi *Broadcast Journalism* ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan Strata Satu (S-1) pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur Jakarta.

Peneliti menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang memberikan bantuan dan dorongan kepada peneliti dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini, terutama kepada:

1. Dr. Ir. Wendi Usino, M.Sc, selaku Rektor Universitas Budi Luhur.
2. Dr. Nawiroh Vera, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur.
3. Dr. Umaimah Wahid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur.
4. Bintarto Wicaksono, S.PT., M.Sn, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur. x Universitas Budi Luhur
5. Haronas Kutanto, S.PT. M.I.KOM, selaku Kepala Konsentrasi Broadcast Journalism.
6. Rini Lastari, M.I.Kom., selaku Kepala Sekretariat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur.
7. Amin Aminudin, M.I.Kom, selaku Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur.
8. Mira Herlina S,Sos., M.I.Kom. Selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.

Peneliti menyadari bahwa penelitian Skripsi ini masih banyak kekurangannya baik dari isi materi maupun teknik penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat Peneliti harapkan. Akhir kata, Peneliti mengucapkan terima kasih, semoga hasil laporan ini bermanfaat bagi mahasiswa/i dan pembaca lainnya.

Jakarta, 31 Desember 2020

Peneliti



(Angga Aditya)

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
1. Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Gaming Pada Akun YouTube Reza Oktovian Terhadap Perilaku Imitasi Bahasa Anak.	8
2. Pengaruh Bermain Game Online Mobile Legends Terhadap Konten Obrolan Mahasiswa.....	9
3. Konsumen Anak (Studi Terhadap Perlindungan Hukum Terhadap Konten Game di YouTube)	10
2.2 Kerangka Teori.....	15
2.2.1 Komunikasi Massa	15
2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa.....	16
2.2.3 Komunikasi Massa Modern	18
2.2.4 Media Sosial	19
2.2.5 Youtube	20
2.2.6 Video Game.....	22
2.2.7 Game Online.....	22
2.2.8 <i>Games Magic Chess</i>	24
2.2.9 Ruang Lingkup Audiens	24
2.2.10 Penggemar (Fan).....	24
2.2.11 Pengaruh Intensitas Menonton.....	25
2.2.12 Perilaku Imitasi.....	26
2.2.13 Teori Belajar Sosial.....	27
2.3 Hipotesis.....	29
2.4 Kerangka Pemikiran	30

BAB III METODELOGI PENELITIAN32
3.1 Paradigma Penelitian.....	.32
3.2 Pendekatan Penelitian32
3.3 Jenis Metode Penelitian32
3.4 Subjek dan Objek Penelitian33
3.4.1 Obejek33
3.4.2 Subjek.....	.33
3.5 Populasi dan Sampel.....	.33
3.5.1 Populasi33
3.5.2 Sampel.....	.34
3.6 Operasional Variabel.....	.35
3.7 Uji Statistik44
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	.48
3.9 Teknik Analisis Data.....	.49
3.10 Metode SPSS.....	.48
3.11 Lokasi dan Waktu Penelitian49
3.12 Validitas dan Reliabilitas.....	.50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	.52
4.1.1 Tentang <i>Games Magic Chess</i>52
4.1.2 Tujuan <i>Games Magic Chess</i>53
4.2 Hasil Penelitian53
4.2.1 Analisis Data.....	.54
4.2.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas54
4.2.2 Analisis Frekuensi Data Responden57
4.2.2.1 Jenis Kelamin58
4.2.2.2 Usia Responden.....	.58
4.2.2.3 Pekerjaan Responden59
4.2.3 Analisis Frekuensi Responden59
4.2.3.1 Variabel Bebas Pengaruh Konten <i>Creator Games</i> Pada Akun Youtube Bassklemens.....	.59

4.2.3.2 Variabel Terikat Imitasi <i>Gamers</i> Dalam Meningkatkan Kemampuan Bermain Magic Chess.....	67
4.2.4 Analisis Statistik Inferensial	73
4.2.4.1 Uji Korelasi	73
4.2.4.2 Uji Regresi Linier Sederhana	74
4.2.4.3 Uji Anova	76
4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	81
 5.2.1 Saran Teoritis.....	81
 5.2.2 Saran Praktisi.....	82
Daftar Pustaka	83
 Buku:	83
 Journal:	85
 Internet:.....	86
Lampiran.....	87
 Lampiran 1 (Kuesioner).....	87
 Lampiran 2 (Data Responden).....	88
 Lampiran 3 (Variabel X).....	89
 Lampiran 4 (Variabel Y).....	89

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Game Magic Chess	3
Gambar 1. 2 Mobile Legends Bang Bang.....	4
Gambar 1. 3 Akun YouTube Bassklemens.....	5
Gambar 2. 1 Desain Penelitian	30

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	30
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	43
Tabel 3. 3 Koefisien.....	51
Tabel 3. 4 Waktu Penelitian.....	51
Tabel 3. 5 Tingkat Reliabilitas.....	50
Tabel 4. 1 Kesimpulan Uji Validitas Variabel X dan Y	53
Tabel 4. 2 Kesimpulan Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4. 6 Saya menonton lebih dari satu kali dalam satu video milik Bassklemens	58
Tabel 4. 7 Saya selalu menonton video terbaru dari akun Bassklemens	59
Tabel 4. 8 Saya mengerti tentang konten Magic Chess pada akun Bassklemens	60
Tabel 4. 9 Saya mempelajari cara bermain Magic Chess dari akun Bassklemens ...	60
Tabel 4. 10 Saya mengerti bagaimana cara bermain Magic Chess yang benar dari akun Bassklemens	61
Tabel 4. 11 Saya mengingat bagaimana cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	62
Tabel 4. 12 Saya meniru cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	62
Tabel 4. 13 Saya mengimplementasikan cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	63
Tabel 4. 14 Saya menyukai cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	64
Tabel 4. 15 Saya berhasil meniru cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	64
Tabel 4. 16 Saya selalu mencari trik lain bermain Magic Chess dari akun Bassklemens	65

Tabel 4. 17 Saya selalu ingin bermain Magic Chess karena konten akun Bassklemens	66
Tabel 4. 18 Saya selalu ingin belajar trik baru bermain Magic Chess karena konten akun Bassklemens	66
Tabel 4. 19 Saya merekomendasikan akun Bassklemens kepada keluarga saya yang bermain Magic Chess.....	67
Tabel 4. 20 Saya merekomendasikan akun Bassklemens kepada teman saya yang bermain Magic Chess.....	68
Tabel 4. 21 Saya menjadikan konten Bassklemens sebagai acuan saya bermain Magic Chess.....	68
Tabel 4. 22 Saya senang ketika meniru cara bermain Magic Chess dari aku Bassklemens	69
Tabel 4. 23 Saya merasa senang ketika bermain Magic Chess	70
Tabel 4. 24 Setiap bulan, saya melakukan top-up Magic Chess pass untuk mendapatkan koleksi terbaru.....	70
Tabel 4. 25 Saya selalu update mengenai items terbaru dari Magic Chess	71
Tabel 4. 26 Saya selalu bermain bersama (mabar) pemilik akun Magic Chess lain secara online.....	71
Tabel 4. 27 Korelasi	72
Tabel 4. 28 Koefisien	73
Tabel 4. 29 ANOVA	75
Tabel 4. 30 Model Summary.....	76

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada era globalisasi saat ini semakin pesat. Dampak dari kemajuan teknologi sudah dapat dinikmati oleh masyarakat luas. Perkembangan teknologi ini juga membawa perubahan dalam kehidupan masyarakat. Masyarakat dapat dengan mudah berkomunikasi dengan orang lain dari berbagai daerah, bahkan berbagai negara dan penyebaran informasi dapat dilakukan dengan cepat ke berbagai penjuru dunia.

Media sosial, menurut Nasrullah (2015) adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi bahkan bermain. Media sosial memberi kemudahan bagi penggunanya untuk melakukan pencarian informasi. Seiring berkembangnya media sosial yang pesat, terdapat satu media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk menonton dan berbagi media video, yaitu YouTube.

Salah satu teknologi yang memberikan dampak besar kepada kehidupan manusia ialah internet. Internet menyajikan banyak informasi dan hiburan. Salah satu situs yang paling banyak digemari ialah Youtube. Dalam Youtube, para pengguna internet dapat dengan mudah memuat, menonton, dan berbagi klip video dengan gratis. Pada umumnya video-video di Youtube adalah klip musik, film, dan acara televisi, serta video para penggunanya sendiri. Dalam cuplikan tersebut para pengguna Youtube dapat mengomentari setiap video yang diunggah. Karena Youtube bersifat terbuka, komentar yang munculpun sangat beragam. Ada komentar berupa pujian, ada pula komentar yang bernada makian.

Youtube merupakan salah satu situs media sosial berbasis video yang dikelola oleh Google Inc., yang diluncurkan pada tahun 2005. Youtube memungkinkan miliaran orang mencari, menonton dan membagikan berbagai *original-created videos*. Berdasarkan Global Web Index (GWI) tahun 2017, YouTube memimpin pada 30 dari 33 negara, selain Belanda, Indonesia, dan Afrika Selatan. Secara

global, YouTube adalah satu dari empat platform media sosial terbesar yang memimpin dengan jumlah visitor terbanyak yakni 81%, sedangkan pada posisi kedua ditempati oleh Facebook dengan 73%. Walaupun YouTube tidak memimpin di Indonesia, namun YouTube dikunjungi oleh 89% dari pengguna media sosial di Indonesia. (<https://www.gwi.com/>).

Sebagaimana media sosial lainnya, YouTube tidak hanya dapat diakses komputer namun juga dapat diakses melalui *smartphone*. Hal ini membuat YouTube menjadi bagian tak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Tony Keusgen selaku *Managing Director Google Indonesia*, memaparkan bahwa selama satu tahun dari Januari 2016 hingga Januari 2017, durasi menonton YouTube dari Indonesia meningkat 155 persen. Sementara jumlah konten yang diunggah dari Indonesia naik hingga 278 persen dari tahun lalu (<https://kumparan.com>).

Dewasa ini masyarakat menjadikan YouTube sebagai media pencarian informasi yang berbentuk video untuk memenuhi kebutuhan akan informasi. Seperti halnya televisi, konten video dengan berbagai tema tersebut terangkum dalam saluran yang disebut dengan *channel*. Beragam tema *channel* seperti *channel* musik, kuliner, kecantikan, film, humor, otomotif, *gaming* dan sebagainya tersedia bagi pengguna YouTube.

Banyak jenis konten video yang ada dalam media social ini menjadi salah satu alasan YouTube digemari. Tidak hanya itu, pengguna bisa membuat akun di media sosial ini secara gratis yang kemudian pemilik akun dapat mengunggah video yang kemudian meraih pelanggan atau penayangan bisa menghasilkan uang, dan karena hal tersebut banyak yang menjadikannya sebagai profesi. Sehingga timbul sebutan *youtuber* untuk mereka yang aktif membuat video untuk ditonton di YouTube.

Channel gaming adalah salah satu *channel* yang banyak digemari. Dalam *channel gaming*, pengguna YouTube dapat mengakses konten video yang berisi ulasan atau review mengenai kelebihan dan kekurangan tentang game tersebut.

Semakin maraknya perkembangan teknologi terutama bidang *gaming* saat ini membuat sebagian masyarakat khususnya pecinta *game* merasa perlu

membutuhkan informasi terkini mengenai teknologi *gaming*, salah satunya melalui channel *gaming* di Youtube. Ada banyak channel *gaming* di Youtube yang menyediakan informasi *gaming* dalam bentuk video *review* game tersebut.

Game merupakan suatu hal yang menyenangkan. Siapapun tentu menyukai hal tersebut. Sebuah survei yang di lakukan ESA (*Entertainment Software Association*) pada tahun 2016 menyebutkan bahwa laki-laki mendominasi *game* sebanyak 59%, sedangkan perempuan mendapati sebanyak 41% . Usia 18 tahun kebawah mendapati peringkat ke dua sebesar 27%. (<https://metrotvnews.com/>)

Magic Chess adalah sebuah game yang penuh dengan strategi combo. Seperti diketahui, game bergenre *auto battler* ini membawa pemain untuk fokus pada kombinasi *hero* yang dimiliki. Berbekal *hero* yang ada, harus menyusun strategi cermat agar bisa membaca pergerakan, menyerang, dan melumpuhkan lawan.

Ingat, pemenang pertandingan adalah dia yang mampu bertahan hingga akhir babak. Mirip dengan permainan catur, benar-benar harus lihai meracik strategi, termasuk mengawinkan *combo* dari masing-masing *hero*. Itulah sebabnya harus benar-benar memanfaatkan fitur sinergi yang ada. Dengan fitur ini kamu bisa menciptakan efek *combo* sesuai gaya bermain dan karakter *hero* demi menggiringmu ke pintu kemenangan. (<https://teknisi-blogger.id/combo-magic-chess/>)

Magic Chess adalah game yang dikelola oleh Moonton (perusahaan *game magic chess*) dan jika kita memainkan *game* ini kita harus mengunggah terlebih dahulu di *smartphone* kita tetapi saat ingin mengunggah *game* tersebut kita harus



Gambar 1. 1 Game Magic Chess

mengunggah *game* Mobile Legends Bang Bang karena *Magic Chess* adalah *game* yang sepaket dengan Mobile Legends Bang Bang.

Banyak sekali Youtuber yang membuat konten tentang cara bermain *Magic Chess*, sehingga terjadi imitasi yang mempengaruhi *gamers* bermain *Magic Chess*, Perilaku imitasi dihasilkan ketika pelaku tersebut biasanya berlandaskan pada sosok yang dikagumi. (Yessi Paradina Sella, 2013:66)

Indera penglihatan menjadi hal penting dalam proses peniruan ini. Melalui indera penglihatan, seseorang menerima rangsangan, yang kemudian diolah informasi atau rangsangan tersebut dalam kognisi mereka sesuai dengan kemampuan dalam memahami informasi yang didapatkan.

Channel Youtube Bassklemens, salah satu *youtuber* yang mempunyai pengaruh terhadap *gamers* yang bermain *magic chess* (meningkatkan kemampuan bermain *magic chess*), *channel* ini menyajikan konten *gaming*, *analyst tournament* khususnya *game* Mobile Legends Bang Bang, Youtube Bassklemens selalu memberikan varian cara bermain yang berbeda-beda setiap harinya, sehingga membuat penonton tidak bosan.

Bassklemens merupakan Youtuber sekaligus mantan *pro-player* dari *team Evos Esport* divisi Mobile Legends Bang-bang. Ia sempat mengawali karirnya di dunia *esport* pada awal 2017 dan memustuskan untuk menjadi seorang Youtuber, hingga saat ini jumlah sucriernya sudah mencapai angka 859k *subscriber*. (<https://metrolampungnews.pikiran-rakyat.com/>)

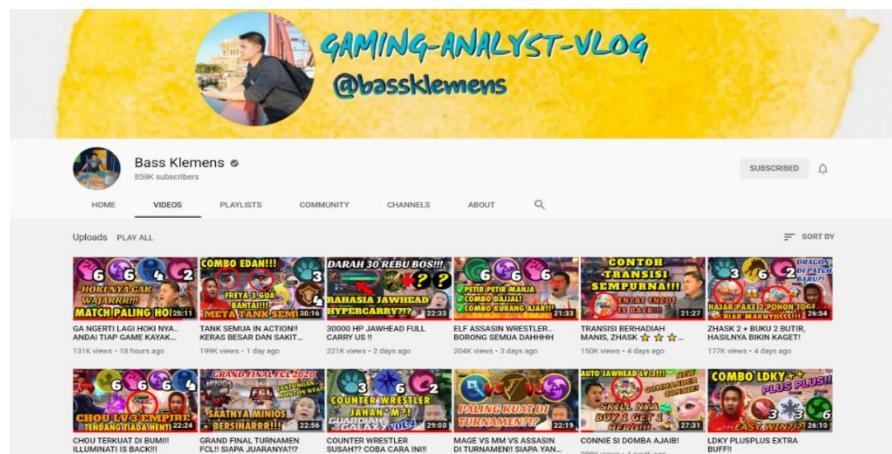
Dengan adanya 859k *subscriber* akun Youtube Bassklemens, para pemain Magic Chess percaya, mengikuti, dan menyukai terhadap konten yang dibuat Bassklemens mengenai *Games* Magic Chess atau lainnya.

Hampir setiap hari Bassklemens mengunggah konten berisikan tentang Magic Chess yang mengutarakan suatu cara bermain game dengan kemampuan berfikir *gamers* agar terhindar dari kekalahan saat bermain game ini, karena game Magic Chess sangatlah mengasah otak pemainnya, kesalahan kecilpun saat bermain Magic Chess sangat berpengaruh ke *late game* (game yang sudah terlalu lama).



Gambar 1. 2 Mobile Legends Bang Bang

Maka dari pemilihan *commander* (karakter yang ada di gambar 1.1) saat ingin bermain Magic Chess sangatlah berpengaruh dengan cara bermain para *gamers*, karena para *gamers* ada yang bermain agresif, stabil, dan ada juga yang bermain mengalah di *early game* (baru mulai bermain) untuk mendapat keuntungan diawal bermain.



Gambar 1. 3 Akun YouTube Bassklemens

Channel Bassklemens mengajarkan para pemain game Magic Chess untuk bermain game ini sesuai dengan kemampuan dan pemilihan *commander* yang sesuai dengan tipikal bermain kita saat berada di *in-game* (di dalam game).

Berdasarkan uraian diatas, konten gaming di dunia Youtube sangatlah ramai dikalangan para pecinta game khususnya game Magic Chess (Mobile Legends Bang Bang). Peneliti akan mengamati apa “**Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemens Terhadap Imitasi *Gamers* Bermain Magic Chess**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah Imitasi *Gamers* Bermain Magic Chess ter-Pengaruh oleh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemens?
2. Seberapa besar Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemens Terhadap Imitasi *Gamers* Dalam Meningkatkan Kemampuan Bermain Magic Chess?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan masalah penelitian yang telah diutarakan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui adanya Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemens Terhadap Imitasi *Gamers* Bermain Magic Chess.
2. Seberapa besar Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemens Terhadap Imitasi *Gamers* Bermain Magic Chess?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dibedakan menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya dan memperluas kajian ilmu komunikasi, khususnya di bidang *broadcast journalism*. Dan tentunya memberi masukan dan mendalami wacana pemikiran mengenai pemahaman *viewers* dari apa yang mereka tonton mengenai Magic Chess.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan pedoman bagi konten *creator gaming* yang ingin penontonnya menjadi paham setelah ia menonton kontennya tersebut.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti menghimpun beberapa referensi kajian Pustaka dari penelitian terdahulu sejenis dengan judul peneliti. Dengan maksud memperkaya wawasan peneliti maupun pembaca terkait dengan bagaimana pengaruh para konten *creator* Youtube terhadap penontonnya.

Terkait dengan ini, berikut adalah penelitian terdahulu sejenis yang peneliti pilih :

1. Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Gaming Pada Akun YouTube Reza Oktovian Terhadap Perilaku Imitasi Bahasa Anak.

Penelitian ini merupakan karya dari Iffah Mawaddah, Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, tahun 2018. **Rumusan Masalah** penelitian ini adalah **pertama** apakah ada pengaruh pada intensitas menonton tayangan *gaming* dalam akun YouTube Reza Oktovian dengan perilaku imitasi Bahasa anak laki-laki usia 10-14 tahun di kelurahan Cakung Timur Kec. Cakung, **kedua** seberapa besar pengaruh intesitas menonton tayangan *gaming* pada akun YouTube Reza Oktovian dengan perilaku imitasi Bahasa anak laki-laki usia 10-14 tahun di Kelurahan Cakung Timur Kec. Cakung? **Tujuan Penelitian** yaitu mengetahui pengaruhnya, mengetahui besaran pengaruhnya, mengetahui peran tayangannya. **Teori Penelitian** yang digunakan teori belajar perilaku yang tradisional (behavioralistik). **Metode Penelitian** yang digunakan eksplanasi dengan metode survei. **Hasil Penelitian** menyatakan bahwa mereka sering menggunakan Bahasa tersebut dalam sehari-hari

meski intensitas menonton video Reza bukan menjadi faktor utama mereka melakukan hal tersebut, namun tidak dapat dipungkiri juga bahwa intensitas menonton video Reza bukan menjadi faktor utama mereka melakukan hal tersebut.

2. Pengaruh Bermain Game Online Mobile Legends Terhadap Konten Obrolan Mahasiswa

Penelitian ini merupakan karya dari Ryan Fahmi, Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta, tahun 2019. **Rumusan Masalah** penelitian ini adalah 1. Adakah pengaruh terpaan media dalam bermain Game Online Mobile Legend terhadap konten obrolan negatif di kalangan mahasiswa UNS Surakarta tahun 2018. 2. Adakah pengaruh motivasi bermain Game Online Mobile Legend terhadap konten obrolan negatif di kalangan mahasiswa UNS Surakarta tahun 2018. 3. Adakah pengaruh lingkungan dalam bermain Game Online Mobile Legend terhadap dengan konten obrolan negatif di kalangan mahasiswa UNS Surakarta tahun 2018. 4. Adakah pengaruh terpaan media, motivasi, dan pengaruh lingkungan secara bersama-sama dalam bermain Game Online Mobile Legend terhadap konten obrolan negatif di kalangan mahasiswa UNS Surakarta tahun 2018. **Tujuan Penelitian** yaitu untuk mengetahui Pengaruh Terpaan Media, Motivasi, dan Pengaruh Lingkungan dalam Bermain Game Online Mobile Legend terhadap Konten Obrolan Negatif di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2018. **Teori Penelitian** Cluster Sampling dan menggunakan tabel Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan sebesar 5% sehingga besar sampel penelitian ini adalah 105 responden. **Metode Penelitian** menggunakan metode survey yang menggunakan instrument pengumpulan data menggunakan kuisioner. Analisis data menggunakan software SPSS versi 17.0 dan menggunakan regresi linear sederhana dan regresi linear ganda. **Hasil Penelitian** Dalam penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa Terpaan media atau Media Exposure memiliki pengaruh terhadap Konten obrolan mahasiswa, Motivasi bermain memiliki pengaruh terhadap konten obrolan mahasiswa, Variabel Pengaruh Lingkungan memiliki pengaruh terhadap konten obrolan mahasiswa, Terpaan media (Media exposure), Motivasi bermain, dan Pengaruh lingkungan terbukti memiliki pengaruh terhadap Konten Obrolan di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2018.

3. Konsumen Anak (Studi Terhadap Perlindungan Hukum Terhadap Konten Game di YouTube)

Penelitian ini merupakan karya dari Catur Ristanto, Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta, tahun 2020. **Rumusan Masalah** penelitian ini adalah bagaimana perlindungan hukum terhadap anak sebagai konsumen konten game di YouTube. **Tujuan Penelitian** untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap anak sebagai konsumen konten game di YouTube. **Teori Penelitian** yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. **Metode Penelitian** menggunakan adalah penelitian hukum normative, atau bisa juga disebut penelitian hukum doctrinal. **Hasil Penelitian** dari penelitian ini perlindungan hukum terhadap anak sebagai konsumen konten game YouTube perlu kiranya memberikan perhatian.

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Gaming Pada Akun YouTube Reza Oktovian Terhadap Perilaku Imitasi Bahasa Anak.	Pengaruh Bermain Game Online Mobile Legends Terhadap Konten Obrolan Mahasiswa	Konsumen Anak (Studi Terhadap Perlindungan Hukum Terhadap Konten Game di YouTube)	Pengaruh Konten <i>Creator Games</i> Pada Akun Youtube Bassklemes Terhadap Imitasi <i>Gamers</i> Bermain <i>Magic Chess</i>
Penelitian	Iffah Mawaddah	Ryan Fahmi	Catur Ristanto	Angga Aditya
Lembaga dan Tahun	UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, tahun 2018.	Universitas Sebelas Maret Surakarta, tahun 2019.	Universitas Muhammadiyah Surakarta, tahun 2020.	Universita Budi Luhur Jakarta, tahun 2022.
Rumusan Penelitian	Pertama apakah ada pengaruh pada intensitas menonton tayangan <i>gaming</i> dalam akun YouTube Reza Oktovian dengan perilaku imitasi Bahasa anak laki-laki usia 10-14 tahun di kelurahan Cakung Timur Kec. Cakung, Kedua seberapa besar pengaruh intesitas menonton tayangan <i>gaming</i> pada akun YouTube Reza Oktovian dengan perilaku imitasi Bahasa anak laki-laki usia 10-14 tahun di Kelurahan Cakung Timur Kec. Cakung?	Pertama Adakah pengaruh terpaan media dalam bermain Game Online Mobile Legend terhadap konten obrolan negatif di kalangan mahasiswa UNS Surakarta tahun 2018. Kedua Adakah pengaruh motivasi bermain Game Online Mobile Legend terhadap konten obrolan negatif di kalangan mahasiswa UNS Surakarta tahun 2018. Ketiga Adakah pengaruh lingkungan dalam bermain	bagaimana perlindungan hukum terhadap anak sebagai konsumen konten game di YouTube.	Apakah Imitasi <i>Gamers</i> Bermain <i>Magic Chess</i> ter-Pengaruh oleh Konten <i>Creator Games</i> Pada Akun Youtube Bassklemens? Seberapa besar Pengaruh Konten <i>Creator Games</i> Pada Akun Youtube Bassklemens Terhadap Imitasi <i>Gamers</i> Dalam Meningkatkan Kemampuan Bermain <i>Magic Chess</i> ?

		<p>Game Online Mobile Legend terhadap dengan konten obrolan negatif di kalangan mahasiswa UNS Surakarta tahun 2018.</p> <p>Keeempat Adakah pengaruh terpaan media, motivasi, dan pengaruh lingkungan secara bersama-sama dalam bermain Game Online Mobile Legend terhadap konten obrolan negatif di kalangan mahasiswa UNS Surakarta tahun 2018.</p>		
Tujuan Penelitian	<p>mengetahui pengaruhnya, mengetahui besaran pengaruhnya, mengetahui peran tayangannya.</p>	<p>untuk mengetahui Pengaruh Terpaan Media, Motivasi, dan Pengaruh Lingkungan dalam Bermain Game Online Mobile Legend terhadap Konten Obrolan Negatif di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret</p>	<p>untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap anak sebagai konsumen konten game di YouTube.</p>	<p>Untuk mengetahui adanya Pengaruh Konten <i>Creator Games</i> Pada Akun Youtube Bassklemens Terhadap Imitasi <i>Gamers</i> Bermain Magic Chess.</p> <p>Seberapa besar Pengaruh Konten</p>

		Surakarta tahun 2018.		<i>Creator Games Pada Akun Youtube Bassklemens Terhadap Imitasi Gamers Bermain Magic Chess?</i>
Teori Penelitian	teori belajar perilaku yang tradisional (behavioralistik).	Cluster Sampling dan menggunakan tabel Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan sebesar 5% sehingga besar sampel penelitian ini adalah 105 responden.	yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif.	Teori belajar sosial (Albert Bandura)
Metode Penelitian	eksplanasi dengan metode survei.	menggunakan metode survey yang menggunakan instrument pengumpulan data menggunakan kuisioner.	penelitian hukum normative, atau bisa juga disebut penelitian hukum doctrinal.	eksplanasi dengan metode survei.
Hasil Penelitian	menyatakan bahwa mereka sering menggunakan Bahasa tersebut dalam sehari-hari, meski intensitas menonton video Reza bukan menjadi faktor utama mereka melakukan hal tersebut, namun tidak dapat dipungkiri juga bahwa intensitas	Terpaan media atau Media Exposure memiliki pengaruh terhadap Konten obrolan mahasiswa, Motivasi bermain memiliki pengaruh terhadap konten obrolan mahasiswa, Variabel	penelitian ini perlindungan hukum terhadap anak sebagai konsumen konten game YouTube perlu kiranya memberikan perhatian.	Karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki-laki sebanyak 194 responden (71 %), dengan rentang usia 21 – 25 tahun sebanyak 189 responden (69,4%), dan berstatus Mahasiswa sebanyak 198

	<p>menonton video Reza bukan menjadi faktor utama mereka melakukan hal tersebut.</p>	<p>Pengaruh Lingkungan memiliki pengaruh terhadap konten obrolan mahasiswa, Terpaan media (Media exposure), Motivasi bermain, dan Pengaruh lingkungan terbukti memiliki pengaruh terhadap Konten Obrolan di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta tahun 2018.</p>		<p>responden (72,7%). Yang berarti <i>gamers</i> yang bermain <i>magic chess</i> lebih banyak laki-laki berusia 21 – 25 tahun.</p>
--	--	--	--	--

2.2 Kerangka Teori

2.2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari istilah Bahasa Inggris, *mass communication*, sebagai kependekan dari *mass media communication*. Artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated*. Istilah *mass communication* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa (*mass media*) sebagai kependekan dari *media of mass communication*.

Menurut Meletze, komunikasi dapat diartikan sebagai bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada populasi dari berbagai komunitas yang tersebar. (Nurudin, 2013:142)

Dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi sebelumnya, komunikasi massa memiliki ciri tersendiri. Sifat pesannya terbuka dengan khalayak yang variative, baik dari segi usia, agama, suku, pekerjaan, maupun dari segi kebutuhan. Ciri lain yang dimiliki komunikasi massa, ialah sumber dan penerima dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanik. Sumber juga merupakan suatu Lembaga atau instansi yang terdiri dari banyak orang, misalnya reporter, penyiar, editor, teknisi, dan sebagainya.

Pesan komunikasi massa berlangsung satu arah dan umpan balik (*feedback*) tertunda dan sangat terbatas. Akan tetapi, dengan perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat, khususnya media massa elektronik seperti radio dan televisi, maka umpanbalik dari khalayak bisa dilakukan dengan cepat kepada penyiar, misalnya melalui program interaktif. (Cangara, 2014:41)

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak luar, seperti rapat akbar di lapangan luas yang dihadiri oleh ribuan orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah: radio saran, dan televisi- keduanya dikenal sebagai media elektronik: surat kabar dan majalah-keduanya disebut sebagai media cetak: serta media film.

Menurut Nawiroh Vera, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan secara audio visual. Komunikasi yang disalurkan secara audio visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya (television, radio, surat kabar, majalah, film, buku dan pita). (Vera, 2008:5)

Peneliti memahami bahwa komunikasi massa berfungsi menyiarakan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dan menggunakan media. Komunikasi massa juga memiliki massa yang bersifat heterogen. Dimana satu sama lainnya tidak saling mengenal dan berada pada tempat yang berbeda, namun bisa saling mendapatkan informasi dari media yang menyebarkannya. Masing-masing memiliki perbedaan dari segi jenis kelamin, usia, agama, ideologi, pekerjaan, Pendidikan, pengalaman, kebudayaan, pandangan hidup, keinginan, cita-cita dan sebaginya.

Perkembangan media massa saat ini bisa dikatakan sangat maju, khalayak dapat lebih mudah dalam mendapatkan informasi. Apalagi dengan adanya media baru atau *new media* yaitu internet. Dengan media internet atau *online* khalayak dapat lebih cepat dan menunjukkan respon dari informasi yang didapat. Untuk itu, media massa saat ini sangat berperan dalam perkembangan komunikasi massa.

Ketergantungan yang tinggi pada media massa tersebut akan menjadikan media sebagai alat yang akan ikut membentuk apa dan bagaimana masyarakat itu sendiri. Misalnya bagaimana cara berpakaian dan berperilaku. Semua itu ditentukan oleh media massa. Oleh karena itu, mengkaji dan mempelajari media massa sebagai salah satu alat dalam komunikasi massa menjadi sangat penting. Inilah yang melarbelakangi mengapa kita perlu mempelajari komunikasi massa.

2.2.2 Karakteristik Komunikasi Massa

Dalam sebuah hal selalu memiliki karakteristik masing-masing yang membedakan dengan hal lain. Komunikasi massa pun memiliki karakteristik yang membedakan dengan tipe komunikasi lainnya. Peneliti mencoba merangkum

karakteristik komunikasi massa menurut para pakar ilmu komunikasi. Karakteristik komunikasi massa terbagi menjadi lima yaitu sebagai berikut:

1. Komunikator Melembaga

Komunikasi massa bersifat institusional. Ini berarti komunikator komunikator komunikasi massa bersifat melembaga. Ia merupakan kumpulan individu dari berbagai keahlian dalam ranah sejenis yang tergabung dalam sebuah Lembaga yang terorganisasi dengan rapi, baik, dan professional.

2. Komunikasi Satu Arah

Pesan komunikasi massa bersifat satu arah. Tidak terjadi umpan balik langsung. Tidak terdapat proses dialogis. Kita sebagai pemirsa televisi misalnya, tetap saja hanya sebagai penerima.

3. Pesan Umum Diterima Serempak

Pesan komunikasi massa ditujukan untuk khalayak umum. Menurut teori komunikasi, khalayak umum merujuk kepada tiga dimensi: geografis, monografis, psikografis. Geografis berkaitan dengan suatu daerah. Monografis menunjuk pada data administrasi kependudukan, seperti jenis kelamin, kelompok usia, suku bangsa, agama, Pendidikan, status perkawinan, tempat tinggal, pekerjaan atau profesi, dan lain sebagainya. Sedangkan psikografis menunjuk pada karakter, sifat, kepribadian, kebiasaan, dan adat istiadat.

4. Khalayak Tersebar, Anonim, Heterogen

Artinya, dalam kelompok-kelompok masyarakat yang tidak saling mengenal satu sama lain tetapi terhubungkan oleh tayangan acara-acara televisi, ditemukan banyak unsur kemajemukan, dari soal jenis kelamin sampai dengan ke persoalan tingkat Pendidikan, ras, warna kulit, dan bahkan keterikatan social budaya serta keyakinan beragama.

5. Selintas

Selintas berarti sesaat, sambal lalu, sambal lewat, sekilas, sepintas, hanya sekelebetan. Selintas mengandung arti juga tak bisa diulang ata diulang-ulang.

(Haris Sumadiria, 2014:20)

Beramsumsi tentang karakteristik komunikasi massa, peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi massa memiliki karakteristik yang sangat

kompleks. Dibutuhkan banyak faktor pendukung untuk bisa menciptakan komunikasi massa yang efektif dalam menyebarkan informasi.

Komunikasi massa tidak dapat dilihat umpan balik secara cepat. Peneliti menganggap bahwa komunikasi massa adalah komunikasi yang harus diperhatikan secara umum, karena terdapat faktor kemajemukan didalam sifat heterogenitas dari khalayak luas yang menerima pengaruh dari media massa dalam komunikasi massa.

2.2.3 Komunikasi Massa Modern

Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk perkembangan teknologi komunikasi massa digital dimana manusia saling melakukan interaksi melalui dunia maya dengan bantuan internet dan komputer. New media merupakan media yang menggunakan internet, media online yang berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, dan dapat berfungsi secara privat maupun publik⁹. Berbeda dengan era penggunaan media massa seperti media cetak koran, media elektronik radio dan televisi, new media lebih menuju dimana penggabungan media-media lain menjadi satu. Dalam era new media ini komunikasi massa dapat dilakukan oleh siapa saja dan masing-masing dapat memiliki medianya sendiri. (Mondry, 2008:12)

Internet adalah salah satu bentuk new media yang sangat mempengaruhi masyarakat dalam penggunaannya sebagai sumber informasi. Ruben mengatakan bahwa Internet memiliki kemampuan untuk mengkode, menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan. (Ruben DKK, 1998:19)

Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi dan image sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protokol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet. (McQuail, Dennis, 2009:28)

Menurut Werner J. Severin dan James W. Tankard¹² ada beberapa ciri lingkungan media baru adalah sebagai berikut:

1. Teknologi yang dahulu berbeda dan terpisah seperti percetakan dan penyiaran sekarang bergabung.
2. Kita sedang beraser dari kelangkaan media menuju media yang berlimpah.
3. Kita sedang mengalami pergeseran dari mengarah kepuasan massa audiens kolektif menuju kepuasan kelompok atau individu.
4. Kita sedang mengalami pergeseran dari media satu arah menuju media interaktif. (Severin, Werner J dan James W. Tankard, 2009:18)

2.2.4 Media Sosial

Definisi dari media sosial sendiri dari berbagai macam pendapat, di antaranya menurut Mandiberg media sosial merupakan sarana yang menampung kerja sama antar pengguna yang menghasilkan konten. Shirky (2008) menyebutkan media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pengguna dalam berbagi (*to share*), bekerja sama (*to co-operate*) antar pengguna serta melakukan Tindakan secara Bersama di luar organisasi. (Rulli Nasrullah, 2015:11)

Jika diuraikan terdapat dua kata yang memiliki berbeda, yaitu media dan social. Media sendiri dapat diartikan sebagai alat dalam berkomunikasi, dan social berarti sesuat yang berkaitan dengan masyarakat. Sehingga Ketika dua kata tersebut disatukan, dan melihat pendapat para ahli mengenai media social dapat dipahami bahwa media social merupakan alat berkomunikasi dengan masyarakat lainnya melalui perangkat lunak atau perangkat yang sudah terkoneksi dengan internet.

Media sosial mempunyai ciri-ciri diantaranya sebagai berikut:

1. Pesan yang disampaikan memungkinkan untuk diterima oleh masyarakat luas.
2. Setiap orang dapat menyampaikan pesan tanpa penyaringan satu pihak.
3. Tidak membutuhkan waktu yang lama dalam menyebarkan pesan.

4. Interaksi dapat berjalan apabila telah ditentukan oleh penerima pesan. (Eribka Ruthellia David, dkk, 2007:9)

Maraknya media sosial di era sekarang memunculkan berbagai jenis fitur yang ada di dalamnya. Sebut saja Youtube yang memiliki jutaan pengunjung setiap harinya. Youtube merupakan sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan *PayPal* pada Februari 2005. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Youtube memungkinkan siapa pun melalui koneksi internet yang ada dapat mengakses, mengunggah dan menonton video dimana pun ia berada, banyaknya jenis topik yang tersedia di Youtube membuat keberadaan berbagai video menjadi salah satu hal penting dalam kultur berinternet. Di Indonesia, salah satu dari banyaknya dampak sosial dari media social ini adalah munculnya artis dadakan. (Apriadi Tamburaka, 2013:84)

Pengguna aktif Youtube yang membuat dan mengunggah video disebut sebagai *Youtuber*. Pengguna ini membuat video dengan berbagai macam jenis konten. Pada media social Youtube terdapat berbagai fitur yang menarik, di antaranya ada *Subscribe*, jumlah penonton video, *like* dan *dislike*, kolom komentar, dan pilihan bergi video ke media sosial lain.

2.2.5 Youtube

Youtube merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa „gambar bergerak“ dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Kita juga bisa berpartisipasi mengunggah (meng-upload) video ke server Youtube dan membaginya ke seluruh dunia.

Dengan format berkas (file) FLV (Flash Video) yang efisien dan ada di manamana sebagai standar pengodean film yang di-upload oleh para user, membuat Youtube mudah diakses oleh masyarakat secara instan di internet. Sebagai tambahan, dengan teknologi yang memungkinkan, Youtube menginspirasi masyarakat untuk menonton video melalui web dengan fitur jaringan sosial

Web2,0; seperti komentar, grup, halaman beranda untuk anggota, langganan, dan ideide lainnya yang berbasis komunitas yang dipopulerkan melalui website seperti MySpace, Facebook, dan lain-lain.

Dengan adanya situs Youtube, maka aktor-aktor yang dianggap berperan dalam komunikasi global seperti perusahaan-perusahaan penyiaran baik itu dalam surat kabar, radio, ataupun televisi seakan berkurang peranannya. Semua orang dapat menyiaran kabar di Youtube. Bahkan, ada beberapa berita yang hanya disiarkan lewat Youtube dikarenakan bebasnya orang untuk meng-upload video mereka sendiri. Karena tujuan utama Youtube adalah sebagai tempat bagi setiap orang (tidak peduli tingkat keahliannya) untuk meng-upload dan membagikan pengalaman perekaman mereka kepada orang lain.

Dilihat dari tingginya jumlah penonton dan pengguna Youtube, wajar jika Youtube menjadi bagian dalam budaya internet. Kebebasan setiap orang menikmati hiburan yang disediakan Youtube mampu menyajikan informasi dari sudut pandang yang lebih variatif dan interaktif. Youtube yang terhubung dengan koneksi internet membuat pengguna dapat mencari video apa saja yang mereka suka, berinteraksi dengan pengguna lain secara langsung melalui kolom komentar yang tersedia sehingga komunikasi massa ini lebih interaktif dan lebih menghibur dari pada media massa konvensional. Umpan balik yang terjadi dalam media massa Youtube ini memang tidak langsung secara kontak fisik, tetapi memungkinkan para komunikator untuk berinteraksi langsung dengan komunikator (pengunggah video) bahkan dengan komunikator-komunikator lain secara online melalui kolom komentar tersebut.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diketahui bahwa kehadiran Youtube sebagai media massa baru membuat nilai tersendiri dalam penyebaran informasi kepada khalayak luas. Yang umumnya media massa komunikatornya adalah gabungan dari beberapa individu yang membentuk sebuah lembaga, dalam Youtube seluruh individu pengguna Youtube dapat menjadi komunikator tanpa membuat suatu lembaga terlebih dahulu. Mereka tidak perlu repot mengirimkan videonya kepada salah satu stasiun televisi untuk dapat ditonton orang banyak. Cukup dengan

mengunggahnya di Youtube dan menyebarkan link di berbagai sosial media video mereka sudah dapat ditonton oleh orang banyak.
(<http://eprints.umm.ac.id/40615/3/BAB%20II.pdf>)

2.2.6 Video Game

Game atau dalam Bahasa Indonesia berarti permainan merupakan sebuah kegiatan atau aktivitas yang memiliki peran menghibur bagi yang melakukannya. Kegiatan ini bersifat ringan dan bertujuan memberi kesengangan. Sebuah permainan, khususnya pada permainan tradisional, biasanya dibutuhkan lebih dari dua orang untuk memainkannya. *Video game* sendiri merupakan sebuah permainan dimana pemain terlibat langsung lewat layar sebagai perantaranya. (Stanley J. Baran, 2016:356)

Video game atau permainan yang dimainkan biasanya bersifat daring dan melalui gawai atau *gadget*, sifatnya yang menghibur membuat siapapun menyukai keberadaan *video game* ini. Kemajuan dari teknologi membuat perkembangan *video game* turut berkembang. Sehingga memunculkan berbagai *genre* yang membuat peminantnya semakin bertambah tiap waktunya.

2.2.7 Game Online

Secara umum *game online* sebuah jenis video permainan yang hanya dapat dijalankan apabila suatu perangkat yang digunakan untuk bermain game terhubung dengan jaringan internet. Artinya *game online* baru bisa dimainkan jika terhubung internet.

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) dipisahkan menjadi dua kata yakni *game* dan *online*. Dalam Bahasa Indonesia *game* berarti permainan, sedang *online* berarti daring. Dalam KBBI, permainan adalah sesuatu yang digunakan untuk bermain. Sedangkan arti kata daring adalah sesuatu yang terhubung dengan jaringan internet.

Terdapat beberapa jenis-jenis *game online*. Berdasarkan (<https://www.wikipedia.org/>) berikut merupakan macam dan jenis-jenis *game online* secara umum:

1. *First-person shooter (FPS)*
2. *Real-time strategy (RTS)*
3. *Role-playing game (RPG)*
4. *Action-adventure Games*
5. *Multiplayer online battle arena (MOBA)*
6. *Massively multiplayer online (MMO)*
7. *Massively multiplayer online role-playing game (MMORPG)*
8. *Life Simulation Games*
9. *Construction and Management Simulation Games*
10. *Vehicle Simulation*
11. *Manager Simulation*
12. *Cross-platform game*
13. *Browsers game*

2.2.8 Game Magic Chess

Magic Chess adalah sebuah game yang penuh dengan strategi combo. Seperti diketahui, game bergenre *auto battler* ini membawa pemain untuk fokus pada kombinasi *hero* yang dimiliki. Berbekal *hero* yang ada, harus menyusun strategi cermat agar bisa membaca pergerakan, menyerang, dan melumpuhkan lawan.

Ingat, pemenang pertandingan adalah dia yang mampu bertahan hingga akhir babak. Mirip dengan permainan catur, benar-benar harus lihai meracik strategi, termasuk mengawinkan *combo* dari masing-masing *hero*. Itulah sebabnya harus benar-benar memanfaatkan fitur sinergi yang ada. Dengan fitur ini kamu bisa menciptakan efek *combo* sesuai gaya bermain dan karakter *hero* demi menggiringmu ke pintu kemenangan. (<https://teknisi-blogger.id/combo-magic-chess/>

Magic Chess adalah game yang dikepalai oleh Moonton (perusahaan *game magic chess*) dan jika kita memainkan *game* ini kita harus mengunggah terlebih dahulu di *smartphone* kita tetapi saat ingin mengunggah *game* tersebut kita harus mengunggah *game* Mobile Legends Bang Bang karena *Magic Chess* adalah *game* yang sepaket dengan Mobile Legends Bang Bang.

2.2.9 Ruang Lingkup Audiens

Menurut Hiebert dan kawan-kawan dalam Nurudin, *audience* dalam komunikasi massa setidak-tidaknya mempunyai lima karakteristik sebagai berikut:

Audience cenderung berisi individu-individu yang condong untuk berbagi pengalaman dan dipengaruhi oleh hubungan sosial di antara mereka. Individu tersebut memilih produk media yang mereka gunakan berdasarkan seleksi kesadaran.

Audience cenderung besar, besar di sini berarti tersebar ke berbagai wilayah jangkauan sasaran komunikasi massa. Meskipun begitu, ukuran luas ini sifatnya bisa jadi relatif. Sebab, ada media tertentu yang khalayaknya mencapai ribuan, ada yang mencapai jutaan. Baik ribuan maupun jutaan tetap bisa disebut *audience* meskipun jumlahnya berbeda, tetapi perbedaan ini bukan sesuatu yang prinsip. Jadi tak ada ukuran pasti tentang luasnya *audience* itu.

Audience cenderung heterogen. Mereka berasal dari berbagai lapisan dan kategori sosial. Berupa media tertentu mempunyai sasaran, tetapi heterogenitasnya juga tetap ada. Majalah yang dikhususkan untuk kalangan dokter, memang sama secara profesi, tetapi status sosial ekonomi, agama, dan umur tetap berbeda satu sama lain, pembaca buku ini juga heterogen sifatnya. (Nurudin, 2013:89)

2.2.10 Penggemar (Fan)

Fan adalah merupakan penyingkatan dari kata “*fanatic*”, yang berasal dari kata Latin “*fanaticus*” yang mempunyai arti asal sebuah pemujaan; pelayan; seorang pengikut. (Jenkins, 1992:98).

Oleh karena itu, aktivitas yang dilakukan para fans menjelaskan bagaimana keinginan mereka untuk selalu mengikuti perkembangan mengenai idolanya di media online. Mereka berkumpul dan membentuk suatu komunitas online. Fan culture (budaya penggemar) terbentuk oleh adanya budaya partisipatoris para fans dalam perjuangan agar dekat dengan orang yang dikaguminya. Proses sosialisasi yang lebih memfokuskan pada penanaman kebiasaan, adat istiadat, nilai dan norma tanpa melakukan paksaan dan kekerasan fisik.

Aktivitas seorang *fans* melalui dunia maya dapat dengan bebas berkomunikasi dengan sesama fans lain mengenai idolanya. Aktivitas ini disebut dengan fangirling (untuk fans perempuan) atau fanboying (untuk fans laki-laki). (Raharja, D. Apfia,2013:1-14)

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diketahui bahwa secara logika penggemar adalah audiens tetap idola tersebut, tanpa diminta penggemar akan mengikuti perkembangan informasi yang menyangkut idolanya. Jika idola mereka adalah artis Youtube penggemar tersebut sudah pasti menjadi audiensnya yang senantiasa menonton semua video yang berhubungan dengan artis mereka dan mengikuti perkembangan informasi jika ada video terbaru dari artis mereka yang baru saja di unggah. Sementara audiens adalah penonton yang cenderung memilih-milih video mana yang akan mereka tonton, dan belum tentu akan menjadi penggemar, hal ini berkaitan dengan terpaan yang akan didapat oleh penonton tersebut.

2.2.11 Pengaruh Intensitas Menonton

Pengaruh adalah sesuatu yang memiliki pengaruh terhadap benda atau orang lain baik disengaja atau tidak. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengaruh berarti daya yang ada atau timbul dari sesuatu orang atau benda yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. (Kamus Besar Bahasa Indonesia,2003:849)

Intensitas dapat dipahami sebagai sebuah tingkatan. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia intensitas adalah keadaan tingkat atau ukuran intens. (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2003:383)

Tingkat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ukuran seseorang dalam menonton sebuah tayangan, intensitas menonton tayangan merupakan jumlah keseluruhan waktu yang digunakan oleh khalayak dalam sebuah tayangan di media massa. (Ary Setyawan, dkk, 2015:4417)

Terdapat dua hal mendasar dalam intensitas yaitu frekuensi dan durasi:

1. frekuensi yaitu seberapa sering pengulangan yang khalayak lakukan dalam menonton suatu tayangan.
2. Durasi yaitu lama waktu yang dihabiskan dalam menonton satu tayangan.

Ukuran sebuah tingkatan di sini, di lihat melalui seberapa sering orang-orang menonton video-video yang ada, serta seberapa lama orang tersebut menghabiskan waktunya untuk menonton video-video tersebut. Sehingga hal tersebut merupakan bentuk perhatian dan ketertarikan yang dilakukan orang dalam menggunakan media social dan isi dari pada tayangan yang mereka tonton berdasarkan jumlah intensitas atau banyaknya waktu yang mereka habiskan.

2.2.12 Perilaku Imitasi

Khalayak sangat rentan akan terpaan media, Tindakan-tindakan yang dilakukan seseorang dalam tayangan di media dapat dengan mudah diserap dan ditiru oleh penontonnya. Pemirsa meniru adegan yang dilihat dan menganggap hal tersebut hal yang biasa dan menganggap wajar apabila dilakukan dalam kehidupan bermasyarakat. (Apriadi Tamburaka, 2013:177)

Imitasi atau tiruan yang dikenalkan oleh Miller dan Dollard merupakan cara terpenting dari proses belajar sosial (*social learning*), dimana seseorang mempelajari perannya dan peran orang lain di dalam kehidupan bermasyarakat.

Meniru merupakan sebuah proses yang didapat seseorang dari apa yang sebelumnya dialami, dengan melakukan tindakan dari model dengan melibatkan

indra sebagai pengolah informasi yang berupa Bahasa juga perilaku. (Jalalludin Rakhmat, 2008:216)

Perilaku imitasi dihasilkan ketika pelaku tersebut biasanya berlandaskan pada sosok yang dikagumi. (Yessi Paradina Sella, 2013:66)

Indera penglihatan menjadi hal penting dalam proses peniruan ini. Melalui indera penglihatan, seseorang menerima rangsangan, yang kemudian diolah informasi atau rangsangan tersebut dalam kognisi mereka sesuai dengan kemampuan dalam memahami informasi yang didapatkan.

Media massa dapat menimbulkan perilaku imitasi. Isi dari media massa yang mudah dipahami menjadi salah satu faktor yang mendukung munculnya perilaku imitasi atau meniru. Individu cenderung berempati terhadap apa yang mereka lihat dan amati. Sehingga dari hal tersebut, individu rentan untuk meniru terhadap sesuatu terlebih Ketika mereka menaruh perhatian lebih kepada sesuatu itu.

Gabriel Tarde menyebutkan bahwa segala aspek kehidupan social manusia didasari oleh berbagai faktor imitasi, imitasi dapat mendorong seseorang kepada hal yang positif maupun negatif. Berikut aspek-aspek terjadinya imitasi:

1. Terdapat minat, memiliki perhatian yang besar pada sesuatu dan ingin menirunya.
2. Menganggap istimewa atau mengagumi sesuatu yang ingin ditirunya.
3. Seseorang melakukan perilaku imitasi atau meniru karena hal tersebut mendapat pengakuan atau pujian dari lingkungannya.(Tri Dayakisni dan Hudaniah,2012:106)

2.2.13 Teori Belajar Sosial

Merupakan perluasan dari teori belajar perilaku yang tradisional (*behavioralistik*) oleh Albert Bandura tahun 1986. Teori ini menjelaskan bahwa pemirsa meniru apa yang mereka lihat di televisi, melalui suatu proses *observational learning* (pembelajaran hasil pengamatan). (Elvinaro Ardianto, dkk, 2014:64)

Bandura mengatakan bahwa proses *kognitif* yang menjadi perantara akan perubahan dari tingkah laku seseorang dipengaruhi pengalaman yang bertujuan untuk menyelesaikan keterampilan atau tugas yang dimilikinya. (Syamsu Yusuf, 201:190)

Bandura juga mengemukakan bahwa media massa menjadi perantara bersosial yang utama selain orang tua, keluarga, guru, sekolah juga teman. Bandura membagi menjadi empat proses tahapan, yaitu:

1. Proses Perhatian (*Attention*)

Dalam tahap ini, seseorang memberi perhatian terhadap tingkah laku model untuk dapat mempelajarinya. Seorang individu mengamati satu hal secara langsung maupun tidak langsung. Hal tersebut dapat berupa Tindakan tertentu seperti sikap, nilai-nilai ataupun pandangan hidup.

2. Proses Mengingat (*Rettention*)

Suatu kejadian atau peristiwa yang tersimpan dengan baik menjadi ingatan di mana ingatan tersebut dapat memengaruhi seseorang. Proses retensi sendiri merupakan proses dimana informasi mengendap dalam ingatan seseorang. Kemudian ingatan tersebut berusaha di aplikasikan kedalam bentuk simbolik. Biasanya ingatan ini diaplikasikan pada saat-saat tertentu saja Ketika ia membutuhkan atau menginginkannya.

3. Proses Reproduksi Motoris (*Motoris Reproduction*)

Dalam tahapan ini seseorang berusaha meniru dari peristiwa yang tersimpan dalam ingatan mereka. Hasil dari proses tersebut adalah muncul dalam bentuk perilaku. Di sini kemampuan mengingat dan mewujudkan atas apa yang ada di dalam ingatan mereka terlihat. Sejauh mana ia berhasil meniru tingkah laku model yang ia lihat dan amati sebelumnya.

4. Proses Penguatan dan Motivasional

Perilaku yang ditiru akan dimunculkan kembali Ketika ia mendapat pujian atau penghargaan dari lingkungan sosialnya. Ketika ia mempunyai motivasi yang tinggi untuk menirunya, maka ia dapat meniru dengan baik. (Wiwien Dinar Pratisti, 2008:39)

Teori Albert Bandura ini menjadi landasan yang tepat untuk mencari tau, di era yang serba teknologi ini, khalayak yang menjadi konsumen dari teknologi itu sendiri apakah jika terterpa pesan media massa ia akan meniru terhadap apa yang mereka lihat. Tanpa pandang usia, media massa menerpa siapa pun dan dalam hal apapun dari berbagai macam segi kehidupan.

Melalui teori ini Gamers nantinya dapat menunjukkan apakah mereka mampu memproses apa yang mereka lihat dari akun YouTube milik Bassklemens. Mereka dapat merasa tontonan yang mereka tonton merupakan sebuah pengalaman baru yang menarik atau sebaliknya. Penelitian ini akan mengikuti empat proses yang Albert Bandura sebutkan yaitu proses perhatian, proses mengingat, proses reproduksi motoris dan proses motivasi. Gamers akan mengamati model, dalam penelitian ini yang menjadi model adalah akun YouTube milik Bassklemens, juga mempelajari tingkah tersebut. Setelahnya gamers mengingat perilaku tersebut yang terseimpan dengan baik dalam loker kognisi mereka, perilaku tersebut akan dikeluarkan di satu saat yang mereka inginkan lalu diterapkan dalam bentuk perilaku sesuai dengan apa yang dilakukan oleh actor dalam tayangan yang sebelumnya mereka tonton.

Dalam tahapan selanjutnya, dapat terlihat juga apakah sang gamers mampu meniru dengan baik atau sejauh mana mereka mampu meniru persis seperti actor perbuatan (konten creator). Ketika sang gamers merasa termotivasi atas perilaku tersebut, mereka akan mengulangnya kembali. Akan tetapi, mereka juga bisa memilih untuk meniru dari tayangan yang ada dalam akun YouTube tersebut atau tidak.

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan preposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan-pertanyaan penelitian. Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Berdasarkan konsep yang telah dikemukakan di atas, Peneliti telah membuat hipotesis atau dugaan sementara bahwa terdapat pengaruh konten *creator games* pada akun YouTube Bassklemens terhadap imitasi *gamers* dalam

meningkatkan kemampuan bermain Magic Chess. Sedangkan hipotesis teroritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H0: Tidak terdapat pengaruh pengaruh konten *creator games* pada akun Youtube Bassklemens terhadap imitasi *gamers* bermain Magic Chess.

Ha: Terdapat pengaruh konten *creator games* pada akun Youtube Bassklemens terhadap imitasi *gamers* bermain Magic Chess.

$$X \longrightarrow Y$$

Keterangan:

X (Variabel Bebas) : konten *creator games* pada akun Youtube Bassklemens.

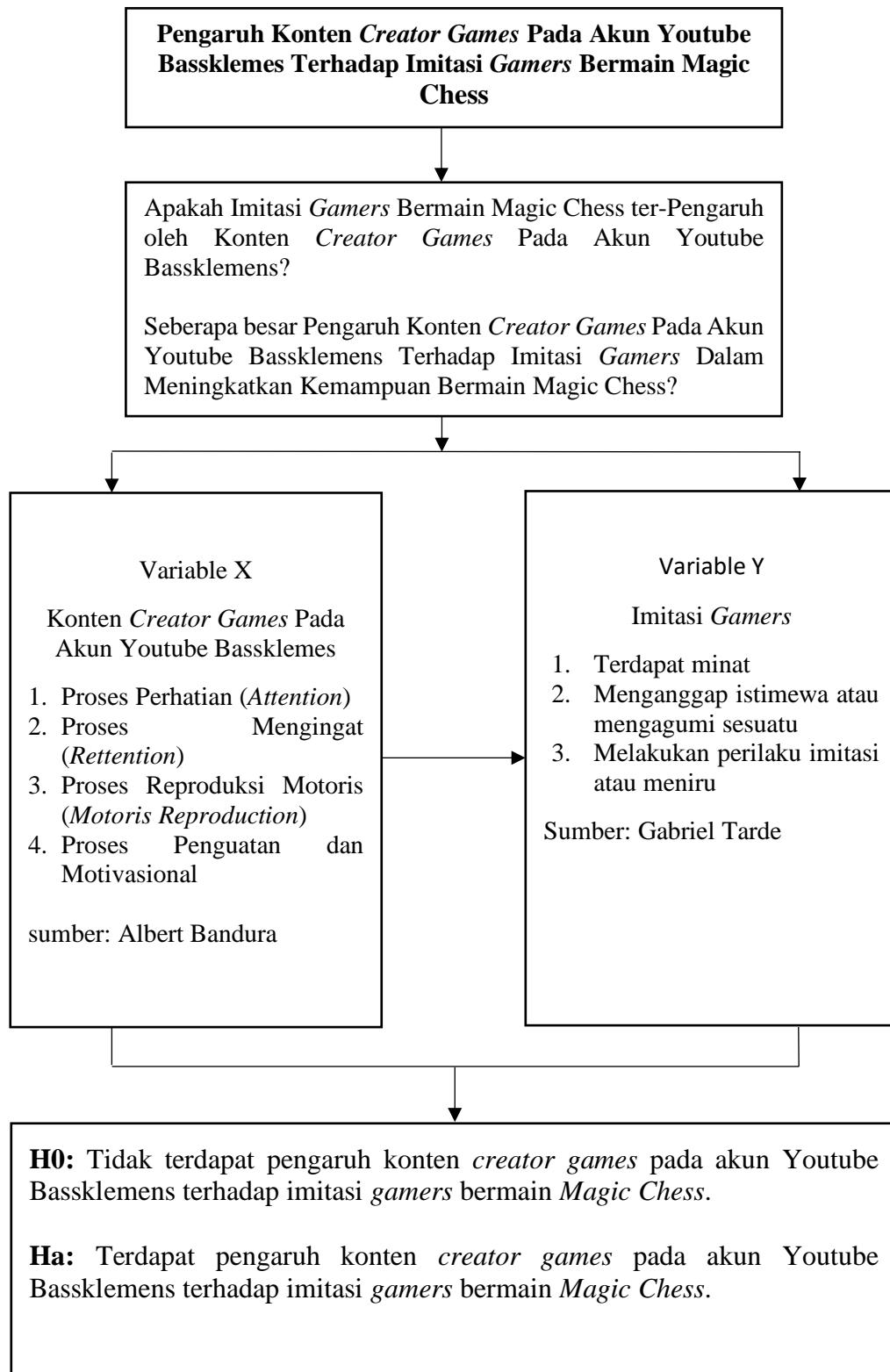
Y (Variabel Terikat) : imitasi *gamers* bermain Magic Chess.

2.4 Kerangka Pemikiran

Intensitas seseorang dalam menonton suatu tayangan dapat berpengaruh terhadap perilaku seseorang. Seseorang mampu meniru dari apa yang mereka tonton sehari-hari, termasuk Bahasa atau kalimat-kalimat yang digunakan seseorang yang berada dalam tayangan tersebut. Seseorang yang terpapar media mampu mendapatkan efek dari si pesan media tersebut.

Efek dari media sendiri mampu menerpa kepada kognitif yaitu bersifat informatif, afektif atau sesuatu yang berkaitan dengan perasaan dan behavioral yaitu mengacu pada sikap atau perilaku seseorang.

Ketika seseorang dengan intensitas yang tinggi dalam menonton sebuah tayangan maka kemungkinan ia terpengaruh oleh isi tayangan tersebut semakin besar. Hal tersebut disebabkan karena pesan yang disampaikan dilakukan secara terus menerus dan mengendap dalam ingatan.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan cara pandang seseorang mengenai sisi strategis yang menentukan nilai sebuah ilmu pengetahuan itu sendiri. (Burhan Bungin, 2010:25)

Penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma *positivistic*, yaitu menganggap suatu realitas akan berlaku umum dan bersifat sama di semua tempat. Setiap gejala social selalu merupakan akibat dari gejala social lain. (Nanang Martono, 2011:11)

Menurut pendekatan ini, ilmu alam dan ilmu social adalah sama, perbedaan di antara keduanya hanya terletak pada objek kajiannya. Sosok manusia dalam pendekatan ini diposisikan sama seperti benda-benda lain yang ada di alam.

3.2 Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah di balik angka-angka tersebut. (Nanang Martono, 2011:20)

3.3 Jenis Metode Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemes Terhadap Imitasi *Gamers* Bermain Magic Chess berjenis

eksplanasi dengan metode survei. Eksplanasi sendiri merupakan penelitian yang mengkaji keterkaitan sebab akibat antara 2 fenomena atau lebih, menggambarkan dua variable yang diteliti, yaitu variable bebas dan variable terikat yang kemudian menjelaskan hubungan atau pengaruh kedua variable tersebut. Metode penelitian survei merupakan penelitian dengan tidak melakukan perubahan terhadap variable. (Sofiyah Siregar, 2011:10)

Metode survei sendiri menggunakan kuesioner atau angket sebagai sumber utama. Responden diminta untuk memberikan jawaban singkat yang sudah tertulis di dalam kuesioner atau angket, untuk kemudian jawaban dari seluruh responden diolah.

3.4 Subjek dan Objek Penelitian

3.4.1 Objek

Objek penelitian ini adalah Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemes.

3.4.2 Subjek

Subjek penelitian ini adalah Imitasi *Gamers* Dalam Meningkatkan Kemampuan Bermain Magic Chess.

Dalam proses menyusun sampai dengan menganalisis data sehingga mendapatkan gambaran sesuai dengan yang diharapkan, maka diperlukan sumber data. Pada umumnya sumber data pada penelitian ini disebut populasi dan sampel.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

“Populasi adalah keseluruhan gejala/satuan yang ingin diteliti. Sementara sampel adalah bagian dari populasi yang ingin di teliti.” (Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, 2012:119)

Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah *subscribers* akun Youtube Bassklemens. Adapun populasi dari penelitian ini diketahui berjumlah 859 ribu *subscribers* pada tahun 2021

3.5.2 Sampel

Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin. Adapun rumus tersebut.

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Perkiraan Tingkat Kesalahan

Berdasarkan rumus Slovin di atas, maka diperoleh jumlah sampel yang dapat mewakili populasi dengan menggunakan standar deviasi sebesar 5%.

$$n = \frac{859.000}{1+859.000(0.05)^2}$$

$$n = \frac{859.000}{1+859.000(0,0025)}$$

$$n = \frac{859.000}{1+2,147}$$

$$n = \frac{859.000}{3,147}$$

$$n = 272,958$$

$$n = 273 \text{ responden}$$

3.6 Operasional Variabel

“Variabel adalah suatu karakteristik yang memiliki dua atau lebih bilai atau sifat yang berdiri sendiri-sendiri.” (Consuelo G. Sevilla, dkk, 1993:21)

Dalam penelitian ini, terdapat dua variable penelitian yang digunakan, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

1. “Variable bebas adalah variable yang menjadi sebab atau memengaruhi variable lain.” (Sofiyah Siregar,2011:18)

Dalam penelitian ini, yang dimaksud variable bebas adalah tayangan video mengenai *game* yang dibuat oleh Bassklemens di akun Youtube miliknya.

2. “Variable terikat merupakan variable yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variable bebas.” . (Sofiyah Siregar,2011:19)

Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah perilaku imitasi gamers bermain *magic chess*.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variable	Indikator	Pernyataan	Alat ukur	Alat uji
Variable X Konten <i>Creator Games</i> Pada Akun Youtube Bassklemes	Menonton Konten	1. Saya menonton lebih dari satu kali dalam satu video milik Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	kuesioner
		2. Saya hanya menonton kurang dari 3 video dalam akun Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2)	

			Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
		3. Saya selalu menonton video terbaru dari akun Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
	memahami konten yang dilihat	1. Saya mengerti tentang konten Magic Chess pada akun Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	kuesioner
		2. Saya mempelajari cara bermain Magic Chess dari akun Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
		3. Saya mengerti bagaimana cara bermain Magic Chess yang benar dari akun Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju	

		(TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
	4. Saya mengetahui permainan Magic Chess dari akun Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
	5. Saya menyukai semua konten pada akun Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
meniru apa yang telah dilihat dari konten	1. Saya mengingat bagaimana cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	kuesioner
	2. Saya meniru cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3)	

		Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
	3. Saya memperhatikan setiap cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
	4. Saya mengimplementasikan cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
	5. Saya menyukai cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
berhasil dalam melakukan peniruan	1. Saya berhasil meniru cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu	kuesioner

			(RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
	2. Saya selalu mendapatkan ide terbaru cara bermain Magic Chess dari akun Bassklemens		Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
	3. Saya selalu menunggu cara terbaru bermain Magic Chess pada akun Bassklemens		Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
	4. Saya selalu mencari trik lain bermain Magic Chess dari akun Bassklemens		Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
	5. Saya selalu berhasil memenangkan undian (gatcha) dari akun Bassklemens		Sangat Setuju (SS = 5)	

			Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
Variable Y Imitasi <i>Gamers</i> bermain <i>magic chess</i>	Terdapat minat	1. Saya selalu ingin bermain Magic Chess karena konten akun Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	kuesioner
		2. Saya selalu ingin belajar trik baru bermain Magic Chess karena konten akun Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
		3. Saya merekomendasikan akun Bassklemens kepada keluarga saya yang bermain Magic Chess	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
		4. Saya merekomendasikan akun	Sangat Setuju	

	Bassklemens kepada teman saya yang bermain Magic Chess	(SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
	5. Saya menjadikan konten Bassklemens sebagai acuan saya bermain Magic Chess	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
Menganggap istimewa atau mengagumi sesuatu	1. Saya senang ketika meniru cara bermain Magic Chess dari aku Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	kuesioner
	2. Saya menyukai konten Magic Chess pada akun Bassklemens	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	

		<p>3. Saya merasa puas ketika berhasil meniru cara bermain Magic Chess dari akun Bassklemens</p>	<p>Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)</p>	
		<p>4. Saya merasa senang ketika bermain Magic Chess</p>	<p>Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)</p>	
		<p>5. Saya merasa istimewa ketika saya berhasil memenangkan game Magic Chess</p>	<p>Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)</p>	
	Melakukan perilaku imitasi atau meniru	<p>1. Setiap bulan, saya melakukan top-up Magic Chess pass untuk mendapatkan koleksi terbaru</p>	<p>Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak</p>	kuesioner

		Setuju (STS = 1)	
	2. Saya selalu membeli commander (karakter) Magic Chess terbaru	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
	3. Saya selalu update mengenai items terbaru dari Magic Chess	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
	4. Saya selalu update mengenai commander (karakter) Magic Chess	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2) Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
	5. Saya selalu bermain bersama (mabar) pemilik akun Magic Chess lain secara online	Sangat Setuju (SS = 5) Setuju (S = 4) Ragu-Ragu (RG = 3) Tidak Setuju (TS = 2)	

			Sangat Tidak Setuju (STS = 1)	
--	--	--	--	--

3.7 Uji Statistik

Uji statistik pada penelitian ini terlebih dahulu menguji validasi dan rehabilitas data. Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan survei terlebih dahulu agar diketahui apakah data yang akan di teliti memenuhi kriteria dan menjawab permasalahan yang diteliti (Kriyantono, 2012:172).

3.7.1 Skala Likert

Menurut Sugiyono (2017:93), *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan *skala likert*, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indicator variabel. Kemudian indicator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan.

Dalam peneleitian kuantitatif dengan menggunakan skala likert ini, untuk keperluan analisis nilai dari masing-masing pertanyaan atau pernyataan yaitu:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Skala	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017:94)

3.7.2 Uji Korelasi

Menurut Sugiyono (2017:183), analisis korelasi digunakan untuk mencari dua arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih, baik hubungan yang bersifat simetris, kausal, dan *reciprocal*.

Tabel 3. 3 Nilai Koefisien

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Sumber : Sugiyono, 2017:184)

Selain itu menurut Kriyantono (2012:173) ada beberapa ketentuan lain yang berlaku mengenai sifat dan nilai hubungan (korelasi) yaitu:

1. Nilai hubungan (korelasi) antara variabel X dan Y berkisar antara -1 sampai dengan +1.
2. Hubungan bersifat positif terjadi bila “semakin besar nilai variabel X maka semakin besar pula variabel Y” atau sebaliknya “semakin kecil nilai variabel X maka semakin kecil nilai variabel Y”.
3. Hubungan bersifat negatif terjadi bila “semakin kecil nilai variabel X maka semakin kecil nilai variabel Y” atau sebaliknya “semakin besar nilai variabel X maka semakin kecil pula variabel Y”
4. Jika nilai koefisien hubungan sama dengan 0, berarti tidak ada hubungan antara variabel.
5. Bila nilai koefisien hubungan sama dengan 1 atau sama dengan -1, berarti terjadi hubungan yang sempurna positif dan yang kedua adalah hubungan sempurna negatif.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan korelasi *Person's Correlation (Product Moment)*, rumus atau teknik ini digunakan untuk mengetahui koefesien

korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel/data/skala interval/dengan interval lainnya.

Rumus Korelasi Product Moment:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

keterangan:

r = koefesien korelasi Pearson's Product Moment

N = jumlah sampel

x = angka mentah untuk variabel X

y = angka mentah untuk variabel Y

3.7.3 Uji Regresi

Menurut Bungin analisa regresi adalah analisis persamaan garis yang diperoleh berdasarkan perhitungan statiska, umumnya disebut model untuk mengetahui bagaimana perbedaan sebuah variabel memengaruhi variabel lainnya. (Bungin, 2005:231).

Selain itu menurut Bungin, analisa korelasi dilakukan jika hubungan korelasi antara dua variabel mempunyai hubungan kasual (sebab-akibat) atau hubungan fungsional. Regresi ditunjukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan sedangkan analisis korelasi bertujuan untuk mencari derajat keeratan hubungan dua variabel atau lebih.

Dalam peneleitian ini uji regresi digunakan untuk mencaritahu bentuk hubungan dua variabel yaitu variabel X (Marketing Public Relations) dan variabel Y (Loyalitas Konsumen). Penelitian ini menggunakan regresi sederhana dengan rumus yang digunakan:

$$Y=a+ bX$$

Keterangan :

Y = nilai yang diprediksikan.

a = konstanta atau harga Y bila X = 0

b = koefesien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

X = nilai variabel independen/bebas.

Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

Nilai a dihitung dengan rumus:

$$a = \frac{n \sum XY - \sum Y \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Nilai b dihitung dengan rumus:

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

3.7.4 Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui berapa persen (%) dari variabel-variabel dependen (Y) dapat diterapkan oleh variabel independen (X) atau berupa besar variabel (X) mempengaruhi variabel dependen (Y), maka koefisien determinasi yang dapat digunakan adalah kuadrat koefisien korelasi.

Menurut Sugiyono, rumus koefisien determinasi adalah:

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

Keterangan :

Kd = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

3.7.5 Uji Anova

Anova merupakan sebuah alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis komparatif sampel bila datanya berada pada skala interval atau rasio. Pengujian menggunakan anova ini tergolong dalam uji perbandingan (komparatif) yang bertujuan untuk membandingkan (membedakan) apakah rata-rata tiga kelompok (atau lebih) yang diuji berbeda signifikan atau tidak (**Martono, 2012:182**). Uji anova digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$SSb = \sum \frac{r^2}{n} - \frac{C^2}{N}$$

Keterangan:

T = Total X masing-masing kelompok

n = Jumlah sampel masing-masing kelompok

N = Jumlah sampel keseluruhan

3.8 Metode SPSS

Data yang didapatkan akan dianalisis secara kuantitatif dengan jenis deskriptif kuantitatif. Untuk membantu dan mempermudah mengola data penelitian ini menggunakan metode SPSS (*Statistic Package For Social Science*) melalui beberapa tahapan yaitu :

1. Memeriksa *Editing*

Hal ini dilakukan setelah semua data yang dikumpulkan melalui kuesioner atau angket. Langkah pertama yang perlu dilakukan adalah memeriksa kembali semua koesioner tersebut satu persatu. Hal ini dilakukan dengan maksud untuk mengecek, apakah setiap kuesioner telah diisi sesuai dengan petunjuk sebelumnya, jika terdapat beberapa kuesioner yang masih belum diisi, atau pengisian yang tidak sesuai dengan petunjuk dan tidak relevannya jawaban dengan pertanyaan.

2. Memberi Tanda Kode/*Coding*

Memberi tanda *code* terhadap pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan, hal ini dimaksudkan untuk mempermudah waktu mengadakan tabulasi dan analisa.

3. Tabulasi

Tabulasi adalah bagian terakhir dari pengolahan data yaitu memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya.

4. Penyusunan SPSS

Secara kuantitatif data yang diperoleh dari kuesioner akan diedit kemudian dihitung menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

5. Interpretasi

Interpretasi adalah kesimpulan yang peneliti buat dari keseluruhan hasil data yang didapat dengan menjabarkan hasil perhitungan dalam bentuk kata-kata untuk dapat menjelaskan hasil penelitian.

3.9 Teknik Pengumpulan Data

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian. (Burhan Bungin, 2010:119)

Data juga merupakan bahan mentah yang perlu diolah sehingga dapat menghasilkan informasi atau keterangan yang menunjukkan fakta dan dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik suatu kesimpulan. (Sofyan Siregar, 2017:16)

Dalam penelitian terdapat dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan daya yang hanya dapat diperoleh dari sumber asli atau sumber pertama. (Jonathan Sarwono, 2006:125)

Adapun data primer yang dimaksud dalam penelitian ini sumber diperolehnya data didapat dari kuesioner yang diberikan kepada gamers yang bermain *games magic chess* dan *subscribers* dari akun Youtube Bassklemens telah memenuhi kriteria yang dibutuhkan.

Sedangkan data sekunder didapatkan dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini, seperti buku-buku, situs internet dan juga jurnal-jurnal ilmiah yang ada dan berkaitan dengan penelitian ini.

3.10 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, “analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul”. (**Sugiyono,2014:147**). Setelah mendapatkan data untuk diteliti, data tersebut akan dianalisis untuk mengetahui hipotesis yang telah diajukan.

3.11 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.11.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan secara daring, dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui media sosial. Penelitian ini dilakukan secara daring

karena keterbatasan jangkauan yang diakibatkan adanya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) guna menghindari penyebaran virus Covid-19.

3.11.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun ajaran ganjil 2021/2022, tepatnya pada 10-15 Januari 2021.

Tabel 3. 4 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Agustus	Oktober	Januari
1.	Pengajuan Judul			
2.	Penyusunan Bab 1,2,3			
3.	Bimbingan Bab 1,2,3			
4.	Penyusunan Bab 4-5			
5.	Bimbingan Bab 4-5			

3.12 Validitas dan Reliabilitas

3.12.1 Validitas

Validitas merupakan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. (Sofiyah Siregar, 2011:75)

Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui bahwa instrument yang digunakan valid dan dapat dipercaya. Instrument penelitian dianggap valid jika $r(\text{hitung}) > r(\text{table})$ dengan $n=30$ dengan taraf signifikan 5% yaitu 0,361 atau jika mempunyai nilai $r(\text{hitung})$ yang lebih besar dari r standar yaitu 0,3²⁰

Adapun hasil r hitung pada variabel X (intensitas Menonton) lebih besar dari 0,361 yang merupakan syarat minimal dari r table, sehingga seluruh pertanyaan dianggap valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil pada r hitung variabel Y (Perilaku Imitasi Gamers Dalam Meningkatkan Skill Mereka) lebih besar dari 0,361 yang merupakan syarat minimal dari r table, sehingga seluruh pertanyaan dianggap valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

3.12.2 Reliabilitas

Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, meski dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang dengen menggunakan alat pengukur yang sama. (Sofiyah Siregar, 2011:87)

Salah satu metode pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan metode *alpha Cronbach*. metode *alpha Cronbach* yang digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang tidak mempunyai pilihan ‘benar’ atau ‘salah’ maupun ‘ya’ atau tidak tetapi digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. . (Sofiyah Siregar, 2011:56)

Standar yang digunakan dalam menentukan reliabilitas atau tidaknya suatu instrument penelitian umumnya adalah perbandingan antara nilai hitung dengan nilai *table* pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat signifikansi 5% nilai hitung diwakili oleh nilai *alpha*, apabila nilai *alpha* hitung lebih besar dari pada nilai *table* dan nilai *alpha* hitung bernilai positif, maka suatu instrument dapat disebut reliabel. (Sarjono & Julianita, 2011:35)

Tabel 3. 5 Tingkat Reliabilitas

Alpa	Tingkat Reliabilitas
0,0-0,20	Kurang Reliabel
>0,20-0,40	Agak Reliabel
>0,40-0,60	Cukup Reliabel
>0,60-0,80	Reliabel
>0,80-1,00	Sangat Reliabel

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Magic Chess merupakan salah satu mode Arcade yang ada di *Mobile Legends*. Game ini menggunakan arena pertempuran papan catur dengan ukuran 6×7 .

Pemain akan melawan 7 pemain lainnya untuk bertahan sampai akhir pertandingan. Combo terbaik akan sangat membantu kamu memenangkan pertandingan.

Game bergenre *auto battler* ini menggunakan papan catur dan juga *hero* yang ada dari game MLBB. Layaknya game *auto battler* lainnya, Magic Chess juga mengutamakan kombinasi, strategi, dan keberuntungan agar bisa membuat *combo* terbaik.

Combo terbaik dalam game Magic Chess menentukan kemenangan dalam sebuah pertandingan.

4.1.1 Tentang Games *Magic Chess*

Genre *auto battler* memang memiliki magnet tersendiri untuk para *gamer*. Bagaimana tidak? Moonton akhirnya secara resmi melahirkan *Magic Chess* dari game populernya *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB).

Bermula dari sebuah *mini game* dari judul *eSports* populer Dota 2, kini berbagai *developer* sudah berbondong-bondong mengikuti tren ini. Sebut saja judul-judul populer, seperti Chess Rush, Auto Chess, Dota Underlords, Teamfight Tactics, dan masih banyak lagi; kehadiran mereka cukup digemari!

Melihat tren ini, Moonton pun tidak mau kalah ketinggalan pasar yang menantikan kehadiran *auto battler* versi MLBB. Oleh sebab itu, pada 24 Januari 2020, Magic Chess resmi bisa diakses dari mode Arcade di dalam MLBB.

Bergenre *auto battler*, permainan ini menggunakan semesta dan juga *asset* yang ada dari gim MLBB. Layaknya judul *auto battler* lainnya, Magic Chess juga mengutamakan kombinasi serta strategi untuk memaksimalkan bidak *hero* yang dimiliki.

Magic Chess menggunakan arena pertempuran berbentuk kotak-kotak seperti papan catur namun dengan ukuran 6×7 . Di awal permainan, kamu akan berhadapan dengan 7 pemain lainnya dimana sang pemenang akan didapat dari pemain yang mampu bertahan paling lama hingga akhir, sembari menyusun formasi *hero* mengandalkan efek-efek sinergi yang ada.

Di awal permainan, kamu akan diberikan 3 *hero starter* secara acak melalui bola pilihan bernomor di awal permainan. Fase ini dinamakan *Choice of Fate*. Selanjutnya kita juga akan membahas apa itu Fate Box dalam Magic Chess.

Kemudian kamu akan mulai menghadapi *wave* berisikan *creep* atau yang dikenal dalam Magic Chess sebagai *Sanctuary Guardian*. Selain melawan pemain lain, di tengah-tengah permainan kamu juga bisa menghadapi babak melawan *creep*.

Di setiap pertandingan, besarnya *damage* yang dihasilkan ke *commander* (mengurangi HP lawan) dihitung dari level (bintang) serta efek kombinasi dan sinergi antar *hero* di dalam *deck* permainan.

4.1.2 Tujuan Games Magic Chess

Kami percaya pada kekuatan transformatif teknologi dan ingin mengubah dunia *esport* menjadi lebih baik dengan menyediakan *games magic chess* untuk menghubungkan pemain satu dengan pemain yang lainnya (online).

4.2 Hasil Penelitian

Pada sub bab ini menjelaskan hasil dari penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisis kuantitatif, dengan pengolahan data statistik yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan hubungan antara variabel bebas yaitu Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemes dengan variabel terikat yaitu Imitasi *gamers* bermain *magic chess*

Pada penelitian ini peneliti menggunakan 273 sampel yang diambil dari *subscribers* akun Youtuber Bassklemens. Jumlah kuesioner dalam penelitian ini sebanyak 33 pernyataan yaitu 17 pernyataan variabel X dan 16 pernyataan variabel Y.

4.2.1 Analisis Data

4.2.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada penelitian ini, peneliti telah melakukan uji validitas dan reliabilitas kepada 30 responden untuk mendapatkan hasil pernyataan yang valid maupun reliabel, pernyataan tersebut berjumlah 33 pernyataan, dengan 18 pernyataan untuk Variabel X, dan 15 pernyataan untuk Variabel Y. Untuk menentukan pernyataan tersebut valid atau tidak, maka peneliti menentukan nilai besar batas validitas:

$$df = 30$$

Dengan nilai r-tabel pada taraf signifikan 5% untuk N=30 adalah 0,361.

Dengan demikian dasar pengambilan keputusan pada uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r_{tabel} < 0,361$ (r_{hitung}), maka butir atau pernyataan tersebut tidak valid.
- b. Jika $r_{tabel} > 0,361$ (r_{hitung}), maka butir atau pernyataan tersebut valid

Tabel 4.1 Kesimpulan Uji Validitas Variabel X dan Y

NO	Pernyataan	Nilai $-r_{hitung}$	Nilai $-r_{tabel}$	Kesimpulan
1	Saya menonton lebih dari satu kali dalam satu video milik Bassklemens	0,492	0,361	Valid
2	Saya hanya menonton kurang dari 3 video dalam akun Bassklemens	0,251	0,361	Tidak valid
3	Saya selalu menonton video terbaru dari akun Bassklemens	0,608	0,361	Valid
4	Saya mengerti tentang konten Magic Chess pada akun Bassklemens	0,401	0,361	Valid
5	Saya mempelajari cara bermain Magic Chess dari akun Bassklemens	0,420	0,361	Valid
6	Saya mengerti bagaimana cara bermain Magic Chess yang benar dari akun Bassklemens	0,468	0,361	Valid
7	Saya mengetahui permainan Magic Chess dari akun Bassklemens	0,029	0,361	Tidak valid

8	Saya menyukai semua konten pada akun Bassklemens	0,291	0,361	Tidak valid
9	Saya mengingat bagaimana cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	0,429	0,361	Valid
10	Saya meniru cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	0,420	0,361	Valid
11	Saya memperhatikan setiap cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	0,278	0,361	Tidak valid
12	Saya mengimplementasikan cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	0,354	0,361	Valid
13	Saya menyukai cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	0,688	0,361	Valid
14	Saya berhasil meniru cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	0,645	0,361	Valid
15	Saya selalu mendapatkan ide terbaru cara bermain Magic Chess dari akun Bassklemens	0,1	0,361	Tidak valid
16	Saya selalu menunggu cara terbaru bermain Magic Chess pada akun Bassklemens	0,330	0,361	Tidak valid
17	Saya selalu mencari trik lain bermain Magic Chess dari akun Bassklemens	0,373	0,361	Valid
18	Saya selalu berhasil memenangkan undian (gatcha) dari akun Bassklemens	0,119	0,361	Tidak valid
19	Saya selalu ingin bermain Magic Chess karena konten akun Bassklemens	0,637	0,361	Valid
20	Saya selalu ingin belajar trik baru bermain Magic Chess karena konten akun Bassklemens	0,618	0,361	Valid
21	Saya merekomendasikan akun Bassklemens kepada keluarga saya yang bermain Magic Chess	0,630	0,361	Valid
22	Saya merekomendasikan akun Bassklemens kepada teman saya yang bermain Magic Chess	0,683	0,361	Valid
23	Saya menjadikan konten Bassklemens sebagai acuan saya bermain Magic Chess	0,622	0,361	Valid
24	Saya senang ketika meniru cara bermain Magic Chess dari akun Bassklemens	0,522	0,361	Valid
25	Saya menyukai konten Magic Chess pada akun Bassklemens	0,273	0,361	Tidak valid
26	Saya merasa puas ketika berhasil meniru cara bermain Magic Chess dari akun Bassklemens	0,354	0,361	Tidak valid
27	Saya merasa senang ketika bermain Magic Chess	0,460	0,361	Valid
28	Saya merasa istimewa ketika saya berhasil memenangkan game Magic Chess	0,296	0,361	Tidak valid

29	Setiap bulan, saya melakukan top-up Magic Chess pass untuk mendapatkan koleksi terbaru	0,929	0,361	Valid
30	Saya selalu membeli commander (karakter) Magic Chess terbaru	0,1	0,361	Tidak valid
31	Saya selalu update mengenai items terbaru dari Magic Chess	0,364	0,361	Valid
32	Saya selalu update mengenai commander (karakter) Magic Chess	0,360	0,361	Tidak valid
33	Saya selalu bermain bersama (mabar) pemilik akun Magic Chess lain secara online	0,406	0,361	Valid

Sumber: Data Hasil SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 4.1 di atas menunjukkan terdapat 18 pernyataan untuk Variabel X, dan 15 pernyataan untuk Variabel Y. Yang mana dijelaskan bahwa terdapat 12 butir pernyataan yang **Tidak Valid** dikarenakan r -hitung $<0,361$ (nilai r -tabel *Product Moment*). Dan 21 butir pernyataan dinyatakan **Valid**, dikarenakan r -hitung $>0,361$ (nilai r -tabel *Product Moment*).

Setelah mendapatkan hasil validitas dari kuesioner di atas, peneliti menganalisa hasil reliabilitas dari kuesioner tersebut dengan metode *Cronbach Alpha*, dimana suatu pernyataan dikatakan reliable jika *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6.

Hasil *Reliability Statistic* Kuesioner Variabel (X) Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemes:

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,751	17

Sumber Data: Hasil SPSS Ver 21

Hasil *Reliability Statistic* Kuesioner Variabel (Y) Imitasi *gamers* dalam meningkatkan kemampuan bermain *magic chess*.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,760	16

Sumber Data: Hasil SPSS Ver 25

Tabel 4.2 Kesimpulan Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Kesimpulan
1	Konten <i>Creator Games</i> Pada Akun Youtube Bassklemes	0,751	0,60	Reliabel
2	Imitasi <i>gamers</i> dalam meningkatkan kemampuan bermain <i>magic chess</i>	0,760	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil tabel 4.2 di atas, menunjukkan bahwa variabel (X) Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemes dan variabel (Y) Imitasi *gamers* dalam meningkatkan kemampuan bermain *magic chess* dalam penelitian ini memiliki masing-masing nilai *Cronbach's Alpha* >0,60 yang berarti kuesioner pada penelitian ini dikatakan *reliable*.

4.2.2 Analisis Frekuensi Data Responden

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan pada *subscribers* akun Youtube Bassklemens, dimana bertujuan untuk mendapatkan gambaran identitas responden dalam penelitian ini. Sehingga identitas responden dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga kelompok yaitu jenis kelamin, usia responden, dan pekerjaan responden.

4.2.2.1 Jenis Kelamin

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	194	71
Perempuan	79	29
Total	273	100

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 79 responden (29 %) dan 194 responden laki-laki (71 %) dengan total keseluruhan responden berjumlah 273 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini didominasi oleh responden berjenis kelamin laki-laki.

4.2.2.2 Usia Responden

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
16 – 20 Tahun	82	29,9%
21 – 25 Tahun	189	69,4%
26 – 30 Tahun	0	0%
31-35 Tahun	2	0,7%
Jumlah	273	100

Berdasarkan hasil tabel 4.4 di atas, diketahui bahwa responden berusia 16 – 20 tahun berjumlah 82 responden (29,9%), berusia 21 – 25 tahun berjumlah 189 responden (69,4%), 26 – 30 tahun berjumlah 0 responden (0%), dan berusia 31 – 35 tahun berjumlah 2 responden (0,7 %). Dengan usia termuda responden yaitu 16 tahun dan tertua yaitu 34 tahun.

4.2.2.3 Pekerjaan Responden

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pegawai/Karyawan	19	7
Wirasawasta/Wirausaha	6	2.20
Freelancer	6	2.20
Mahasiswa/Mahasiswi	198	72,79
Pelajar	43	15,44
Pengangguran	1	0.37
Total	273	100

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas dari responden penelitian ini adalah Mahasiswa/i yaitu sebanyak 198 responden (72,79%), dan disusul oleh pelajar sebanyak 43 responden (15,44%), serta yang terendah adalah belum bekerja (*fresh graduate*) sebanyak 1 responden (0,37%).

4.2.3 Analisis Frekuensi Responden

4.2.3.1 Variabel Bebas Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemens

Tabel 4.6 Saya menonton lebih dari satu kali dalam satu video milik Bassklemens

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	2.0	3.7	3.7
	2	11	2.2	4.0	7.7
	3	25	5.0	9.2	16.9
	4	135	26.7	49.6	66.5
	5	92	18.0	33.5	100.0
	Total	273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
	Total	505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat dilihat bahwa terdapat 10 responden (2,0%) menjawab sangat tidak setuju, 11 responden (2,2%) menjawab tidak setuju, 25 responden (5,0%) menjawab ragu – ragu, 135 responden (26,7%) menjawab setuju, 91 responden (18,0%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.7 Saya selalu menonton video terbaru dari akun

Bassklemens

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	2.4	4.4	4.4
	2	18	3.6	6.6	11.0
	3	32	6.3	11.8	22.8
	4	152	30.1	55.9	78.7
	5	59	11.5	21.3	100.0
Total		273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
Total		505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa terdapat 12 responden (2,4%) menjawab sangat tidak setuju, 18 responden (3,6%) menjawab tidak setuju, 32 responden (6,3%) menjawab ragu – ragu, 152 responden (30,1%) menjawab setuju, 58 responden (11,5%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.8 Saya mengerti tentang konten Magic Chess pada akun Bassklemens

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	2.0	3.7	3.7
	2	10	2.0	3.7	7.4
	3	27	5.3	9.9	17.3
	4	167	33.1	61.4	78.7
	5	59	11.5	21.3	100.0
	Total	273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
	Total	505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa terdapat 10 responden (2,0%) menjawab sangat tidak setuju, 10 responden (2,0%) menjawab tidak setuju, 27 responden (5,3%) menjawab ragu – ragu, 167 responden (33,1%) menjawab setuju, 58 responden (11,5%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.9 Saya mempelajari cara bermain Magic Chess dari akun Bassklemens

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	2.0	3.7	3.7
	2	13	2.4	4.4	8.1
	3	34	6.7	12.5	20.6
	4	147	29.1	54.0	74.6
	5	69	13.7	25.4	100.0
	Total	273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
	Total	505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat dilihat bahwa terdapat 10 responden (2,0%) menjawab sangat tidak setuju, 12 responden (2,4%) menjawab tidak setuju, 34 responden (6,7%) menjawab ragu – ragu, 147 responden (29,1%) menjawab setuju, 69 responden (13,7%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.10 Saya mengerti bagaimana cara bermain Magic Chess yang benar dari akun Bassklemens

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	2.0	3.7	3.7
	2	16	3.0	5.5	9.2
	3	36	7.1	13.2	22.4
	4	105	20.8	38.6	61.0
	5	106	21.0	39.0	100.0
	Total	273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
	Total	505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat dilihat bahwa terdapat 10 responden (2,0%) menjawab sangat tidak setuju, 15 responden (3,0%) menjawab tidak setuju, 36 responden (7,1%) menjawab ragu – ragu, 105 responden (20,8%) menjawab setuju, 106 responden (21,0%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.11 Saya mengingat bagaimana cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	2.0	3.7	3.7
	2	13	2.6	4.8	8.5
	3	39	7.7	14.3	22.8
	4	146	28.9	53.7	76.5
	5	65	12.7	23.5	100.0
	Total	273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
	Total	505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat dilihat bahwa terdapat 10 responden (2,0%) menjawab sangat tidak setuju, 13 responden (2,6%) menjawab tidak setuju, 39 responden (7,7%) menjawab ragu – ragu, 146 responden (28,9%) menjawab setuju, 64 responden (12,7%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.12 Saya meniru cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	2.0	3.7	3.7
	2	13	2.6	4.8	8.5
	3	47	9.3	17.3	25.7
	4	135	26.7	49.6	75.4
	5	68	13.3	24.6	100.0
	Total	273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
	Total	505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat dilihat bahwa terdapat 10 responden (2,0%) menjawab sangat tidak setuju, 13 responden (2,6%) menjawab tidak setuju, 47 responden (9,3%) menjawab ragu – ragu, 135 responden (26,7%) menjawab setuju, 67 responden (13,3%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.13 Saya mengimplementasikan cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	2.2	4.0	4.0
	2	14	2.8	5.1	9.2
	3	48	9.5	17.6	26.8
	4	126	25.0	46.3	73.2
	5	74	14.5	26.8	100.0
	Total	273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
	Total	505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat dilihat bahwa terdapat 11 responden (2,2%) menjawab sangat tidak setuju, 14 responden (2,8%) menjawab tidak setuju, 48 responden (9,5%) menjawab ragu – ragu, 126 responden (25,0%) menjawab setuju, 73 responden (14,5%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.14 Saya menyukai cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	2.4	4.4	4.4
	2	11	2.2	4.0	8.5
	3	41	8.1	15.1	23.5
	4	113	22.4	41.5	65.1
	5	96	18.8	34.9	100.0
	Total	273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
	Total	505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat dilihat bahwa terdapat 12 responden (2,4%) menjawab sangat tidak setuju, 11 responden (2,2%) menjawab tidak setuju, 41 responden (8,1%) menjawab ragu – ragu, 113 responden (22,4%) menjawab setuju, 95 responden (18,8%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.15 Saya berhasil meniru cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	2.0	3.7	3.7
	2	15	3.0	5.5	9.2
	3	44	8.7	16.2	25.4
	4	135	26.5	49.3	74.6
	5	69	13.7	25.4	100.0
	Total	273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
	Total	505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.15 dapat dilihat bahwa terdapat 10 responden (2,0%) menjawab sangat tidak setuju, 15 responden (3,0%) menjawab tidak setuju, 44 responden (8,7%) menjawab ragu – ragu, 134 responden (26,5%) menjawab setuju, 69 responden (13,7%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.16 Saya selalu mencari trik lain bermain Magic Chess dari akun Bassklemens

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	2.2	4.0	4.0
	2	18	3.6	6.6	10.7
	3	48	9.5	17.6	28.3
	4	131	25.9	48.2	76.5
	5	65	12.7	23.5	100.0
	Total	273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
	Total	505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat dilihat bahwa terdapat 11 responden (2,2%) menjawab sangat tidak setuju, 18 responden (3,6%) menjawab tidak setuju, 48 responden (9,5%) menjawab ragu – ragu, 131 responden (25,9%) menjawab setuju, 64 responden (12,7%) menjawab sangat setuju.

4.2.3.2 Variabel Terikat Imitasi Gamers Dalam Meningkatkan Kemampuan Bermain Magic Chess

Tabel 4.17 Saya selalu ingin bermain Magic Chess karena konten akun Bassklemens

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	16	3.2	5.9	5.9
	2	38	7.5	14.0	19.9
	3	57	11.3	21.0	40.8
	4	103	20.2	37.5	78.3
	5	59	11.7	21.7	100.0
	Total	273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
	Total	505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat dilihat bahwa terdapat 16 responden (3,2%) menjawab sangat tidak setuju, 38 responden (7,5%) menjawab tidak setuju, 57 responden (11,3%) menjawab ragu – ragu, 102 responden (20,2%) menjawab setuju, 59 responden (11,7%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.18 Saya selalu ingin belajar trik baru bermain Magic Chess karena konten akun Bassklemens

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	13	2.6	4.8	4.8
	2	30	5.9	11.0	15.8
	3	38	7.5	14.0	29.8
	4	94	18.4	34.2	64.0
	5	98	19.4	36.0	100.0
	Total	273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
	Total	505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat dilihat bahwa terdapat 13 responden (2,6%) menjawab sangat tidak setuju, 30 responden (5,9%) menjawab tidak setuju, 38 responden (7,5%) menjawab ragu – ragu, 93 responden (18,4%) menjawab setuju, 98 responden (19,4%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.19 Saya merekomendasikan akun Bassklemens kepada keluarga saya yang bermain Magic Chess

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	24	4.8	8.8	8.8
	2	35	6.9	12.9	21.7
	3	37	7.3	13.6	35.3
	4	115	22.8	42.3	77.6
	5	62	12.1	22.4	100.0
Total		273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
Total		505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.19 dapat dilihat bahwa terdapat 24 responden (4,8%) menjawab sangat tidak setuju, 35 responden (6,9%) menjawab tidak setuju, 37 responden (7,3%) menjawab ragu – ragu, 115 responden (22,8%) menjawab setuju, 61 responden (12,1%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.20 Saya merekomendasikan akun Bassklemens kepada teman saya yang bermain Magic Chess

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	19	3.8	7.0	7.0
	2	39	7.7	14.3	21.3
	3	36	7.1	13.2	34.6
	4	100	19.8	36.8	71.3
	5	79	15.4	28.7	100.0
	Total	273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
	Total	505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.20 dapat dilihat bahwa terdapat 19 responden (3,8%) menjawab sangat tidak setuju, 39 responden (7,7%) menjawab tidak setuju, 36 responden (7,1%) menjawab ragu – ragu, 100 responden (19,8%) menjawab setuju, 78 responden (15,4%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.21 Saya menjadikan konten Bassklemens sebagai acuan saya bermain Magic Chess

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	20	4.0	7.4	7.4
	2	41	8.1	15.1	22.4
	3	49	9.7	18.0	40.4
	4	100	19.8	36.8	77.2
	5	63	12.3	22.8	100.0
	Total	273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
	Total	505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.21 dapat dilihat bahwa terdapat 20 responden (4,0%) menjawab sangat tidak setuju, 41 responden (8,1%) menjawab tidak setuju, 49 responden (9,7%) menjawab ragu – ragu, 100 responden (19,8%) menjawab setuju, 62 responden (12,3%) menjawab sangat setuju.

**Tabel 4.22 Saya senang ketika meniru cara bermain Magic Chess
dari aku Bassklemens**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	2.2	4.0	4.0
	2	18	3.6	6.6	10.7
	3	52	10.3	19.1	29.8
	4	126	24.8	46.0	75.7
	5	66	13.1	24.3	100.0
	Total	273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
	Total	505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.22 dapat dilihat bahwa terdapat 11 responden (2,2%) menjawab sangat tidak setuju, 18 responden (3,6%) menjawab tidak setuju, 52 responden (10,3 %) menjawab ragu – ragu, 125 responden (24,8%) menjawab setuju, 66 responden (13,1%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.23 Saya merasa senang ketika bermain Magic Chess

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	13	2.6	4.8	4.8
	2	16	3.2	5.9	10.7
	3	30	5.9	11.0	21.7
	4	100	19.8	36.8	58.5
	5	114	22.4	41.5	100.0
Total		273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
Total		505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.23 dapat dilihat bahwa terdapat 13 responden (2,6%) menjawab sangat tidak setuju, 16 responden (3,2%) menjawab tidak setuju, 30 responden (5,9%) menjawab ragu – ragu, 100 responden (19,8%) menjawab setuju, 113 responden (22,4%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.24 Setiap bulan, saya melakukan top-up Magic Chess pass

untuk mendapatkan koleksi terbaru

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	23	4.6	8.5	8.5
	2	50	9.9	18.4	26.8
	3	34	6.5	12.1	39.0
	4	117	23.2	43.0	82.0
	5	49	9.7	18.0	100.0
Total		273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
Total		505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.24 dapat dilihat bahwa terdapat 23 responden (4,6%) menjawab sangat tidak setuju, 50 responden (9,9%) menjawab tidak setuju, 33

responden (6,5%) menjawab ragu – ragu, 117 responden (23,2%) menjawab setuju, 49 responden (9,7%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.25 Saya selalu update mengenai items terbaru dari Magic Chess

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	14	2.8	5.1	5.1
	2	20	4.0	7.4	12.5
	3	36	7.1	13.2	25.7
	4	130	25.7	47.8	73.5
	5	72	14.3	26.5	100.0
	Total	273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
	Total	505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.25 dapat dilihat bahwa terdapat 14 responden (2,8%) menjawab sangat tidak setuju, 20 responden (4,0%) menjawab tidak setuju, 36 responden (7,1%) menjawab ragu – ragu, 130 responden (25,7%) menjawab setuju, 72 responden (14,3%) menjawab sangat setuju.

Tabel 4.26 Saya selalu bermain bersama (mabar) pemilik akun Magic Chess lain secara online

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	14	2.6	4.8	4.8
	2	16	3.2	5.9	10.7
	3	49	9.7	18.0	28.7
	4	107	21.2	39.3	68.0
	5	87	17.2	32.0	100.0
	Total	273	53.9	100.0	
Missing	System	233	46.1		
	Total	505	100.0		

(sumber: Data Hasil SPSS Ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.26 dapat dilihat bahwa terdapat 13 responden (2,6%) menjawab sangat tidak setuju, 16 responden (3,2%) menjawab tidak setuju, 49 responden (9,7%) menjawab ragu – ragu, 107 responden (21,2%) menjawab setuju, 87 responden (17,2%) menjawab sangat setuju.

4.2.4 Analisis Statistik Inferensial

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas **Pengaruh Konten Creator Games Pada Akun Youtube Bassklemens** terhadap variabel terikat **Imitasi Gamers Dalam Meningkatkan Kemampuan Bermain Magic Chess**. Analisis statistik dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 25 berdasarkan hasil jawaban dari 273 responden, berikut penjabarannya:

4.2.4.1 Uji Korelasi

Tabel 4.27 Korelasi

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.851**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	273	273
Y	Pearson Correlation	.851**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	273	273

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(Sumber : Data Hasil SPSS ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.27 menunjukkan hasil korelasi antara variabel X dan variabel Y:

1. Pearson Correlation menunjukkan nilai r-hitung = 0,273 atau >r-tabel = 0,153

2. Sig. (2-tailed) menunjukkan probabilitasnya 0,00 atau lebih kecil dari taraf signifikansi ($<0,05$) yang artinya bahwa kerelasi antara dua variabel tersebut signifikan.
3. Jumlah Responden (N) = 273

Sehingga hasil dari uji korelasiantara variabel bebas (X) terhadap variabel Y menunjukkan adanya korelasi atau hubungan yang kuat sebesar 0.851 dengan nilai positif.

4.2.4.2 Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi bertujuan untuk melihat nilai hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh anatara variabel X dan Y.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji regresi ini adalah :

1. Jika nilai signifikan $<0,05$ maka hipotesis diterima artinya variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai signifikan $>0,05$ maka hipotesis ditolak artinya variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 4.28 Koefisien^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	.666	1.544	.432	.666
	X	1.026	.038		

a. Dependent Variable: Y

(sumber: Data Hasil SPSS ver 25)

Berdasarkan hasil tabel 4.28 dapat dilihat bahwa nilai konstan sebesar 0,666 dan nilai regresi sebesar 1,026. Persamaan Regresi Linier Sederhana dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Keterangan :

Y = Nilai yang diprediksikan

a = Konstanta

b = koefisien regresi

X = Nilai variabel independen

Dari data pada Tabel 4.32 memperoleh hasil regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,666 + 1,026 X$$

Hasil persamaan regresi tersebut memiliki arti bahwa nilai variabel Y dipengaruhi oleh nilai variabel X , dijelaskan secara rinci pada penjelasan berikut :

- Konstanta sebesar 0,666 berarti apabila variabel X bernilai 0, maka nilai Y sebesar nilai konstanta yaitu 0,666.
- Nilai koefisien regresi X adalah 1,026 dan bertanda positif, menunjukkan variabel X mempunyai hubungan yang searah dengan Y . Menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% nilai X , maka variabel Y akan bertambah sebesar 1,026.
- Nilai signifikan sebesar 0,000 yang dimana berarti $0,000 < 0,005$ maka hipotesis diterima artinya variabel X berpengaruh pada variabel Y

Jika variabel (X) tidak mengalami perubahan, maka variabel (Y) memiliki nilai 0,666 dan apabila X mengalami kenaikan 1 satuan, maka variabel Y memiliki peningkatan nilai sebesar 1,026. Hal tersebut memiliki arti bahwa terdapat pengaruh positif antara kedua variabel tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa H^a diterima dan H^o ditolak, dimana X memiliki pengaruh positif terhadap Y .

4.2.4.3 Uji Anova

Tabel 4.29 ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	20033.761	1	20033.761	711.294	.000 ^b
Residual	7604.618	270	28.165		
Total	27638.379	271			

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

(Sumber : Data Hasil SPSS ver 25)

Berdasarkan Tabel 4.29 dapat dilihat bahwa nilai korelasi uji hipotesis (Anova) pada kolom Sig. menunjukkan angka sebesar 0,000.

Uji hipotesis ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh (X) Terhadap (Y), uji ini dilakukan dengan cara membandingkan P-Value pada kolom *significant* dengan *level of significant*. Penjelasan hal tersebut adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai *P-Value* pada kolom *significant* < *level of significant* berarti terdapat pengaruh positif.
2. Jika nilai *P-Value* pada kolom *significant* > *level of significant* berarti terdapat pengaruh negatif.

Berdasarkan Tabel 4.29 uji Anova, dapat dilihat bahwa pada kolom *significant* menghasilkan nilai sebesar 0,000 sedangkan nilai *level of significant* adalah 0,005 dan hasilnya dapat dilihat sebagai berikut $0,000 < 0,005$. Hal tersebut memiliki arti bahwa terdapat pengaruh positif antara kedua variabel tersebut.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa H^a diterima dan H^o ditolak, dimana variabel X memiliki pengaruh positif terhadap Y.

4.2.4.4 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.30 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.851 ^a	.725	.724	5.307

a. Predictors: (Constant), X

(sumber: Hasil Data SPSS ver 25)

Dari tabel 4.30 dapat dilihat bahwa Nilai R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,725. Nilai R Square 0,725 berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau ‘R’ yaitu $0,851 \times 0,851 = 0,725$. Nilai R Square berguna untuk memberi informasi tentang kontribusi atau sumbangannya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Nilai R Square 0,725 atau sama dengan 72,5% mengandung arti bahwa variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) sebesar 72,5%. Sedangkan sisanya sebesar 27,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti. Semakin nilai R Square mendekati angka 1, maka pengaruh tersebut semakin kuat.

4.3 Pembahasan

Pada penelitian ini peneliti mengambil judul “**Pengaruh Konten Creator Games Pada Akun Youtube Bassklemens Terhadap Imitasi Gamers Bermain Magic Chess (Survey Pada Subscribers Akun Youtube Bassklemens)**”. Peneliti memilih untuk mengambil *Youtuber* (konten kreator) *games magic chess*, karena *Youtuber* merupakan *influencer* yang berpengaruh besar pada *gamers*, dan peneliti ingin mengetahui apakah terdapat Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun *Youtube Bassklemens* Terhadap Imitasi *Gamers* Bermain Magic Chess.

Penelitian ini menggunakan teori Belajar Sosial oleh Albert Bandura. Karena Belajar Sosial merupakan salah satu pengaruh dari timbulnya Imitasi *Gamers* Bermain Magic Chess. Dengan dua hipotesis yaitu, Tidak terdapat pengaruh pengaruh konten *creator games* pada akun *Youtube Bassklemens*

terhadap imitasi *gamers* bermain Magic Chess dan terdapat pengaruh konten *creator games* pada akun Youtube Bassklemens terhadap imitasi *gamers* bermain Magic Chess.

Peneliti menggunakan paradigma *Positivistic*, yang dimana diharapkan mampu menjadi landasan bagi penelitian ini agar tetap objektif, seperti mencari data dan fakta dilapangan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, di sini peneliti dituntut harus bersikap objektif, rasional, dan sistematis. Hal tersebut agar peneliti tidak membuat batasan konsep maupun alat ukur data dengan keinginan peneliti sendiri. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah eksplanasi dengan metode survei, dengan mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*, dimana peneliti menyediakan pernyataan terkait dengan penelitian tersebut untuk dijawab oleh responden. Sebelum disebar ke responden yang terkait dengan penelitian tersebut, peneliti melakukan uji validitas ke 30 orang responden secara acak, hal ini dilakukan agar peneliti mengetahui apakah data yang akan diteliti sudah mencukupi kriteria untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, analisis deskriptif dilakukan agar dapat mengetahui hasil dari variabel X dan variabel Y. Analisis ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan setiap butir pernyataan dengan merujuk pada jumlah skor yang diperoleh pada setiap pernyataan dalam kuesioner yang sudah diolah dalam SPSS versi 21. Peneliti menggunakan skala *likert* dengan menggunakan 5 pilihan jawaban yang terdiri dari Sangat Setuju (nilai 5), Setuju (nilai 4), Ragu-Ragu (nilai 3), Tidak Setuju (nilai 2), Sangat Tidak Setuju (nilai 1).

Penelitian ini dinyatakan reliabel, karena dapat dilihat pada tabel 4.2 bahwa besarnya *Cronbach's Alpha* $>0,60$ yaitu 0,751 dan 0,760 dengan 33 pernyataan. Memiliki arti pernyataan yang disediakan peneliti adalah reliabel karena memenuhi syarat.

Dari hasil kuesioner yang telah disebar peneliti berhasil memperoleh keterangan identitas responden, berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa

penelitian ini didominasi oleh laki-laki dengan 194 responden (71%) berjenis kelamin perempuan, 79 responden (29%) dan total responden pada penelitian ini adalah 273 responden (100%).

Berdasarkan hasil tabel 4.4 di atas, diketahui bahwa responden berusia 16 – 20 tahun berjumlah 82 responden (29,9%), berusia 21 – 25 tahun berjumlah 189 responden (69,4%), 26 – 30 tahun berjumlah 0 responden (0%), dan berusia 31 – 35 tahun berjumlah 2 responden (0,7 %). Dengan usia termuda responden yaitu 16 tahun dan tertua yaitu 34 tahun, Maka total keseluruhan respondennya adalah 273 (100%).

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas dari responden penelitian ini adalah Mahasiswa/i yaitu sebanyak 198 responden (72,79%), dan disusul oleh pelajar sebanyak 43 responden (15,44%), serta yang terendah adalah belum bekerja (*fresh graduate*) sebanyak 1 responden (0,37%).

Dari hasil penelitian yang didapat, bahwa adanya korelasi yang kuat dengan nilai positif antara variabel (X) dengan variabel (Y) dimana nilai r-hitung = 0,273 atau $r-tabel = 0,153$ dengan jumlah responden (N) = 273 yang berarti variabel bebas (X) Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemens berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) Imitasi *Gamers* Bermain Magic Chess.

Dengan hasil dari uji Regresi Linier Sederhana dan uji Anova, terdapat Konstanta sebesar 0,666 berarti apabila variabel X bernilai 0, maka nilai Y sebesar nilai konstanta yaitu 0,666. Nilai koefisien regresi X adalah 1,026 dan bertanda positif, menunjukkan variabel X mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% nilai X, maka variabel Y akan bertambah sebesar 1,026. Dan hipotesis H^a diterima dan H^o ditolak karena nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,005$ yang dimana Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemens mempunyai pengaruh positif Terhadap Imitasi *Gamers* Bermain Magic Chess.

4.3.1 Pengaplikasian Teori

Pengaplikasian teori pada penelitian ini menggunakan teori Belajar Sosial oleh Albert Bandura. Karena di dalam teori tersebut terdapat beberapa komponen,

salah satu pengaruh dari konten kreator yang mendukung terbentuknya sifat imitasi *Gamers* Bermain Magic Chess. Dengan dua hipotesis yaitu, Tidak terdapat pengaruh pengaruh konten *creator games* pada akun Youtube Bassklemens terhadap imitasi *gamers* bermain Magic Chess dan terdapat pengaruh konten *creator games* pada akun Youtube Bassklemens terhadap imitasi *gamers* bermain Magic Chess.

Dan imitasi *gamers* bermain *Magic Chess* dapat terbentuk karena danya faktor pendukung dari pengaruh konten *creator games* pada akun Youtube Bassklemens.

4.3.2 Kelemahan dan Kekurangan Penelitian

Peneliti memiliki kelemahan dan kekurangan pada penelitian ini, yaitu :

1. Waktu penelitian yang terlalu singkat.
2. Kurangnya komunikasi selama penelitian.
3. Kurangnya bimbingan karena jarangnya diadakan bimbingan.
4. Peneliti terpapar gejala Covid-19 sehingga harus istirahat total selama lebih dari 1 minggu.
5. Terbatasnya ruang gerak untuk mencari referensi karena beberapa perpustakaan ditutup.

Adanya kelemahan dan kekurangan pada penelitian ini bukan berarti hasil dari penelitian ini tidak berguna, tetapi hal ini perlu dikemukakan agar publik dapat menyikapi temuan dan analisis penelitian yang sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada saat ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai “**Pengaruh Konten Creator Games Pada Akun Youtube Bassklemens Terhadap Imitasi Gamers Bermain Magic Chess**”. Maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Terdapat korelasi yang kuat dengan nilai positif antara variabel (X) dengan variabel (Y) dimana nilai r -hitung = 0,273 atau $>r$ -tabel = 0,153 dengan jumlah responden (N) = 273 yang berarti variabel bebas (X) Pengaruh Konten *Creator Games* Pada Akun Youtube Bassklemens berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) Imitasi *Gamers* Dalam Meningkatkan Kemampuan Bermain Magic Chess.
2. Dalam uji Regresi Linier Sederhana dan uji Anova, terdapat Konstanta sebesar 0,666 berarti apabila variabel X bernilai 0, maka nilai Y sebesar nilai konstanta yaitu 0,666. Nilai koefisien regresi X adalah 1,026 dan bertanda positif, menunjukkan variabel X mempunyai hubungan yang searah dengan Y. Menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% nilai X, maka variabel Y akan bertambah sebesar 1,026. Dan hipotesis H^a diterima dan H^o ditolak karena nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,005$ yang dimana. **Pengaruh Konten Creator Games Pada Akun Youtube Bassklemens** mempunyai pengaruh positif **Terhadap Imitasi Gamers Bermain Magic Chess**.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memperkaya dan memperluas kajian ilmu komunikasi, khususnya di bidang *broadcast journalism*. Dan tentunya memberi masukan dan mendalami wacana pemikiran mengenai pemahaman *viewers* dari apa yang mereka tonton mengenai Magic Chess.

5.2.2 Saran Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan pedoman bagi konten *creator gaming* yang ingin penontonnya menjadi paham setelah ia menonton kontennya tersebut.

Daftar Pustaka

Buku:

- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2014. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Sera Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Baran, Stanley J. 2016. *Pengantar Komunikasi Masa Melek Media dan Budaya*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Cangara. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi: Edisi Kedua*. Raja Grafindo Persada.
- Dayakisni, Tri dan Hudaniah. 2012. *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Henry, Jenkins. 1992. *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Irianto, Agus. 2007. *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana.
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers.
- McQuail, Dennis. 2009. *Mass Communication Theory*. London: Stage Publication.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, Ruli. 2015. *Media Sosial: perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositeknologi Simbiosa Rekatama Media*.
- Noor, Juliansyah. 2014. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Nurudin. 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Wali Pers.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Pratishti, Wiwien Dinar. 2008. *Psikologi Anak Usia Dini*. Bogor: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Rakhmat, Jalalludin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ruben, Brent, D. dan Lea P. Stewart. 1998. *Communication and Human Behavior*. USA Viacom Company.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Sevilla, Consuelo G, dkk. 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Siregar, Sofiyan. 2011. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Siregar, Sofiyan. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumadiria, Haris. 2014. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Simbiosa Rekatama Media.
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta:Rajawali Pers.
- Vera, Nawiroh. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Renata Pratama Media.
- Werner J dan James W. 2009. *Teori Komunikasi: Sejara, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*. Dialihbahasakan Sugeng Hariyanto. Kencana: Jakarta.

Journal:

- David, Eribka Ruthellia, dkk. 2007. *Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan sikap Mahasiswa*. Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Fahmi, Ryan. 2019. *Pengaruh Bermain Game Online Mobile Legends Terhadap Konten Obrolan Mahasiswa*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Imaslihkah, Sitti, Madu Ratna, dan Vita Ratnasari. 2013. *Analisis Regresi Logistik Ordinal Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Predikat Kelulusan Mahasiswa S1 Di ITS Surabaya*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Mas'udi. 2014. *Pengaruh Komitmen dan Motivasi Berprestasi Terhadap Kinerja Guru SMA Negeri 56 Jakarta*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Mawaddah, Iffah. 2018. *Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Gaming Pada Akun YouTube Reza Oktovian Terhadap Perilaku Imitasi Bahasa Anak*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Raharja, D. Apfia . 2013. *Artikulasi Fanatisme Elf Di Dunia Maya : Studi Dalam Kelompok The Neo Korean Wave Dalam Twiter*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Ristanto , Catur. 2020. *Konsumen Anak (Studi Terhadap Perlindungan Hukum Terhadap Konten Game di YouTube)*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah.
- Sella, Yesi Paradina. 2013. *Analisa Perilaku Imitasi Dikalangan Remaja Setelah menonton Tayangan Drama Seri Korea Di Indosiar*. Samarinda: Universitas Mulawarman.
- Setyawan, Ary, dkk. 2015. *Pengaruh Terpaan Tayangan Televisi Terhadap Sikap Pengguna Pesawat Terbang di Bandara Juanda Surabaya*. Bandung: Universitas Telkom.
- Tampil, Yumira Adriani. 2017. *Analisis Regresi Logistik Untuk Menentukan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) Mahasiswa FMIPA Universitas Sam Ratulangi Manado*. Manado: Universitas Sam Ratulangi.

Internet:

<http://Kumparan.com>

<https://teknisi-blogger.id/combo-magic-chess>

<https://www.gwi.com>

<https://metrotvnews.com>

<https://metrolampungnews.pikiran-rakyat.com>

<https://eprints.umm.ac.id/40615/3/BAB%20II.pdf>

<https://www.wikipedia.org>

Lampiran

Lampiran 1 (Kuesioner)

NO	Pernyataan
1	Saya menonton lebih dari satu kali dalam satu video milik Bassklemens
2	Saya selalu menonton video terbaru dari akun Bassklemens
3	Saya mengerti tentang konten Magic Chess pada akun Bassklemens
4	Saya mempelajari cara bermain Magic Chess dari akun Bassklemens
5	Saya mengerti bagaimana cara bermain Magic Chess yang benar dari akun Bassklemens
6	Saya mengingat bagaimana cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens
7	Saya meniru cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens
8	Saya mengimplementasikan cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens
9	Saya menyukai cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens
10	Saya berhasil meniru cara bermain Magic Chess pada akun Bassklemens
11	Saya selalu mencari trik lain bermain Magic Chess dari akun Bassklemens
12	Saya selalu ingin bermain Magic Chess karena konten akun Bassklemens
13	Saya selalu ingin belajar trik baru bermain Magic Chess karena konten akun Bassklemens
14	Saya merekomendasikan akun Bassklemens kepada keluarga saya yang bermain Magic Chess
15	Saya merekomendasikan akun Bassklemens kepada teman saya yang bermain Magic Chess
16	Saya menjadikan konten Bassklemens sebagai acuan saya bermain Magic Chess
17	Saya senang ketika meniru cara bermain Magic Chess dari aku Bassklemens
18	Saya merasa senang ketika bermain Magic Chess
19	Setiap bulan, saya melakukan top-up Magic Chess pass untuk mendapatkan koleksi terbaru
20	Saya selalu update mengenai items terbaru dari Magic Chess
21	Saya selalu bermain bersama (mabar) pemilik akun Magic Chess lain secara online

Lampiran 2 (Data Responden)

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	194	71
Perempuan	79	29
Total	273	100

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
16 – 20 Tahun	82	29,9%
21 – 25 Tahun	189	69,4%
26 – 30 Tahun	0	0%
31-35 Tahun	2	0,7%
Jumlah	273	100

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pegawai/Karyawan	92	24.2
Wirasawasta/Wirausaha	10	2.6
Konten Kreator	5	1.3
Freelancer	18	4.7
Ibu Rumah Tangga	24	6.3
Mahasiswa	200	52.6
Pelajar	28	7.4
Belum bekerja (fresh graduate)	3	0.8
Total	380	100

Lampiran 3 (Variabel X)

Nilai -r hitung	Nilai -r tabel	Kesimpulan
0,492	0,361	Valid
0,608	0,361	Valid
0,401	0,361	Valid
0,420	0,361	Valid
0,468	0,361	Valid
0,429	0,361	Valid
0,420	0,361	Valid
0,354	0,361	Valid
0,688	0,361	Valid
0,645	0,361	Valid
0,373	0,361	Valid

Lampiran 4 (Variabel Y)

Nilai -r hitung	Nilai -r tabel	Kesimpulan
0,637	0,361	Valid
0,618	0,361	Valid
0,630	0,361	Valid
0,683	0,361	Valid
0,622	0,361	Valid
0,522	0,361	Valid
0,460	0,361	Valid
0,929	0,361	Valid
0,364	0,361	Valid
0,406	0,361	Valid