

PEMANFAATAN GAME MOBILE LEGENDS SEBAGAI MEDIA INTERAKSI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MULAWARMAN

Robby Candra¹, Harry Isra Muhammad²

Abstrak

Perkembangan media digital telah mengubah pola interaksi manusia, terutama dalam komunikasi berbasis teknologi. Game daring kini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai ruang sosial virtual yang interaktif, dan Mobile Legends menjadi salah satu platform populer di kalangan mahasiswa sebagai media komunikasi dan pembentukan hubungan sosial. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pemanfaatan Mobile Legends sebagai media interaksi sosial pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman melalui perspektif Uses and Gratifications 2.0. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi terstruktur, observasi partisipatif, dan dokumentasi terhadap informan yang dipilih secara purposive sampling, yaitu mahasiswa aktif pengguna Mobile Legends yang memiliki pengalaman sabar (main bareng). Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan member check.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mobile Legends berperan signifikan sebagai media interaksi sosial melalui empat dimensi gratifikasi: modality, agency, interactivity, dan navigability. Fitur voice chat dan koordinasi tim memungkinkan komunikasi real-time yang efektif, sementara aktivitas sabar mendorong kerja sama, solidaritas, dan kedekatan emosional. Pemain juga memperoleh gratifikasi berupa rasa kebersamaan, pengakuan sosial, dan kepuasan emosional yang berbeda pada konteks in-group maupun out-group. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Mobile Legends berfungsi sebagai media komunikasi yang mampu memenuhi kebutuhan sosial mahasiswa serta memperkuat relevansi teori Uses and Gratifications 2.0 dalam konteks media interaktif kontemporer.

Kata Kunci: Mobile Legends, interaksi sosial, komunikasi digital, Uses and Gratifications 2.0, mahasiswa

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: robbychanndra@gmail.com

² Dosen Pembimbing dan Staf Pengajar Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

Pendahuluan

Latar Belakang

Pertumbuhan game daring di Indonesia dalam sepuluh tahun terakhir mengalami kenaikan yang sangat tinggi, sejalan dengan meningkatnya akses masyarakat terhadap internet. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024) menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 221 juta jiwa, sementara laporan DataReportal (2025) mencatat jumlah perangkat yang terhubung telah melampaui 370 juta unit. Kondisi tersebut menjadikan mahasiswa sebagai kelompok pengguna yang sangat aktif dalam memanfaatkan teknologi digital, tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai medium interaksi sosial dan sarana membangun relasi. Hal ini tercermin dari berkembangnya komunitas gaming di lingkungan kampus, maraknya turnamen e-sports antar perguruan tinggi, serta munculnya berbagai forum diskusi daring. Temuan Akbar (2025) menegaskan bahwa komunitas e-sports kampus berfungsi sebagai ruang interaksi sosial, pembentukan identitas digital, serta wadah partisipasi kompetitif bagi mahasiswa.

Mobile Legends: Bang Bang (MLBB) merupakan game mobile bergenre Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) dengan tingkat popularitas sangat tinggi di Indonesia, khususnya di kalangan mahasiswa. Berdasarkan informasi resmi Moonton (2025), game ini telah mencatatkan lebih dari 1 miliar unduhan dengan jumlah pemain aktif harian dalam skala jutaan. Sebagai game MOBA, MLBB menuntut pemain bekerja sama dalam tim yang terdiri dari lima orang untuk mencapai tujuan strategis tertentu. Kombinasi antara strategi real-time, koordinasi tim yang intens, serta kemampuan individu menciptakan dinamika permainan yang kompetitif dan mendorong keterlibatan pemain secara aktif dan berkelanjutan (Suryanto & Nugroho, 2023). Karakteristik inilah yang menjadikan MLBB menarik dikaji dalam konteks komunikasi mahasiswa karena permainan berlangsung secara real-time dan membutuhkan interaksi intensif antarpemain.

Relevansi MLBB sebagai ruang interaksi digital semakin nyata ketika mahasiswa memanfaatkan game ini bukan sekadar sarana hiburan, tetapi juga medium untuk membangun dan memperluas jejaring sosial. Fitur komunikasi yang tersedia, seperti voice chat, pesan teks, dan quick messages, memungkinkan pemain berinteraksi secara efektif dalam menyusun strategi serta menyesuaikan pola permainan tim. Interaksi yang berlangsung selama permainan kemudian berkembang menjadi hubungan sosial yang lebih berkelanjutan di luar konteks game, seperti diskusi strategi lanjutan, pembentukan tim tetap, hingga keterlibatan dalam komunitas gaming yang lebih luas. Fenomena ini menunjukkan bahwa MLBB berfungsi sebagai ruang sosial digital yang memungkinkan mahasiswa mengembangkan identitas digital, memperluas jaringan sosial, serta memperkuat rasa kebersamaan dalam lingkungan kampus yang semakin terdigitalisasi.

Sejumlah kajian terdahulu telah menyoroti penggunaan MLBB dalam konteks komunikasi mahasiswa. Bagaskoro dan Triyono (2024) menunjukkan bahwa gaya komunikasi influencer MLBB berdampak signifikan terhadap cara

mahasiswa berkomunikasi, baik di dalam game maupun kehidupan sehari-hari. Firdaus dan Thamrin (2023) membuktikan bahwa MLBB berpengaruh terhadap interaksi sosial mahasiswa, khususnya dalam pembentukan relasi dan komunitas melalui aktivitas المبار. Di sisi lain, Sinaga dkk. (2024) mengungkapkan bahwa kecanduan bermain MLBB dapat memengaruhi etika komunikasi mahasiswa, sedangkan Pambunan dan Purwanti (2025) menyoroti dampak intensitas bermain terhadap komunikasi intrapersonal. Meskipun demikian, kajian yang secara khusus menggunakan perspektif Uses and Gratifications 2.0 untuk memahami interaksi mahasiswa masih terbatas. Sebagian besar penelitian lebih menyoroti aspek perilaku atau etika, bukan pada motif, gratifikasi, dan pengalaman subjektif mahasiswa ketika berinteraksi melalui MLBB.

Universitas Mulawarman dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki dinamika aktivitas mahasiswa yang menunjukkan integrasi kuat antara budaya digital dan interaksi sosial berbasis teknologi. Hal ini terlihat dari penyelenggaraan FISIP E-Sport Tournament oleh UKM Olahraga FISIP Universitas Mulawarman pada tahun 2026, kompetisi Mobile Legends ISC 2025 oleh Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi (INFORSA, 2025), serta partisipasi mahasiswa dalam ajang seperti Rektor Cup dan Student Warchief Championship (ANTARA, 2021). Adapun Program Studi Ilmu Komunikasi dipilih karena kesesuaian karakteristik keilmuannya dengan fokus kajian interaksi, komunikasi interpersonal, dan dinamika media digital, sehingga informan mampu merefleksikan pengalaman interaksinya secara kritis dan mendalam.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana pemanfaatan *Game Mobile Legends* sebagai media interaksi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman?”

Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemanfaatan *Game Mobile Legends* sebagai media interaksi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman.

Kerangka Dasar Teori

Teori Uses and Gratifications 2.0

Teori Uses and Gratifications (U&G) awal berangkat dari pandangan bahwa audiens merupakan individu aktif yang secara sadar menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Katz, Blumler, dan Gurevitch (1974) menjelaskan bahwa pengguna memilih media berdasarkan motif personal, sosial, dan psikologis untuk memperoleh gratifikasi seperti informasi, hiburan, identitas personal, hubungan sosial, hingga pelarian dari rutinitas. Munculnya media digital interaktif kemudian mengubah cara individu berinteraksi dengan media karena media kini menyediakan fitur interactivity, customization, dan connectivity.

Menanggapi perubahan tersebut, Sundar dan Limperos (2013) mengembangkan konsep Uses and Gratifications 2.0 dengan menekankan bahwa gratifikasi tidak hanya berasal dari isi media, tetapi juga dari affordances teknologi, yang dijabarkan ke dalam empat dimensi, yaitu modality, agency, interactivity, dan navigability.

Modality-based gratification merujuk pada kepuasan yang diperoleh dari cara media menyajikan pesan melalui berbagai mode sensorik seperti teks, gambar, audio, video, dan animasi (Sundar, 2000). Kekayaan modality menghasilkan gratifikasi berupa realism dan novelty yang meningkatkan perhatian dan keterlibatan pengguna (Diao & Sundar, 2004). Dalam konteks MLBB, kombinasi visual yang dinamis, efek suara, musik latar, serta antarmuka interaktif memperkaya pengalaman bermain dan memfasilitasi keterlibatan emosional dan kognitif pemain dalam interaksi tim.

Agency-based gratification berkaitan dengan kepuasan yang muncul ketika pengguna memiliki kendali dan peran aktif dalam proses komunikasi media (Sundar & Nass, 2001). Rasa kendali menghasilkan gratifikasi berupa empowerment serta ruang ekspresi diri dan identitas (Stavrositu & Sundar, 2012). Dalam MLBB, agency tercermin melalui peran aktif pemain dalam menentukan strategi, memilih hero, pembagian peran tim, pengambilan keputusan bersama, serta kepemimpinan informal yang muncul selama permainan.

Interactivity-based gratification muncul dari kemampuan media merespons tindakan pengguna secara timbal balik (Rafaeli, 1988). Media yang responsif meningkatkan rasa keterlibatan dan menghasilkan gratifikasi berupa responsiveness dan mutuality (Yoo, 2011). Dalam MLBB, dimensi ini tampak melalui komunikasi real-time antarpemain lewat voice chat dan teks yang menjadi sarana utama membangun kerja sama, menyusun strategi, dan menjaga kohesi tim selama match berlangsung.

Navigability-based gratification berkaitan dengan kepuasan yang diperoleh dari kemudahan menelusuri dan mengakses fitur dalam media digital (Sundar, 2008). Kemudahan navigasi mengurangi beban kognitif dan meningkatkan efisiensi penggunaan media (Kaye & Johnson, 2002). Dalam MLBB, antarmuka yang mudah dipahami memungkinkan pemain lebih fokus pada komunikasi dan koordinasi tim dibandingkan memahami sistem permainan. Melalui keempat dimensi tersebut, U&G 2.0 menjadi kerangka konseptual yang komprehensif untuk memahami game daring sebagai ruang interaksi sosial, pembentukan identitas, dan pemenuhan kebutuhan komunikasi mahasiswa.

Konsep Game Online

Game online merupakan game digital yang dijalankan melalui jaringan internet dan memungkinkan interaksi real-time antarpemain dari berbagai lokasi geografis, sehingga pemain dapat saling berkomunikasi secara simultan dalam satu ruang virtual (Arif, 2022). Teknologi jaringan menjadikan game online tidak hanya sarana hiburan, tetapi juga ruang sosial yang memfasilitasi komunikasi,

kolaborasi, dan pembentukan relasi antarpemain (Firdaus & Thamrin, 2023). Setiap genre menghasilkan pola interaksi yang berbeda. Genre MOBA menekankan kerja sama intens melalui chat atau voice chat untuk mengoordinasikan strategi dan pembagian peran secara cepat, genre MMO menghadirkan interaksi berskala besar melalui sistem guild dan komunitas, genre RPG berfokus pada kerja sama naratif, sementara FPS dan Battle Royale menuntut komunikasi taktis yang cepat dan situasional (Rachmawati, 2023). Karakteristik kolaboratif MOBA yang menuntut komunikasi strategis berkelanjutan menjadikan MLBB sangat relevan dikaji dalam perspektif komunikasi digital di kalangan mahasiswa.

Konsep E-Sport

E-sport dipahami sebagai praktik bermain game kompetitif berbasis digital yang dijalankan melalui sistem permainan terstruktur, memiliki aturan jelas, serta menekankan aspek kompetisi dan kolaborasi antarpemain (Formosa et al., 2022). Dalam kajian akademik, e-sport tidak hanya diposisikan sebagai aktivitas profesional berskala turnamen, tetapi juga mencakup praktik bermain kompetitif di tingkat non-profesional yang tetap mengandung elemen strategi, performa, dan tujuan tertentu (Tang, 2023). Pendekatan ini menegaskan bahwa e-sport merupakan spektrum aktivitas yang luas, mulai dari ranah profesional hingga pengalaman bermain sehari-hari yang dilakukan oleh pemain biasa. Dalam konteks tersebut, e-sport juga hadir dalam bentuk aktivitas kasual hingga semi-kompetitif yang dikenal dengan istilah main bareng (mabar). Aktivitas mabar memungkinkan pemain berpartisipasi dalam pengalaman kompetitif tanpa keterikatan pada sistem turnamen formal, namun tetap mempertahankan unsur persaingan, kerja sama tim, dan pencapaian target permainan, sehingga dipandang sebagai ruang transisi antara permainan rekreasional dan kompetisi yang lebih terstruktur (Hayday et al., 2023).

Salah satu karakteristik utama mabar sebagai bentuk e-sport non-formal adalah proses pembentukan tim yang bersifat fleksibel dan situasional. Pemain umumnya membentuk tim berdasarkan relasi pertemanan, tingkat keterampilan, atau kesesuaian tujuan bermain, baik untuk meningkatkan peringkat, melatih strategi, maupun sekadar mengisi waktu luang. Studi mengenai praktik e-sport di level grassroots menunjukkan bahwa mekanisme pembentukan tim semacam ini berpengaruh terhadap kohesi kelompok dan efektivitas kerja sama selama permainan berlangsung (Baumann et al., 2024). Selain pembentukan tim, sistem mabar juga ditandai oleh pembagian peran yang mengikuti mekanisme permainan, khususnya pada game bergenre MOBA. Pembagian peran seperti carry, support, dan tank dilakukan berdasarkan kesepakatan tim serta pemahaman pemain terhadap kemampuan masing-masing (Wicaksana, 2022). Pembagian peran ini tidak hanya memudahkan koordinasi permainan, tetapi juga mencerminkan bentuk organisasi kerja yang menyerupai struktur tim e-sport profesional dalam skala yang lebih sederhana (Saiz-Alvarez et al., 2021).

Koordinasi strategi dan komunikasi real-time menjadi elemen penting lainnya dalam praktik e-sport. Pemain dituntut saling bertukar informasi secara cepat dan akurat melalui fitur komunikasi dalam game, seperti voice chat atau sinyal visual, guna menentukan langkah taktis selama pertandingan (Gani, 2024). Penelitian mengenai komunikasi tim e-sport bahkan menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi sering menjadi faktor penentu keberhasilan tim yang melebihi kemampuan individual pemain (Wicaksana, 2022). MLBB sebagai salah satu game e-sport populer memfasilitasi praktik tersebut melalui sistem matchmaking tim 5v5, fitur pertemanan, serta mekanisme komunikasi dalam game, baik pada mode ranked maupun non-ranked. Dalam kerangka Uses and Gratifications 2.0, keterlibatan dalam pembentukan tim, pembagian peran, koordinasi strategi, dan komunikasi real-time menunjukkan bahwa pengalaman e-sport dimaknai sesuai tujuan dan kebutuhan personal maupun sosial pemain, sehingga merepresentasikan pengalaman e-sport grassroots yang relevan dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa di luar ranah turnamen profesional (Hayday et al., 2023).

Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dalam kerangka paradigma naturalistik dengan jenis fenomenologi, karena berorientasi pada pemahaman pengalaman subjektif individu terhadap suatu fenomena sebagaimana dialami dan dimaknai langsung oleh subjek penelitian (Sugiyono, 2019). Fokus penelitian diarahkan untuk menelaah bagaimana mahasiswa memanfaatkan Mobile Legends guna memenuhi kebutuhan interaksi sosial melalui perspektif Uses and Gratifications 2.0, mencakup motivasi bermain, bentuk gratifikasi sosial yang diperoleh, serta proses kolaboratif seperti kerja sama tim, penyusunan strategi, dan praktik mabar. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman berusia 19 sampai 23 tahun, pengguna aktif Mobile Legends, rutin melakukan mabar bersama teman sekelas atau seangkatan, memanfaatkan fitur komunikasi dalam game, serta memiliki pengalaman interaksi sosial yang terbentuk melalui aktivitas mabar.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi terstruktur, observasi partisipatif terhadap aktivitas mabar dan komunikasi tim, serta dokumentasi berupa rekaman chat, voice note, dan tangkapan layar permainan. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana (2014) yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan, diperkuat dengan strategi constant comparison, analytical memoing, dan peer debriefing. Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan member check sesuai panduan validitas kualitatif Creswell dan Sugiyono.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Umum

Mobile Legends: Bang Bang merupakan game mobile bergenre MOBA yang dikembangkan oleh Moonton dan dirilis secara global pada tahun 2016. Game ini dirancang sebagai permainan berbasis tim yang melibatkan dua kelompok yang masing-masing terdiri dari lima pemain dengan tujuan menghancurkan basis lawan, sehingga menuntut kerja sama tim yang solid, perencanaan strategi, serta komunikasi yang efektif antaranggota tim (Firdaus & Thamrin, 2023). Di lingkungan Universitas Mulawarman, aktivitas e-sport berbasis MLBB berkembang pesat, ditandai dengan penyelenggaraan FISIP E-Sport Tournament pada 9 sampai 10 Mei 2026, Mobile Legends ISC 2025 oleh Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi, serta prestasi tim mahasiswa dalam berbagai kompetisi seperti Rektor Cup dan Student Warchief Championship (Universitas Mulawarman, 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa MLBB telah menjadi bagian dari kegiatan kemahasiswaan yang terstruktur sekaligus medium interaksi sosial yang intens di lingkungan kampus.

Modality-Based Gratification

Pembaruan MLBB seperti Project NEXT menghadirkan peningkatan kualitas grafis, efek animasi yang lebih detail, spatial audio, serta voice lines karakter yang variatif, sehingga menciptakan pengalaman sensorik yang kaya bagi pemain. Namun, temuan empiris menunjukkan bahwa tidak semua elemen modality memiliki pengaruh yang sama terhadap interaksi. Hal ini ditegaskan oleh Adam yang menyatakan bahwa

“kalau misalnya kita main sama teman yang enggak asik, ya walaupun tampilannya keren juga enggak ngaruh sih. Maksudnya tergantung kita mabar sama siapa. Mau sama orang yang enggak asik, ya tetap saja rasanya biasa saja. Jadi bukan dari tampilan game-nya, tapi dari orangnya juga”.

Sebaliknya, modality yang berkaitan dengan komunikasi justru memiliki peran lebih dominan. Raski menjelaskan bahwa

“fitur voice chat itu ngebantu banget kalau mabar, bisa bantu rotasi, bantu call ke tim buat memenangkan game tersebut. Jadi kita bisa kasih tahu teman harus ke mana, kapan war, kapan mundur, itu penting banget supaya koordinasi tim jalan dengan baik”.

Penegasan serupa disampaikan Dafa bahwa pada tahap kompetitif fitur voice chat sangat berpengaruh karena tanpa komunikasi langsung koordinasi tim tidak dapat berjalan cepat dan strategi tidak maksimal. Temuan ini menunjukkan bahwa modality dalam MLBB memiliki dua fungsi utama. Pertama, sebagai elemen estetika yang meningkatkan kenyamanan bermain namun tidak langsung menentukan kualitas interaksi sosial. Kedua, sebagai sarana komunikasi, terutama melalui fitur audio, yang terbukti menjadi faktor kunci dalam membangun koordinasi, efektivitas tim, dan kedekatan antarpemain. Dengan demikian,

modality yang bersifat fungsional berpengaruh lebih signifikan dibandingkan modality yang bersifat visual semata.

Agency-Based Gratification

Fitur MLBB seperti draft pick, pemilihan hero dan lane, pengaturan emblem serta build item memberikan ruang luas bagi pemain untuk mengembangkan strategi personal dan kontekstual. Dalam kerangka U&G 2.0, kondisi ini memperkuat agency-based gratification karena pemain memiliki otonomi dalam menentukan tindakan dan strategi permainan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa kontrol tersebut tidak digunakan secara individual semata, tetapi selalu mempertimbangkan kebutuhan tim, sebagaimana dijelaskan Adam bahwa

“kalau mabar ya bebas sih, lumayan bebas. Tapi tetap lihat kondisi juga, kalau misalnya tim butuh role tertentu ya kita isi saja. Enggak bisa juga kita egois mau pakai role sendiri terus, apalagi kalau mau menang. Jadi harus menyesuaikan sama teman-teman juga, biar gamenya seimbang”.

Bentuk agency juga tampak dalam peran strategis di dalam tim. Raski menggambarkan kontrol dominan melalui peran kepemimpinan dengan mengatur draft pick serta memberikan call rotasi dan waktu war kepada tim, sedangkan Dafa menunjukkan bentuk agency analitis melalui keterlibatan dalam evaluasi strategi setelah permainan selesai. Temuan ini menunjukkan bahwa agency dalam MLBB tidak hanya berkaitan dengan kontrol personal terhadap permainan, tetapi juga melibatkan proses negosiasi sosial dalam tim. Agency muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari pengambilan keputusan strategis, kepemimpinan, hingga kemampuan beradaptasi, sehingga mencerminkan keseimbangan antara otonomi individu dan koordinasi kolektif (Sundar & Nass, 2001).

Interactivity-Based Gratification

MLBB menyediakan fitur komunikasi real-time berupa voice chat yang terintegrasi dalam game, kontekstual quick chat seperti pesan Attack, Retreat, dan Gather, sistem map ping, serta fitur squad dan friend system yang memungkinkan pemain membangun jaringan sosial berkelanjutan (Moonton, 2025). Dalam perspektif U&G 2.0, kondisi ini menghasilkan gratifikasi berupa responsiveness dan mutuality karena komunikasi berlangsung dua arah dan saling memengaruhi (Sundar & Limperos, 2013). Hasil wawancara menunjukkan bahwa mabar tidak hanya dipahami sebagai aktivitas bermain, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang aktif. Dafa menjelaskan bahwa

“kalau mabar dalam konteks rank biasanya ngobrolnya bercanda saja, tidak selalu serius. Bahkan seringnya malah ngobrolin hal di luar game, kayak kehidupan sekarang, kuliah, aktivitas sehari-hari. Jadi main game itu sambil jadi tempat cerita juga, tidak melulu bahas game saja”.

Pengalaman serupa disampaikan Raski yang menekankan bagaimana interaksi dalam game berkembang menjadi hubungan sosial yang lebih personal:

“awal-awal itu saya di-invite dari teman, terus lama-lama sering main bareng, pakai voice chat, jadi makin dekat. Dari yang awalnya tidak kenal jadi kenal, sampai akhirnya tukaran kontak, bahkan pernah ketemu di luar, nongkrong bareng. Jadi dari game itu bisa jadi hubungan di dunia nyata juga”.

Sementara itu, Ruby menekankan fungsi interaksi sebagai pemicu kedekatan sosial karena mabar memberi alasan untuk terus mengobrol hingga berlanjut ke luar game, terutama bagi teman beda kelas yang jarang bertemu. Ketiga temuan ini menunjukkan bahwa interaktivitas dalam MLBB bersifat dinamis dan secara konsisten mengarah pada pembentukan komunikasi yang intens serta hubungan sosial yang berkelanjutan. Komunikasi real-time tidak hanya mendukung koordinasi teknis, tetapi juga membangun kedekatan interpersonal yang nyata, sehingga memperkuat fungsi MLBB sebagai media sosial digital yang aktif.

Navigability-Based Gratification

Pembaruan antarmuka MLBB menghadirkan desain yang lebih intuitif, minimap yang informatif, serta sistem kontrol yang responsif dan dapat disesuaikan preferensi pemain. Navigabilitas juga diperkuat fitur yang berorientasi pada efisiensi interaksi tim, seperti custom room dengan kode room, lobby system sebagai ruang koordinasi awal, invite squad, spectator mode, serta fitur pre-invite yang memungkinkan pemain tetap berada dalam satu room dan berkomunikasi meskipun anggota lain masih dalam pertandingan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa kemudahan navigasi mendukung kenyamanan sekaligus efektivitas interaksi. Adam menyatakan bahwa menu MLBB cukup sederhana dan ketika ada anggota yang belum paham, teman satu tim dapat menjelaskannya, sehingga adaptasi berlangsung kolektif. Haykal menambahkan bahwa

“lebih gampang sih kalau yang sekarang ya, lebih gampang dipahami. Sama kayak fiturnya kan mudah-mudah sekarang, kayak bisa milih role lagi apa-apa yang lain-lain kan. Kalau dulu kan belum bisa kan? Sekarang tuh fiturnya lebih bagus sih. Jadi kalau mau atur strategi atau pilih mode juga lebih cepat, enggak ribet kayak dulu”.

Mushobir menegaskan bahwa sistem sekarang lebih praktis karena pemain tidak perlu keluar masuk untuk mengganti mode atau mengajak teman karena semua dapat dilakukan dari lobby. Temuan ini memperlihatkan bahwa navigability dalam MLBB tidak hanya berfungsi sebagai kemudahan akses teknis, tetapi juga sebagai mekanisme yang meningkatkan efisiensi interaksi, mempercepat pengambilan keputusan, dan memperkuat koordinasi tim secara terstruktur (Pirolli, 2007).

Analisis Dimensi Uses and Gratifications 2.0 dalam Membentuk Interaksi

Analisis terhadap empat dimensi U&G 2.0 menunjukkan bahwa fitur-fitur MLBB membentuk pola interaksi sosial yang berbeda antara in-group dan out-

group. In-group merujuk pada kelompok dengan kedekatan sosial seperti teman bermain tetap atau squad, sedangkan out-group merujuk pada pemain acak yang dipertemukan melalui matchmaking. Pada in-group, interaksi berlangsung nyaman dan kooperatif, komunikasi lebih cair, didominasi suasana santai dan bercanda, bahkan meluas ke luar game dan mempererat hubungan sosial. Sebaliknya, pada out-group interaksi cenderung situasional dan bergantung pada performa permainan, sehingga komunikasi dapat berubah kompetitif atau memicu emosi negatif ketika terjadi ketidaksesuaian permainan antaranggota tim.

Pada dimensi modality, kesamaan pengalaman sensorik memperkuat koordinasi in-group, sementara dalam konteks out-group modality berkembang menjadi sarana ekspresi simbolik kompetitif, seperti penggunaan emote setelah take down, spam recall, dan tampilan skin kolektor yang menyampaikan pesan dominasi hingga provokasi terhadap lawan (Sundar & Limperos, 2013). Pada dimensi agency, kontrol dimanfaatkan secara kolektif dalam in-group melalui diskusi strategi di lobby dan koordinasi peran, sedangkan dalam out-group agency sering bersifat individual sehingga berpotensi menimbulkan konflik peran (Sundar & Nass, 2001). Dimensi interactivity menjadi aspek paling kompleks karena mencakup interaksi verbal dan nonverbal secara simultan, berfungsi sebagai sarana kerja sama dalam in-group sekaligus alat kompetisi psikologis dalam out-group (Sundar, 2007). Adapun navigability membentuk keberlanjutan interaksi melalui lobby system, kode room, pre-invite, dan spectator mode yang menciptakan ruang sosial stabil, sekaligus mengatur eksposur identitas pemain melalui tampilan loading screen dan efek visual (Sundar, 2008).

Secara keseluruhan, seluruh fitur MLBB menunjukkan bahwa teknologi berperan sebagai medium yang membentuk interaksi sosial. Dalam in-group, fitur memperkuat kohesi, koordinasi, dan keberlanjutan hubungan melalui komunikasi yang intens dan terstruktur. Dalam out-group, fitur yang sama dapat menghasilkan dinamika kompetitif yang melibatkan ekspresi dominasi dan tekanan psikologis terhadap lawan. Gratifikasi yang diperoleh pemain dengan demikian tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga sosial dan emosional, tergantung konteks penggunaannya.

Perbedaan Interaksi Game Mobile Legends dengan Game Lainnya

Hasil wawancara menunjukkan bahwa interaksi dalam MLBB memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan game lain, baik dari kemudahan komunikasi, intensitas interaksi, maupun kedekatan sosial yang terbentuk. Dari segi kemudahan, informan menilai MLBB paling mudah dipahami dan dimainkan dibandingkan game MOBA lain, sehingga pemain dapat langsung berinteraksi tanpa adaptasi panjang. Dari sisi teknis, MLBB memiliki spesifikasi relatif ringan dibandingkan game seperti PUBG Mobile sehingga dapat dijalankan pada berbagai jenis smartphone, kondisi yang membuatnya lebih mudah diakses mahasiswa (Rohmansyah & Poerwandono, 2024). Popularitas MLBB yang tinggi di Indonesia, diperkuat ekosistem kompetisi seperti Mobile Legends Professional

League, turut memunculkan fenomena Fear of Missing Out (FOMO) yang mendorong mahasiswa ikut bermain agar tetap terhubung dengan kelompok pertemanannya (Hidayah dkk., 2023). Dalam kehidupan kampus, MLBB bahkan sering menjadi sarana ice breaking yang efektif dalam proses pengenalan antarmahasiswa.

Interaksi dalam MLBB juga menunjukkan intensitas dan fleksibilitas yang relatif lebih tinggi. Komunikasi antarpemain berlangsung dinamis, mencakup koordinasi strategi terstruktur sekaligus percakapan santai informal, berbeda dengan game seperti Valorant yang mekanisme komunikasinya lebih terbatas melalui fitur push to talk. Aktivitas mabar yang berulang memungkinkan hubungan interpersonal semakin erat dari waktu ke waktu, didukung fitur seperti pre-invite yang menjaga kesinambungan interaksi antarsesi permainan. Selain komunikasi verbal, elemen simbolik seperti skin turut membentuk interaksi karena pemain dengan skin langka cenderung dipersepsikan lebih berpengalaman dan memperoleh penghargaan sosial lebih tinggi (Sonia, 2024). Secara keseluruhan, perbedaan utama MLBB terletak pada kemudahan akses, fleksibilitas komunikasi, intensitas interaksi, serta kemampuannya membangun dan mempertahankan kedekatan sosial antarpemain, sehingga game ini berfungsi sebagai media komunikasi sosial yang efektif di era digital (Sundar & Limperos, 2013).

Kesimpulan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Mobile Legends oleh mahasiswa tidak lagi terbatas pada fungsi hiburan, tetapi telah berkembang menjadi media interaksi sosial yang signifikan. Pola komunikasi yang terbentuk selama bermain bersifat santai, fleksibel, dan melampaui konteks permainan, mencakup koordinasi tim, percakapan personal, hingga diskusi di luar game. Aktivitas mabar berfungsi sebagai ruang sosial alternatif, dan kebutuhan sosial menjadi faktor utama yang mendorong penggunaan game di kalangan mahasiswa.

Dalam perspektif teoretis, hasil penelitian ini memperkaya kerangka Uses and Gratifications 2.0. Gratifikasi yang diperoleh tidak hanya bersifat individual, tetapi juga kolektif dan interaktif. Kebutuhan akan afiliasi sosial, kebersamaan, serta pemeliharaan hubungan interpersonal muncul sebagai dimensi dominan. Kondisi ini menunjukkan bahwa game online mampu menghadirkan praktik komunikasi yang setara dengan media sosial lain, bahkan dengan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi karena adanya kombinasi kerja sama dan kompetisi secara simultan. Dari sisi praktis, Mobile Legends berpotensi menjadi sarana membangun dan memelihara relasi sosial mahasiswa, memperkuat solidaritas kelompok, serta menciptakan ruang interaksi yang lebih inklusif.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah informan yang terbatas dan fokus pada satu kelompok mahasiswa, sehingga membatasi generalisasi temuan. Pendekatan kualitatif yang digunakan juga bergantung pada pengalaman subjektif informan, sehingga potensi bias tetap ada.

Selain itu, faktor kontekstual seperti intensitas bermain dan kedekatan antarpemain turut memengaruhi dinamika interaksi yang ditemukan.

Saran

Mahasiswa disarankan mengoptimalkan aktivitas bermain tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga untuk memperluas jejaring sosial, melatih koordinasi tim, dan meningkatkan komunikasi interpersonal dalam situasi kolaboratif, dengan tetap menyeimbangkan aktivitas bermain dan tanggung jawab akademik. Bagi institusi pendidikan, temuan ini membuka peluang untuk memposisikan game sebagai bagian dari komunikasi digital yang bernilai edukatif, misalnya dengan mengadopsi mekanisme interaksi dalam game yang menekankan koordinasi, respons cepat, dan pembagian peran dalam aktivitas kolaboratif seperti diskusi kelompok atau simulasi kerja tim.

Bagi pengembang game, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk merancang fitur yang mendukung interaksi sosial yang sehat melalui penguatan sistem komunikasi, fitur komunitas, dan mekanisme kolaborasi yang terstruktur, disertai perhatian pada etika komunikasi dan pengendalian perilaku negatif agar interaksi tetap kondusif. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas cakupan informan dengan latar belakang yang lebih beragam, mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif, serta melakukan kajian komparatif antar game atau platform digital lain. Penerapan triangulasi data dan desain longitudinal juga diperlukan untuk memperkuat validitas serta memahami perubahan interaksi secara lebih mendalam.

Daftar Pustaka

- Akbar, F. 2025. *Komunitas E-sports Kampus sebagai Ruang Budaya Digital Mahasiswa*. EMIK: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora, 8(1), 45-58.
- ANTARA. 2021. Student Warchief Championship Dorong Kompetisi Esports antar Kampus. <https://www.antaranews.com/berita/2488353/student-warchief-championship-dorong-kompetisi-esports-antar-kampus> (diakses 2025).
- Arif, M. 2022. *Dampak Perilaku Komunikasi Pemain Game Mobile Legends*. Journal of Indonesian Communication Studies (JICS).
- Bagaskoro, P., & Triyono, A. 2024. *Gaya Komunikasi Influencer Game Mobile Legends pada Komunikasi Interpersonal Mahasiswa*. Jurnal Netnografi Komunikasi.
- Baumann, A. C., Schmidt, S. C. E., & Voss, R. 2024. *An Exploratory Qualitative Interview Study on Grassroots Esports in Sports Clubs*. Frontiers in Sports and Active Living, 6.
- Creswell, J. W. 2018. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches (4th ed.)*. Thousand Oaks: Sage Publications.

- Diao, F., & Sundar, S. S. 2004. *Orienting Responses and Memory for Web Advertisements*. Communication Research, 31(5), 537-567.
- Firdaus, I. N., & Thamrin, M. H. 2023. *Dampak Game Mobile Legends terhadap Interaksi Sosial Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan 2020*. MEDIAMKOM: Jurnal Ilmu Komunikasi, 7(1).
- Formosa, J., Hutchins, B., & Rowe, D. 2022. *Definitions of Esports: A Systematic Review and Thematic Analysis*. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 6(CHI PLAY).
- Gani, S. 2024. *E-sport Team Group Communication Pattern: A Study on Mobile Legends Teams*. International Journal of Application on Social Science and Humanities, 6(1).
- Hayday, E. J., Collison, H., & Dixon, M. A. 2023. *Conceptualizing the Social Inclusion Potential of Esport*. Journal of Ethics in Games and Esports, 1(1).
- Hidayah, F., Panjaitan, B. S., & Harianto, F. 2023. *Brand Image Game Mobile Legends terhadap Minat Bermain Remaja*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 5(2), 60-68.
- Indonesia, A. P. J. I. (2024). Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- INFORSA. 2025. Kompetisi Sistem Informasi Fakultas Teknik Universitas Mulawarman. <https://inforsa-ft.unmul.ac.id/> (diakses 2025).
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. 1974. *Utilization of Mass Communication by the Individual*. The Uses of Mass Communications. Beverly Hills: Sage.
- Kaye, B. K., & Johnson, T. J. 2002. *Online and In the Know*. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 46(1), 54-71.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd ed.)*. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Moonton. 2025. Mobile Legends: Bang Bang - News & Updates. <https://www.mobilelegends.com/en/news> (diakses 2025).
- Norman, D. A. 2020. *The Design of Everyday Things*. New York: Basic Books.
- Pambunan, R., & Purwanti, S. 2025. *Dampak Game Online Mobile Legends terhadap Komunikasi Intrapersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman Angkatan 2017*. Journal of Comprehensive Science.
- Pirolli, P. L. T. 2007. *Information Foraging Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Rachmawati, R. 2023. *Strategi Komunikasi Kelompok antar Pemain Game Online Player Unknowns Battleground*. Prosiding Konferensi Nasional Sosial Politik (KONASPOL), 1.

- Rafaeli, S. 1988. *Interactivity: From New Media to Communication*. Beverly Hills: Sage.
- Rohmansyah, F. A., & Poerwandono, E. 2024. *Analisis Data Sentimen Perbandingan terhadap Game Online Mobile Legends dan PUBG Mobile Berdasarkan Tanggapan Masyarakat X Menggunakan Algoritma Naive Bayes*. Journal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS), 7(5), 1581-1587.
- Saiz-Alvarez, J. M., Garcia-Madurga, M. A., Palma-Ruiz, J. M., & Ribeiro-Soriano, D. 2021. *Knowledge Management in the Esports Industry*. Sustainability, 13(19).
- Salsabila, W. K. 2024. *Virtual Relationship in MOBA-Based Game: Hyperreality of Intimacy Behind Anonymity in Mobile Legends Players*. Mozaik Humaniora.
- Sinaga, P., Purwanti, S., Sucipta, J. A. W., & Agustian, J. F. 2024. *Pengaruh Kecanduan Game Mobile Legends terhadap Etika Berkomunikasi*. Innovative: Journal of Social Science Research.
- Sonia, W. 2024. *Implementasi Teori Interaksi Simbolik Player saat Bermain Game Mobile Legends*. Kiwari.
- Stavrositu, C., & Sundar, S. S. 2012. *Does Blogging Empower Women?* Journal of Computer-Mediated Communication, 17, 369-386.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sundar, S. S. 2000. *Multimedia Effects on Processing and Perception of Online News*. Journalism & Mass Communication Quarterly, 77(3), 480-499.
- Sundar, S. S. 2007. *Social Psychology of Interactivity in Human-Website Interaction*. Oxford: Oxford University Press.
- Sundar, S. S. 2008. *The MAIN Model*. Cambridge: MIT Press.
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. 2013. *Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media*. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 57(4), 504-525.
- Sundar, S. S., & Nass, C. 2001. *Conceptualizing Sources in Online News*. Journal of Communication, 51(1), 52-72.
- Tang, D. 2023. *What is Esports? A Systematic Scoping Review and Concept Analysis*. Heliyon, 9(7).
- Universitas Mulawarman. 2023. *Mahasiswa Universitas Mulawarman Raih Prestasi dalam Kompetisi Mobile Legends*. <https://www.unmul.ac.id/post/mahasiswa-unmul-raih-prestasi-mobile-legends> (diakses 2025).
- Wicaksana, F. A. 2022. *Komunikasi, Koordinasi, dan Kerja Sama dalam Game Mobile Legends*. Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia, 7(5), 7034-7045.
- Yoo, C. Y. 2011. *Modeling Audience Interactivity as the Gratification-Seeking Process in Online Newspapers*. Communication Theory, 21(1), 67-89.