

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital telah mengubah cara berinteraksi dan komunikasi seseorang di masyarakat. Perubahan ini tidak hanya terjadi karena pergeseran media komunikasi, tetapi juga menciptakan ruang baru untuk berinteraksi sosial yang tidak terbatas oleh lokasi atau batasan geografis. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau sering disebut dengan APJII mengumumkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat 1,4% yaitu mencapai 221 juta orang dengan tingkat penetrasi internet mencapai 79,5% . Generasi Z (Gen Z) menjadi pengguna internet terbesar (APJII, 2024). Hingga pertengahan tahun 2025, survei APJII menyebutkan jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 229,4 juta dengan sebagian besar pengguna berasal dari kalangan anak muda yang mencapai 25,54% (Arif & Zulkarnaen, 2025). Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi menghasilkan beberapa *platform* digital yang tidak hanya sebagai alat untuk berkomunikasi, tetapi telah berevolusi menjadi ruang sosial alternatif untuk membangun hubungan dan komunitas.

Generasi Z lahir dan tumbuh di tengah perkembangan internet antara tahun 1997 hingga 2012 (Amanda et al., 2024). Di tengah masa perkembangan internet tersebut Gen Z menunjukkan pola komunikasi yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Gen Z sudah terbiasa dengan teknologi digital sehingga mudah menguasai berbagai *platform* digital dan menjadikan teknologi sebagai bagian dalam interaksi sosial sehari-hari. Menurut (Dr. Yuli Kristyowati, 2021) karakteristik Generasi Z menunjukkan perbedaan mencolok dibanding generasi sebelumnya, dengan populasi mencapai 75 juta jiwa atau hampir 40% dari 191,9 juta penduduk usia produktif di Indonesia generasi yang terkoneksi dengan internet ini memiliki keunikan tersendiri. Menurut (We Are Social, 2024) Rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan waktu sekitar 7 jam 38 menit setiap hari untuk berinternet. Karena kondisi tersebut, peran *game* online juga berubah secara signifikan. *Game* online kini tidak hanya dianggap

sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang sosial digital yang memiliki ciri khas yang kompleks dan selalu berubah.

Game online berasal dari kata bahasa Inggris "*game*" (yang berarti bermain atau permainan) dan "*online*" (yang berarti terhubung ke internet), yang merujuk pada permainan yang dimainkan di komputer atau perangkat melalui internet. Di Indonesia, *game* daring mulai muncul pada tahun 2001 dan dengan cepat menjadi populer. Terdapat berbagai jenis, termasuk aksi, olahraga, dan RPG (permainan peran), dengan lebih dari 20 judul tersedia di pasar lokal. Hal ini menyebabkan penyebaran informasi terkait *game* secara daring menjadi sangat cepat (Pratiwi, 2017).

Game online menciptakan bentuk ruang sosial baru, dimana komunikasi antarpribadi berlangsung secara *virtual* dan bisa jadi menggantikan atau melengkapi pertemuan langsung seperti pada ruang fisik pada dunia nyata. *Game online* telah menciptakan ruang sosial baru bagi Gen Z yang mengubah pola interaksi pemain. *Platform game online* seperti Roblox berfungsi sebagai ruang publik *virtual* untuk tempat berkumpul dan membangun komunitas, menggantikan tempat-tempat fisik seperti kafe. Ruang sosial digital ini mempermudah untuk menjangkau komunikasi tanpa harus terikat dengan jarak, serta memiliki kebebasan berekspresi melalui avatar dan peluang ekonomi melalui profesi seperti *streamer* atau pemain profesional.

Roblox hadir sebagai fenomena unik. Berbeda dengan *game online* biasa yang hanya memberi pengalaman bermain, Roblox adalah *platform metaverse* yang menggabungkan elemen gaming, kreativitas, dan media sosial dalam satu sistem. Pada tahun 2024, Roblox semakin dikenal sebagai *platform metaverse* yang menggabungkan gaming, kreativitas, dan media sosial. Dengan target 1 miliar pengguna aktif harian, Roblox menambah fitur baru seperti Party untuk bermain bersama dan mengembangkan model fondasi 3D untuk mendukung kreasi *AI generatif*. *Platform* ini juga memberi peluang monetisasi lebih besar bagi kreator melalui perdagangan item avatar, kreator roblox dan produk *developer*. Pada Juni 2024, jumlah pengguna aktif harian roblox mencapai 79,5 juta dengan 58% di antaranya berusia 13 tahun ke atas, menunjukkan

pertumbuhan yang signifikan di berbagai daerah (Baszucki, 2024) dan pada Maret 2025, Roblox Corporation memiliki lebih dari 111,8 juta pengguna aktif harian di seluruh dunia (Roblox Corporation, 2025). Mayoritas pemain Roblox berusia di bawah 13 tahun. Namun, pada kuartal pertama 2025, jumlah pengguna yang berusia 13 tahun ke atas meningkat menjadi sekitar 61 juta pemain. Keunikan Roblox terletak pada kemampuannya menciptakan ruang sosial yang imersif melalui fitur-fitur seperti *voice chat*, *text chat*, dan kustomisasi avatar, yang memfasilitasi komunikasi antarpribadi secara intensif. Salah satu ruang sosial *virtual* yang populer di kalangan Gen Z Indonesia pada *game* Roblox adalah *Map Indo Voice*.

Berdasarkan (Asosiasi Komunitas Roblox Indonesia, 2025) *Map Indo Voice* adalah ruang sosial *virtual* di Roblox yang memungkinkan pengguna berinteraksi melalui *voice chat*, menjalin pertemanan, dan mengekspresikan diri secara bebas. Fitur-fitur seperti sistem apresiasi “*Love*”, kustomisasi avatar, serta animasi dan tarian interaktif menambah pengalaman pengguna dalam berkomunikasi secara *real-time*. Map ini menjadi ruang sosial baru atau tempat *virtual* “nongkrong” bagi Gen Z dan dirancang untuk *role-playing*. Pemain bisa bertemu, ngobrol, bermain, dan membangun hubungan sosial seolah-olah berada di ruang publik fisik serta terlibat dalam berbagai bentuk komunikasi antarpribadi seperti menyapa, berbagi cerita pribadi, hingga bercanda romantis (*flirting*). Pola komunikasi ini menyerupai suasana berkumpul di dunia nyata, tetapi berlangsung dalam konteks anonim karena identitas asli tidak selalu ditampilkan. Gen Z mengembangkan strategi komunikasi yang unik dan multimodal di *Map Indo Voice*. Pemain menggabungkan komunikasi verbal melalui *voice chat* dengan paraverbal (nada suara, intonasi, dan volume suara), komunikasi melalui gerakan avatar (*emote* dan pola gerakan), serta komunikasi visual melalui kustomisasi avatar yang mencerminkan identitas dan status sosial. Strategi komunikasi multimodal ini menciptakan pengalaman komunikasi baru serta mampu mengatasi keterbatasan ruang *virtual* dan bahkan menawarkan keunggulan dibandingkan komunikasi tatap muka, seperti keterbukaan (*self-disclosure*) yang lebih nyaman dalam menampilkan diri melalui avatar. Berdasarkan (Utami, 2025) Banyak generasi Z saat ini yang sering pindah dunia

di Roblox. Mereka tidak hanya bermain tetapi juga saling berinteraksi satu sama lain bahkan berkolaborasi dengan pemain lainnya.

Beberapa penelitian telah mengkaji komunikasi antarpribadi dalam *game* online terutama yang berkaitan dengan Roblox. Penelitian-penelitian ini menjadi landasan untuk memperkuat posisi penelitian yang sedang dilakukan.

Penelitian (Syakilah Azzahra, Najwa Naela Putri, Asyrof Bahauddin Mubarak, 2025) mengeksplorasi interaksi sosial di Roblox dengan pendekatan kualitatif serta metode observasi dan kuesioner. Hasilnya menunjukkan bahwa interaksi pemain dapat menciptakan komunitas online yang inklusif dan meningkatkan pengalaman sosial pemain. Penelitian Azzahra fokus pada interaksi sosial umum dengan subjek anak usia sekolah. Penelitian ini berbeda karena lebih spesifik mengkaji pola komunikasi antarpribadi Generasi Z di *Map Indo Voice* Roblox.

Penelitian (Yulastika Tivani , Mayasari, 2023) menggali motif penggunaan Roblox pada anak usia 9 hingga 12 tahun dengan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna penggunaan Roblox bagi anak-anak adalah hiburan dan kebersamaan. Penelitian ini berfokus pada motif penggunaan dengan subjek anak-anak. Penelitian ini memiliki fokus yang berbeda yaitu pola komunikasi antarpribadi Generasi Z dengan rentang usia 14 hingga 29 tahun.

Penelitian (Dhiya Zielfita Munzier, 2023) mengkaji pola komunikasi antar pemain di komunitas Team EMR pada *game* Rules of Survival. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi verbal mencakup istilah slang dan juga istilah *game* sementara komunikasi nonverbal dilakukan melalui kode lalu simbol dan gestur. Penelitian Munzier berfokus pada satu komunitas spesifik di *game* kompetitif. Penelitian ini berfokus pada ruang sosial terbuka bernama *Map Indo Voice* yang bersifat sosial dan kreatif tanpa target kemenangan.

Penelitian (Nia Anggraini, 2021) menggunakan etnografi *virtual* untuk meneliti komunikasi pemain Free Fire. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

proses komunikasi melibatkan komunikasi dua arah dengan menggunakan obrolan suara. Penelitian Anggraini berfokus pada Free Fire yaitu *game* battle royale serta berfokus pada makna istilah bahasa. Penelitian ini berfokus pada Roblox *Map Indo Voice* yaitu ruang sosial *virtual* untuk Generasi Z dengan analisis berdasarkan teori kehadiran sosial.

Penelitian (Oh et al., 2022) merupakan penelitian paling relevan karena menggunakan Teori Kehadiran Sosial yang sama. Penelitian kuantitatif di Korea Selatan ini menganalisis hubungan antara kehadiran sosial dan interaksi suportif serta self-efficacy dan perasaan kesepian di platform Roblox dan Zepeto. Perbedaan penelitian ini adalah Oh dkk menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 300 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif etnografi *virtual* di Indonesia dengan fokus pada pola komunikasi di *Map Indo Voice*. Persamaannya adalah kedua penelitian ini sama-sama menggunakan Social Presence Theory sebagai landasan analisis.

Penelitian (Aulia, 2023) meneliti interaksi negatif atau trash-talk di dalam *game* kompetitif Valorant dengan teori Computer Mediated Communication. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anonimitas mempengaruhi komunikasi dan menyebabkan polarisasi serta deindividuasi dan juga gejala disinhibisi. Penelitian Irsyadil berfokus pada fenomena negatif di *game* kompetitif. Penelitian ini justru berfokus pada pola komunikasi positif di ruang sosial *virtual* Roblox yaitu *Indovoice*.

Berdasarkan keenam penelitian terdahulu tersebut maka terdapat celah penelitian yang belum terisi. Belum ada penelitian yang secara spesifik meneliti bagaimana pola komunikasi antarpribadi Generasi Z terbentuk dan berkembang di dalam ruang sosial *virtual Map Indo Voice* pada Roblox. Belum ada juga penelitian yang mengkaji implikasi pola komunikasi terhadap hubungan sosial pemain dan terhadap ekspresi diri secara bebas. Oleh karena itu penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memahami pola komunikasi Generasi Z di ruang *virtual*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan Ilmu Komunikasi serta memberikan manfaat praktis bagi

orang tua dan pendidik serta pengembang platform dalam memahami perubahan sosial generasi Z.

Pola komunikasi yang terbentuk dalam penelitian ini dianalisis menggunakan Teori kehadiran sosial (*Social Presence Theory*/SPT) yang dikembangkan oleh Short, Williams, dan Christie pada tahun 1970. Teori ini mengukur seberapa "nyata" kehadiran orang lain terasa dalam komunikasi *virtual*. Dalam konteks ini, obrolan suara di *Map Indo Voice* meningkatkan kehadiran sosial melalui nada suara dan ekspresi emosional yang mirip dengan interaksi tatap muka. Avatar meningkatkan kehadiran pribadi dengan menampilkan identitas lokal yang autentik, dan grafis 3D menciptakan rasa tempat yang terasa seperti nyata. Teori ini relevan karena menjelaskan tiga elemen utama kehadiran sosial (interaksi emosional Gen Z melalui bahasa gaul Indonesia), kehadiran tempat (merasa "hadir" di *Indo Voice* melalui peta visual dan suara sekitar), dan kehadiran pribadi (keaslian "menjadi diri sendiri" melalui avatar) yang menjadikan Roblox sebagai ruang sosial baru bagi Generasi Z.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pola komunikasi antarpribadi Generasi Z terbentuk dan berkembang dalam ruang sosial *virtual Map Indo Voice* pada Roblox, serta apa implikasinya terhadap hubungan sosial pemain dan ekspresi diri secara bebas?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi antarpribadi Generasi Z terbentuk dan berkembang dalam ruang sosial *virtual Map Indo Voice* pada Roblox, serta implikasinya terhadap hubungan sosial pemain dan ekspresi diri secara bebas.

1.4 Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan Ilmu Komunikasi. Hasil penelitian ini berpotensi dapat menguji dan memperkaya penerapan Teori Kehadiran Sosial dalam konteks ruang digital terkini seperti *metaverse*, sekaligus menjadi referensi untuk memahami karakteristik unik dari cara berkomunikasi Generasi Z.

2) Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi orang tua dan pendidik untuk memahami dunia sosial digital yang dihuni oleh anak-anak muda. Dengan memahami pola interaksi mereka, diharapkan orang tua dan guru dapat memberikan pendampingan yang lebih tepat, baik dalam hal keamanan berinternet maupun pendidikan membangun relasi yang sehat di dunia *online*.