BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Fenomena yang umum terjadi pada generasi muda sekarang ini adalah kecenderungan untuk mengakhiri dan memulai kembali hubungan romantis secara berulang. Dikutip dari artikel Vice.com, menurut penelitian pada tahun 2018, rata-rata durasi hubungan mereka yang berusia 20-an adalah 4,2 tahun. Namun, durasi tersebut tidak selalu berlangsung secara kontinu, sekitar 60 persen dari responden yang berusia dua puluhan melaporkan bahwa mereka mengalami setidaknya satu periode putus-nyambung dalam hubungan mereka. Hal ini menyiratkan bahwa bagi mereka, jika selama setidaknya empat tahun kuliah, mereka menjalani hubungan romantis dengan 1 orang yang sama. Ini merupakan sebuah pola hidup yang mungkin dianggap monoton dan tidak menarik bagi mereka (Lord, 2018).

Di balik dari seringnya pasangan muda mengalami fase putus-nyambung ada beberapa alasan di balik mudahnya pasangan muda untuk berpisah. Hubungan romantis seringkali berakhir karena ketidakpahaman dan ketidaksesuaian dalam memberikan dukungan dan cinta yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan pasangan. Menurut John Gray, Ph.D., penulis Beyond Mars and Venus, kegagalan untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pasangan dapat menjadi penyebab utama perpisahan. Seringkali, seseorang merasa telah memberikan segalanya yang dianggap terbaik bagi pasangan tanpa mempertimbangkan atau mengetahui apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh pasangan mereka (Elmira, 2018). Masalah inilah yang sedang sering dialami kalangan muda masa kini. Hingga menyebabkan hubungan romantis mudah berpisah.

Selain itu salah satu faktor berkembangnya kebiasaan hubungan romantis untuk putus-nyambung adalah fenomena *Casual Relationship*, yang

Pesan Untuk Memperbaiki.., Delfi Reza Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

merupakan istilah untuk hubungan romantis yang berjalan tanpa komitmen formal. Keduanya menghabiskan waktu bersama tanpa adanya harapan atau keinginan berkomitmen yang serius untuk masa depan (Desmardi et al., 2024). Beberapa alasan untuk menjalani *casual relationship* diantaranya untuk menjalani hubungan tanpa adanya tekanan dan tanggung jawab, menjalani kegiatan yang dianggap menyenangkan (seperti liburan, makan, nonton bioskop) bersama, teman tapi mesra, dan memenuhi kebutuhan emosional maupun seksual.

Beberapa sebutan untuk hubungan romantis dengan gaya *casual relationship* adalah HTS (Hubungan Tanpa Status), FWB *(Friends with Benefit), Situationship, one night stand* dan *Hook-Up culture.* Selain itu ada pula istilah untuk menggambarkan bagaimana seseorang memutus hubungan dengan pasangannya dalam *casual relationship.* Beberapa di antaranya yaitu *Ghosting, Benching, dan second choice.*

Media baru seperti aplikasi kencan *online* maupun media sosial juga memfasilitasi fenomena *casual relationship* dalam hubungan romantis masyarakat masa kini, dengan memberikan teknologi yang memudahkan seseorang untuk menemukan pasangan (Desmardi et al., 2024). Mudahnya proses mencari dan menemukan pasangan serta mudahnya individu berkenalan dan tatap muka secara *online*, meredupkan anggapan tentang pentingnya komitmen yang serius dalam hubungan romantis.

Tabel 1. Data Perceraian di Indonesia tahun 2020-2023
Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia

TAHUN	NIKAH	CERAI TALAK	CERAI GUGAT	JUMLAH CERAI
2020	1.780.346	76.707	214.970	291.677
2021	1.742.049	110.400	337.343	447.743
2022	1.705.348	127.986	388.358	516.344
2023	1.577.255	111.251	352.403	463.654

Selain fenomena *casual relationship,* Indonesia juga mengalami peningkatan angka perceraian. Berdasarkan data pernikahan dan perceraian dari Badan Pusat Statistik Indonesia, dalam waktu 4 tahun terakhir jumlah pernikahan semakin berkurang, namun jumlah perceraian semakin bertambah setiap tahunnya. Pada tahun 2023 terjadi penurunan jumlah perceraian. Namun menurut Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam Kamaruddin Amin, penurunan angka perceraian pada tahun 2023 juga disebabkan oleh berkurangnya jumlah pernikahan, yang merupakan dampak dari revisi Undang-Undang Perkawinan yang menetapkan usia minimal 19 tahun bagi perempuan untuk menikah (Khoeron, Moh, 2024).

Beberapa fenomena tersebut mencerminkan perubahan dalam gaya hidup manusia yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Sebagai salah satu penyebab dari gaya hidup pasangan di masa kini, kemajuan teknologi dan informasi juga telah menggantikan penggunaan media lama dan menciptakan berbagai media baru yang beragam. Media-media baru ini tidak hanya memfasilitasi akses cepat dan mudah terhadap informasi, tetapi juga mengubah cara kita berinteraksi dan berpartisipasi dalam kehidupan masyarakat. Salah satu contohnya adalah perubahan gaya hidup dalam mencari dan menemukan pasangan melalui media baru, yang juga menyebabkan beberapa fenomena seperti *casual relationship* dan mudahnya masyarakat untuk mengganti pasangan.

Pada tahun 1997 dalam bukunya yang berjudul "Mediamorphosis: Understanding New Media." Roger Fidler mengusulkan konsep baru, yaitu Mediamorfosis, yang bertujuan membantu kita memahami perubahan dalam media. Fidler menguraikan mediamorfosis sebagai "perubahan bentuk media komunikasi, yang umumnya disebabkan oleh relasi kompleks antara kebutuhan yang signifikan, tekanan persaingan, tekanan politis, serta inovasi sosial dan teknologi" (Permana & Mahameruaji, 2019).

Menurut Denis McQuail, *New Media* atau media baru adalah kumpulan teknologi terbaru yang memungkinkan penyebaran informasi yang lebih luas

di masyarakat. Ini meliputi berbagai teknologi seperti sistem transmisi melalui kabel dan satelit, penyimpanan data, pencarian informasi, penyajian gambar dengan gabungan gambar dan grafik, serta sistem pengendalian komputer (Habibah & Irwansyah, 2021).

Secara praktis, konteks perubahan yang dibawa oleh media baru telah terbagi menjadi dua perubahan besar yang terjadi dalam era media baru. Perubahan pertama yaitu perpindahan media pada media massa. Ini terlihat dari produk-produk seperti televisi, radio, majalah, atau koran yang juga memiliki situs berita *online*. Perubahan kedua ditandai dengan hadirnya media baru yang lebih interaktif, seperti ponsel dengan fitur internet, media sosial, multimedia dan *game online* (Prasetya & Marina, 2022).

Video game konsol dan *Game online* merupakan bentuk media baru yang memberikan wadah komunikasi dengan pendekatan yang unik. Pada era 90-an, *game* yang populer umumnya bersifat *single player* atau *double player*, dimainkan dengan menggunakan perangkat *controller* yang terhubung ke satu konsol *game*. Namun, dalam mode terbaru dari *game* komputer, baik dalam mode *offline* maupun *online*, *game* menawarkan kemampuan untuk dimainkan bersama dengan banyak orang secara bersamaan. Setiap individu dapat menggunakan perangkatnya sendiri tanpa harus tergantung pada satu mesin konsol yang digunakan untuk bermain *game* (Tayibnapis, 2021).

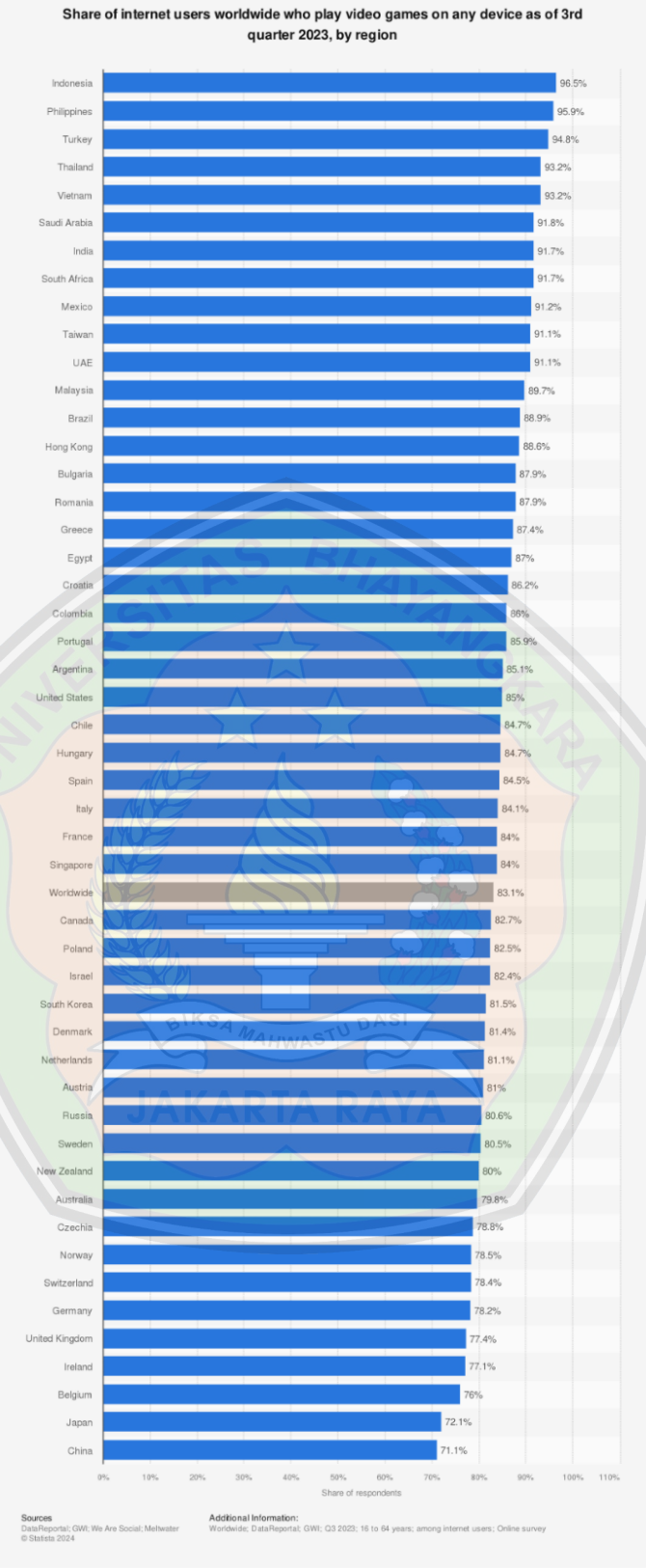
Selama 25 tahun terakhir, *video game* menjadi semakin merajalela dalam masyarakat. Berdasarkan jurnal internasional yang penulis kutip, diperkirakan ada 2,5 miliar pemain *video game* di seluruh dunia. Pada tahun 2021, jumlah pemain *game* ini diperkirakan akan meningkat secara dramatis. Sebagian peningkatan diperkirakan terjadi karena penekanan yang semakin besar pada *video game* berbasis *cloud* dan *mobile* yang mudah diakses (dan seringkali gratis) yang dirancang untuk dimainkan secara santai (Dale et al., 2020).

Di masa sekarang ini *game* bukan hanya sebuah hiburan semata. Pada masa kemunculannya, *game* dinilai hanya sebagai hiburan dan terkadang

dinilai negatif karena dianggap dapat menyebabkan kecanduan (Makarim, 2023). Namun di masa media baru ini, dimana masyarakat dapat memilih konten media apa yang diterimanya, *game* sudah digunakan sebagai mata pencaharian bagi para pemain *game*.

Sebagai contoh, *game* sudah dikategorikan sebagai *e-sport*, atau olahraga digital, yang merupakan kompetisi *game* multipemain, terutama antara pemain profesional. Biasanya ada serangkaian turnamen yang berujung pada kejuaraan, baik di tingkat regional maupun global. Selain itu di tingkat awam, terdapat banyak pemain *game* yang melakukan *streaming online* untuk ditonton masyarakat. Biasanya *Streamer* membuka donasi sebagai tanda terima kasih dari penonton kepada *streamer* karena telah memberikan hiburan. Selain donasi *streaming online*, sponsor, hak media, *merchandise*, dan tiket menonton kompetisi *e-sport* bisa juga menjadi cara yang menguntungkan untuk menghasilkan uang dengan bermain *video game*. (Clement, 2023)

Berdasarkan data statistik yang penulis dapatkan dari website Statista, yang merupakan platform data dan intelijen bisnis global. Indonesia menempati posisi pertama dengan total rata-rata pemain *game* 96,5%, sebagai Negara yang menggunakan internet untuk *video game* di perangkat manapun, hingga akhir tahun 2023. Mengalahkan jumlah rata-rata global yang berjumlah 83,1%. Hal ini menunjukkan betapa banyaknya pemain *video game* baik awam maupun profesional di Indonesia, yang kemungkinan akan semakin bertambah setiap tahunnya, dilihat dari semakin berkembangnya industri *game* di Indonesia (Statista, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa *game* sebagai platform yang banyak digunakan masyarakat Indonesia, merupakan media yang cukup berpengaruh pada masyarakat terutama jika *game* tersebut terdapat pesan di dalamnya.



Gambar 1. Data Statistik jumlah pengguna *game* seluruh dunia tahun 2023
Sumber: Statista (2024)

Steam adalah platform distribusi konten digital yang dirilis oleh Valve Corporation pada tahun 2003. Pada mulanya Steam berisi *game* yang dibuat oleh Valve Corporation, sebagai perangkat lunak mandiri yang dapat melakukan update otomatis tanpa perlu menginstal ulang *game*. Tahun 2005 Valve Corporation mengembangkan platformnya menjadi web dan aplikasi pihak ketiga yang menjual berbagai *game* dari perusahaan lain maupun dari perorangan, dan juga platform untuk berkomunitas. Hingga saat ini Steam sudah menyediakan berbagai fitur seperti *Steam Chat* dan *Game Hubs* yang memudahkan untuk menjangkau komunitas *game*, serta *Steam Brodcast* dan *Steam Workshop* untuk kemudahan bagi para *developer game*. Steam dinilai sebagai platform penjualan *game* PC terbesar, karena menyediakan hingga 30.000 *game*. Diantara banyaknya *game* yang dijual Steam, salah satunya adalah *It Takes Two*.

It Takes Two adalah *video game* yang memerlukan dua pemain untuk bermain bersama *(multiplayer)* baik secara langsung maupun melalui jaringan internet. *Game* ini dibuat oleh Hazelight Studios, yang didirikan oleh Josef Fares, seorang sutradara film asal Swedia dan pencipta *game* pemenang penghargaan “Brothers - A Tale of Two Sons”. Bersama dengan tim pengembangan inti di balik Brothers, pada akhir tahun 2014 Hazelight Studio memulai perjalanannya.

Game ini dipublikasikan oleh Electronic Arts pada tanggal 26 Maret 2021. Electronic Arts Inc. (EA) yang merupakan penerbit *game It Takes Two*, adalah perusahaan *video game* yang bertempat di Redwood City, California, Amerika Serikat. Didirikan pada bulan Mei 1982 oleh seorang mantan karyawan Apple, Trip Hawkins. Perusahaan ini menjadi pionir dalam industri *game* komputer rumahan awal dan mengangkat para desainer dan pemrogram *game* sebagai "seniman perangkat lunak". EA telah menerbitkan banyak *game*, seperti Battlefield, Apex Legends, dan The Sims.

It Takes Two mengisahkan petualangan Cody dan May, sepasang suami istri yang sedang di ambang perceraian, yang membuat putri mereka, Rose, merasa sedih. Rose memiliki sebuah buku misterius bernama *"Book of Love"* yang ditulis oleh Dr. Hakim dan berdoa agar orang tuanya bisa kembali bersatu dengan buku tersebut. Akibatnya, Cody dan May terjebak dalam tubuh boneka milik Rose. Petualangan boneka Cody dan May untuk kembali menjadi manusia lagi membutuhkan berbagai tips untuk memperbaiki hubungan romantis dari buku *"Book of Love"*. Karakter *Book of Love* atau bisa disebut Dr. Hakim ini nantinya akan hidup dan akan membawakan beberapa pesan tentang bagaimana cara untuk memperbaiki hubungan romantis yang disebut *"Dr. Hakim Couples Therapy"*. Dengan cerita dan konsep yang menarik, *game* ini mendapatkan penghargaan *Game* Terbaik pada tahun 2021 di ajang *The Game Award*. Serta penghargaan *Game* BAFTA sebagai *Game Multiplayer* Terbaik pada tahun 2022. Di situs Steam, *It Takes Two* mendapatkan 94% ulasan positif, dari total 139,846 ulasan.

Di Indonesia, antusiasme untuk bermain *game It Takes Two* diawali dari banyaknya Youtuber atau Streamer yang memainkan *game* ini. Salah satu contoh Youtuber yang mendapatkan atensi positif adalah MiawAug. MiawAug adalah Youtuber Indonesia yang memulai karirnya pada tahun 2014. Hingga saat ini, MiawAug memiliki 21,8 Juta Subscriber. Youtuber ini mengunggah 15 *video* yang memperlihatkan dirinya sedang bermain *game It Takes Two*. Dari 15 *video* tersebut, setiap *video*nya berdurasi lebih dari 30 menit dan mendapatkan lebih dari 1 juta penonton. Untuk *video* pertama dalam *playlist It Takes Two*, MiawAug mendapatkan 3,9 juta penonton, 11,095 komentar, dan 133 ribu akun youtube yang menyukai *video* MiawAug. Dapat dilihat bahwa *game It Takes Two* cukup menarik perhatian sebagian penonton Youtube di Indonesia.

Dalam konteks *video game*, analisis semiotika dapat menjadi alat yang berguna untuk memahami struktur naratif dan pesan dalam *video game*. Semiotika, sebagai ilmu yang mempelajari tanda dan makna, memberikan pemahaman mendalam terhadap elemen simbolis dan elemen visual dalam *game*. Analisis semiotika dapat mengungkapkan bagaimana *game* "*It Takes Two*" menggunakan tanda-tanda dan makna untuk menyampaikan cerita dan memberikan pengalaman mendalam kepada pemain.

Teori Roland Barthes menyajikan konsep-konsep yang relevan dalam analisis semiotika, terutama dalam memahami bagaimana simbol-simbol dan tanda-tanda dipahami dalam konteks budaya dan media. Barthes mengembangkan konsep "myth" (mitos) yang menyatakan bahwa simbol-simbol dalam budaya seringkali dipahami dan disampaikan melalui narasi atau mitos tertentu yang diadopsi oleh masyarakat. Misalnya, dalam analisis semiotika Roland Barthes tentang media massa, ia mengkaji bagaimana iklan, majalah, atau foto digunakan untuk menyiratkan makna dan menggambarkan narasi tertentu yang membentuk persepsi publik tentang realitas. Dengan demikian, teori Barthes memberikan dasar teoritis yang kuat untuk menganalisis bagaimana simbol-simbol dan tanda-tanda digunakan dalam *game* seperti "*It Takes Two*" untuk menyampaikan pesan dan makna kepada pemainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menelusuri pesan yang disampaikan dari karakter Dr. Hakim melalui *"Dr. Hakim Couples Therapy"* dalam *game It Takes Two*, menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang bagaimana pesan dapat disampaikan menggunakan simbol dan tanda. Serta penulis berharap pesan yang disampaikan *game It Takes Two* melalui sesi *"Dr. Hakim Couples Therapy"* dapat menjadi pelajaran untuk para pasangan hubungan romantis agar tidak mudah memutus hubungan serta lebih mengusahakan untuk memperbaiki hubungan romantisnya.

1.2. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada Teori Semiotika Roland Barthes dengan metode penelitian kualitatif. Fokus penelitian ini dipilih karena peneliti ingin mendalami bagaimana simbol dan tanda digunakan untuk menyampaikan pesan dalam media baru, yaitu *video game* seperti *It Takes Two*, serta peneliti berharap pesan yang disampaikan melalui sesi *"Dr. Hakim Couples Therapy"* dapat menjadi pelajaran untuk para pasangan hubungan romantis agar tidak mudah memutus hubungannya.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini difokuskan untuk menjawab pertanyaan utama, yaitu bagaimana aspek teori semiotika (tanda dan simbol) digunakan dalam *game It Takes Two* untuk menyampaikan pesan untuk perbaikan hubungan romantis. Pertanyaan ini muncul berdasarkan fenomena mudahnya pasangan hubungan romantis memutuskan untuk berpisah/bercerai. Dengan menjawab pertanyaan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana semiotika dapat digunakan untuk penyampaian pesan serta menyumbang pada pengembangan teori atau praktik di bidang komunikasi.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana aspek teori semiotika, digunakan dalam *game It Takes Two* untuk menyampaikan pesan terkait perbaikan hubungan romantis. Penelitian ini berfokus pada identifikasi tanda dan simbol dalam *game*, analisis makna denotatif dan konotatif, serta bagaimana elemen-elemen tersebut menggambarkan mitos yang dipercaya di masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi pada kajian semiotika dalam media interaktif serta implikasinya dalam bidang komunikasi dan hubungan interpersonal.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Penelitian Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman tentang hubungan antara semiotika dan *video game*, serta memberikan wawasan tambahan tentang bagaimana konsep semiotika digunakan dalam narasi interaktif. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur akademik dalam bidang semiotika dan studi yang berkaitan dengan *video game*, serta membuka jalan untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang ini.

1.5.2. Manfaat Penelitian Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat membantu pemain dan pengembang *game* dalam memahami bagaimana elemen-elemen *game It Takes Two* menyampaikan pesan, bagaimana hal itu mempengaruhi pemahaman mereka tentang cerita, dan bagaimana semiotika dapat digunakan sebagai alat analisis yang berguna dalam pengembangan *game* terutama *game* yang memiliki konsep cerita (*storyline*).