

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial, manusia sebagai suatu fenomena, bisa dikatakan khususnya sama dengan makhluk hidup. Sebab manusia juga mengalami kelahiran, pertumbuhan, perkembangan, mati, dan seterusnya dan tunduk kepada hukum Allah (sunattullah). Menurut sejarah manusia membawa perubahan pada ruang muka bumi sangat berbeda kondisi saat sebelum manusia lahir (Sumaadmadja, 2012: 7). Siapa pun dapat merasakan hal ini, tanpa memandang status, jenis kelamin, atau tingkat kekayaan. Oleh karena itu, interaksi sangat penting dalam pemenuhan kebutuhan manusia. Manusia merupakan makhluk sosial yang saling bergantung satu sama lain untuk menjalankan tugas sehari-hari jika berinteraksi dengan baik.

Dalam melakukan proses komunikasi sering kali diperlukan beberapa unsur agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif. Unsur dalam proses komunikasi tersebut yaitu terdiri dari; Pertama, sumber (source) nama lain dari sumber adalah sender, komunikator, speaker, encoder, atau originator. Merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa saja berupa individu, kelompok, organisasi perusahaan bahkan Negara. Kedua, pesan (*message*) merupakan seperangkat symbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud dari sumber (*source*). Ketiga, saluran (*channel*) merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber (*source*) untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran pun merujuk pada bentuk pesan dari cara penyajian pesan. Keempat, penerima (receiver) nama lain dari

penerima adalah *destination, communicant, decoder, audience, listener*, dan *interpreter* dimana penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber. Kelima, efek (effect) merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut. (Mulyana, 2007: 69-71)

Di era revolusi industri keempat, media baru muncul sebagai cara untuk menggunakan alat komunikasi elektronik untuk menyebarkan pesan atau opini. Dapat menjangkau setiap lapisan masyarakat hanya dengan menggunakan ujung jari yang terhubung dengan internet. Segala hal dalam kehidupan manusia modern telah berubah akibat pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Digital business atau disebut juga bisnis digital adalah bisnis tercanggih saat ini yang diperkirakan terus berkembang setiap tahun dan semakin lama akan meningkat tajam. Bisnis digital di sini adalah bisnis online. Bisnis digital atau bisnis online adalah bisnis riil yang menggunakan media internet. Bisnis digital adalah bisnis yang menggunakan teknologi sebagai keunggulan dalam operasi internal dan eksternal. Teknologi digital merupakan teknologi yang tidak lagi menggunakan tenaga manusia, atau manual. Tetapi cenderung pada sistem pengoperasian yang otomatis dengan sistem komputerisasi atau format yang dapat dibaca oleh komputer. Sistem digital adalah perkembangan dari sistem analog. Sebuah sistem digital menggunakan urutan angka untuk mewakili informasi. Tidak seperti sinyal analog, sinyal digital bersifat *noncontinuous* (Musnaini, 2020: 3).

Saat ini, Instagram memiliki kepopuleran yang luar biasa terutama bagi para pengguna media sosial di Indonesia. Instagram merupakan layanan berbasis internet sekaligus jejaring sosial untuk berbagi informasi via gambar digital. Para pengguna gadget kerap kali menggunakan jejaring ini untuk langsung berbagi hasil jepretan mereka. Instagram merupakan aplikasi yang ada pada smartphone yang digunakan

untuk membagikan foto maupun video. Foto dan video yang akan diunggah bisa disertakan teks atau keterangan yang mendeskripsikan tentang foto dan video tersebut. Melalui instagram bisa kita sambungkan dengan facebook maupun twitter dalam berbagi foto atau video yang sudah kita unggah melalui instagram tersebut (Nisrina, 2015: 137).

Pada penelitian ini peneliti tertarik pada pengguna isnstagram pada Forum @Emak_Moba di Instagram, melalu pendekatan pendekatan Teori Ansoff. Alat perencanaan untuk mengevaluasi pertumbuhan bisnis melalui perluasan jaringan dan pasar produk adalah Matriks Ansoff. Matriks Ansoff adalah teknik perencanaan yang digunakan untuk penilaian tentang pertumbuhan perusahaan melalui produk dan perluasan pasar jaringan. matriks Ansoff adalah salah satu kerangka terkenal untuk pengambilan keputusan tentang strategi untuk ekspansi. Hal itu disampaikan oleh Igor Ansoff pada tahun 1957 dalam artikelnya 'Strategi Diversifikasi' dan dia memberi empat strategi pertumbuhan pasar. Ansoff menyimpulkan sebuah perusahaan bisnis harus terus tumbuh dan berubah. Vektor pertumbuhan penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk dan diversifikasi. Matriks ini digunakan oleh pemasar, yang memiliki keberanian untuk tumbuh di pasar dan menciptakan keunggulan kompetitif. matriks Ansoff menawarkan alternatifstrategis untuk mencapai tujuan tersebut (Wulandari, 2016: 35).

Mobile Legends bisa menjadi ladang bisnis industri kreatif pada era digital yang menguntungkan, salah satunya dilakukan oleh Emak Moba Store. Game ini bisa dimainkan di platform mobile Android dan iOS. Game MOBA (*game multiplayer online battle arena*), ini berhasil menyita perhatian para pemain di Indonesia sejak tahun 2016 lalu. Sedangkan Emak moba store adalah proses pengisian ulang atau pembelian mata uang game atau pengisian kembali mata uang

game dan jasa peningkatan akun game untuk acara game. Bagi para usia di kalangan anak muda, siapa yang tidak suka dengan game yang satu ini.

Emak moba atau dulunya sempat kita kenal sebagai lambe moba merupakan salah satu akun Instagram yang terkenal memberikan rumor atau gosip seputar *game* MOBA, yang kebanyakan adalah Mobile Legends. Dan sekarang emak moba juga membuka Top up game & voucher terlaris, murah, aman legal 100% buka 24 jam dengan payment terlengkap se-Indonesia. Dengan adanya emak moba memudahkan para pengguna nya untuk melakukan transaksi top up diamond tentu dengan harga yang terjangkau dan ramah di kantong kalangan anak muda.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan diatas, penelitian ini akan menjelaskan tentang bagaimana **“Analisis Pengguna Instagram Melalui Pendekatan Teori Ansoff Pada Forum @Emak_Moba Di Instagram.”**

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus, fokus penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi penelitian kualitatif, sekaligus membatasi penelitian guna memilih data yang relevan dan data yang tidak relevan sehingga tidak perlu dimasukkan dalam penelitian (Moleong, 2005: 24). Pembatasan dalam penelitian kualitatif ini lebih didasarkan pada tingkat kepentingan/urgensi dari masalah yang dihadapi dalam penelitian ini. Penelitian ini akan difokuskan pada Analisis Bisnis Dengan Pendekatan Teori Ansoff Pada Forum Emak_Moba di Instagram yang objek utamanya merupakan store Emak_Moba di Instagram.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, fokus dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum forum @emak_moba di Instagram?
2. Bagaimana analisis bisnis dengan pendekatan teori ansoff pada forum @emak_moba di Instagram?
3. Apa faktor yang mendorong diri pemain mobile legends bang-bang?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis gambaran umum pada forum @emak_moba di Instagram.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis mengenai pendekatan teori ansoff pada forum @emak_moba di Instagram.
3. Untuk mengetahui faktor yang mendorong diri pemain mobile legends bangbang.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik dan memberikan wawasan yang berharga kepada mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP) di Universitas Pasundan. Penelitian ini akan menggali lebih dalam tentang kegunaan ilmu administrasi dalam konteks bisnis, dengan fokus pada administrasi di FISIP. Penelitian ini akan menjelaskan bagaimana ilmu administrasi dapat memberikan kontribusi positif dalam pengelolaan administrasi bisnis FISIP, termasuk pengorganisasian, perencanaan,

pengendalian, dan pengambilan keputusan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi mahasiswa ilmu administrasi bisnis dan pihak universitas dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas administrasi bisnis FISIP serta memperbaiki kualitas pelayanan kepada mahasiswa dan staf akademik.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

- a. Memberikan pengetahuan baru kepada penulis sendiri mengenai pokok masalah yang dibahas dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini digunakan untuk menempuh tugas akhir kuliah sebagai syarat memperoleh gelar sarjana administrasi bisnis (S.Ab) dari fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Pasundan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang relevan mengenai fenomena peranan perantara Mobil Legend di kalangan anak muda hingga dewasa, sehingga pengguna game Mobile Legend dapat memanfaatkannya dengan sebaik-baiknya.

2. Bagi Gamer

Hasil penelitian ini bisa menambah pengetahuan terhadap seorang yang bermain game pada khususnya tentang peranan perantara dalam praktik transaksi jasa joki rank mobile legend dan dapat dijadikan sebagai referensi untuk menambah pengetahuan tentang jasa joki rank yang sudah berkembang dikalangan gamer indonesia saat ini

3. Bagi Masyarakat

Seiring perkembangan *E-sport* dan maraknya game online di indonesia, dengan adanya penelitian ini dapat memberikan pengetahuan terhadap masyarakat

tentang bagaimana hukum jasa joki rank dikalangan gamer, tidak hanya untuk anak-anak dan kalangan remaja saja (gamer),melainkan peran dan fungsi orang tua diharapkan bisa lebih efektif lagi kedepanya dengan adanya penelitian ini.

1.6 Lokasi dan Lamanya Penelittian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lingkungan perusahaan @emak_moba Jakarta yang beralamatkan di Jalan Raya Lenteng Agung – Jakarta Selatan, Desa SrengsengSawah Kecamatan Jagakarsa, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12630.

1.6.2 Lama Penelitian

Penelitian ini diperkirakan akan berlangsung selama 6 bulan. Dimulai dari pertengahan bulan September 2023 sampai dengan bulan Februari 2023. Adapun jadwal kegiatan yang akan dilaksanakan dan akan dijelaskan pada tabel sebagai:

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian

| No | KETERANGAN | TAHUN 2023-2024 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|------------------------------|-----------------|---|---|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|--|--|
| | | SEPTEMBER | | | | OKTOBER | | | | NOVEMBER | | | | DESEMBER | | | | JANUARI | | | | FEBRUARI | | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | | |
| TAHAP PERSIAPAN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Penjajakan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Studi Kepustakaan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Pengajuan Judul | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Penyusunan Usulan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Seminar Usulan Penelitian | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TAHAP PENELITIAN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Pengumpulan Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | a. Dokumentasi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | b. Wawancara | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | c. Observasi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | d. Studi Kepustakaan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Pengolahan Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Analisis Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TAHAP PENYUSUNAN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Pembuatan Laporan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Perbaikan Laporan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Sidang Skripsi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Sumber : Data diolah peneliti tahun 2023</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |