

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era digital saat ini, manusia tidak bisa dipisahkan dengan teknologi. Teknologi akan terus berkembang dengan pesat, terutama di bidang hiburan, salah satunya adalah *game*. Awalnya permainan ini hanya bisa dimainkan oleh satu orang, kini bisa dimainkan dengan pemain lain. Hal semacam ini tidak terlepas dari jaringan internet yang memudahkan para *gamers* untuk bermain *game* kapanpun dan dimanapun selama memiliki koneksi internet dan peralatan pendukung.

Indonesia merupakan salah satu negara pengguna aplikasi Mobile Legends *Bang-Bang* terbanyak di dunia yang mana pemain aktifnya mencapai 34 Juta pengguna berdasarkan jenis kelamin 80% pemain laki-laki dan 20% lainnya adalah pemain perempuan. *Game* Mobile Legends *Bang-Bang* ialah *game online multiplayer game mobile* yang di kembangkan dan diterbitkan oleh Moonton, *game* ini dirilis di seluruh dunia pada tanggal 14 juli 2016. *Game* Mobile Legends yang termasuk kedalam *game online* seperti *multiplayer online battle arena* (MOBA), *game* ini memiliki strategi dan dimainkan berjumlah 5 orang dalam satu tim dan dalam satu *match*/permainan berjumlah 10 orang. Permainan Mobile Legends memiliki berbagai *hero* atau bisa disebut jagoan yang digunakan dalam permainan. Masing-masing dari pemain dalam pertandingan hanya bisa memilih satu *hero* dalam satu *meta/game*. Setelah pertandingan selesai pemain bisa memilih *hero* lainnya pada *meta/game* selanjutnya. Dilansir dari suara.com, by Agung Ptatyawan & Rezza Dwi Rachmanto, 12 agustus 2021, menyatakan jumlah pemain Mobile Legends di Indonesia (pemain aktif bulanan) mencapai lebih dari 34 juta user. Berdasarkan gender, 80% laki-laki dan 20% lainnya perempuan dan rata-rata pemain Mobile Legends berusia 16-25 tahun. Moonton juga mengumumkan bahwa mereka telah mencetak tonggak sejarah baru di mana total unduhan game Mobile Legends mencapai lebih satu milyar pada kuartal 2020. Dari jumlah pemain Mobile Legends di Jawa (pemain aktif bulanan) daerah-daerah yang memiliki basis penggemar tinggi ada di Jakarta, Banten, Yogyakarta, Surabaya, dan Semarang.

Seiring berjalannya waktu dengan meningkatnya pengguna atau pemain *game* Mobile Legends di Indonesia membuat *game* ini mengeluarkan banyak *item*, *skin* dan *hero* agar *game* ini lebih menarik untuk dimainkan. Biasanya *item*, *skin* dan *hero* membuat permainan menjadi lebih menarik karena jika kita memiliki *skin* atau *item* dapat mengubah tampilan *hero*, memberikan *damage* yang lebih menyakitkan pada lawan dan menambah harga jual akun yang lebih tinggi. Biasanya untuk mendapatkan *item*, *skin* dan *hero* bisa dilakukan dengan cara membeli *voucher game*. *Voucher game* merupakan mata uang di dalam *game* tersebut yang berguna untuk membeli berbagai macam *item*, *skin*, *hero* dan berbagai macam jenis yang diperlukan tergantung apa yang ditawarkan oleh Mobile Legends tersebut. Jika ingin melakukan pembelian *voucher game* di zaman dahulu sebelum ada perkembangan teknologi yang sangat pesat seperti saat ini, *voucher game* harus di beli secara fisik di toko yang menyediakan biasanya dapat ditemukan di warnet. Seiring kemajuan teknologi yang begitu pesat banyaknya platform-platform yang mempermudah pembelian *voucher game* melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook yang dapat mempermudah pembelian tanpa harus ke toko atau warnet secara langsung.

Instagram adalah aplikasi berbasis Android yang memungkinkan pengguna mengambil gambar, menerapkan filter digital, dan berbagi foto dengan berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Kepopuleran Instagram merupakan hal yang strategis bagi para pelaku bisnis untuk memasarkan produknya, cukup *share* foto dalam beberapa menit dan produk yang ditawarkan dapat dilihat oleh semua pengguna akun Instagram tanpa mengeluarkan banyak biaya dan tenaga. Cara menggunakan media sosial Instagram sangat mudah, karena pebisnis hanya perlu membuka akun, *upload* gambar dan deskripsi produk. Dengan cara ini pengunjung dapat melihat apa yang Anda tawarkan melalui gambar tersebut.

Aoshi Market adalah stor penjualan *voucher game* Mobile Legends terlengkap dan termurah. Aoshi Market sendiri jenis usaha yang didirikan oleh Fegi Febriansyah pada tanggal 01 September 2020 melalui media Instagram mencapai 196 ribu pengikut. Dilansir dari Liputan 6, Aditia Saputra pada 27 Oktober 2022 menyebutkan bahwa di usia muda, *gamer* yang bernama Fegi Febriansyah ini meraih keuntungan pendapatan mencapai Rp. 500 juta sampai 1 milyar perbulan dari bisnis joki Mobile Legends dan *top up* atau penjualan *voucher game online* melalui Instagram. Seiring berjalannya waktu bermunculan para pesaing yang membuka usaha yang sama seperti Rozemarket, Donkey.id, Anti mage.id, Codashop.com, Our Store, Bangjeff.com, Unpin.com dan lain-lain. Tidak hanya itu saja persaingan juga bermunculan bisa dilihat pada banyaknya *pro player* yang hengkang atau pensiun dari Mobile Legends *esport* yang memilih membuka usaha bisnis joki dan penjualan *voucher game* Mobile Legends melalui media sosial Instagram. Sehingga mempengaruhi pendapatan atau penjualan *voucher game* Aoshi Market menjadi menurun.



Gambar 1.1 Grafik penjualan *voucher game* Aoshi Market
(Sumber: Aoshi Market)

Menurut Fegi Febriansyah pada wawancara secara *online* melalui *google meet* tanggal 19 Februari 2023 mengatakan pada tahun 2022 sampai 2023 mengalami kenaikan dan penurunan dikarenakan semakin banyaknya kompetitor dan juga semakin beragamnya cara strategi *marketing* dari masing-masing bisnis. Pada tahun 2022 omset Aoshi Market meningkat karena *euforia* bermain *game* atau *event-event* di dalam *game* menyebabkan banyak orderan, hal tersebut berlangsung sampai bulan April grafik omset pendapatan cukup bagus atau meningkat. Seiring berjalannya waktu semakin banyak kompetitor dan akibat dari kesibukan saya pada perkuliahan membuat saya kurang fokus kepada Aoshi Market sehingga mengakibatkan pendapatan menurun pada bulan Mei sampai September.

Dari semua media sosial yang ada, peneliti hanya membatasi pada media Instagram. Oleh karena itu berdasarkan hal yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul "Fungsi Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan *Voucher Game Mobile Legends* di Aoshi Market."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan yang diambil dari penelitian kali ini adalah:

1. Apakah media sosial Instagram berfungsi terhadap kenaikan penjualan *voucher game Mobile Legends* di Aoshi Market?
2. Bagaimana strategi konten Instagram dalam meningkatkan penjualan *voucher game Mobile Legends* di Aoshi Market?

1.3 Batasan Masalah

Supaya penelitian yang diteliti oleh penulis agar tetap fokus dan tidak meluas dari pembahasan permasalahan yang ingin diteliti, maka penulis membatasi permasalahan yang ingin diteliti yaitu:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada Instagram Aoshi Market
2. Penelitian ini hanya meneliti postingan di Instagram Aoshi Market
3. Penelitian ini hanya berfokus pada postingan foto dan video yang mempromosikan *Voucher Game Mobile Legends* di Aoshi Market.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui fungsi media sosial Instagram berpungsi dalam meningkatkan penjualan *voucher game* Mobile Legends di Aoshi Market?
2. Untuk mengetahui strategi konten Instagram dalam meningkatkan penjualan *voucher game* Mobile Legends di Aoshi Market?

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini ada dua manfaat yaitu manfaat secara akademis dan praktis sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan, menambah wawasan dan pengetahuan mengenai Fungsi Instagram dalam meningkatkan penjualan *Voucher Game* Mobile Legends di Aoshi Market.
2. Memperkuat teori yang berkaitan dengan media sosial Instagram

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis terdapat dua manfaat yaitu bagi penulis dan pembaca sebagai berikut:

1. Bagi Penulis penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan skripsi untuk penulis dan dapat menambah wawasan mengenai fungsi Instagram dalam meningkatkan *penjualan voucher game* Mobile Legends di Aoshi Market.
2. Bagi pembaca penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dalam melakukan penelitian lanjutan atau penelitian yang ingin membahas tema yang sama di masa mendatang dan bisa memberikan wawasan kepada pembaca mengenai fungsi Instagram dalam meningkatkan penjualan *voucher game* Mobile Legends di Aoshi Market.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini sistematika yang digunakan dalam penyusunan skripsi sudah sesuai dari ketentuan dari lembaga, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB I ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada BAB II terdapat bagian tinjauan Pustaka yang terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada BAB III Menguraikan jenis penelitian dan Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan Teknik analisis data serta variabel penelitian dan sesuai kebutuhan penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada BAB IV Menguraikan hasil analisis dan bukti-bukti yang ditemukan dari permasalahan penelitian yang relevan dengan teori dan/atau konsep dan/atau hipotesis serta metode-metode yang digunakan.

BAB V PENUTUP

Pada BAB V Menyimpulkan argumentasi dan/atau saran serta agenda penelitian lanjutan yang penting dilakukan/dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA