

**MOTIF *GAMER* DALAM KEPUTUSAN MENGGUNAKAN
JASA JOKI *GAME* MOBILE LEGENDS
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN AKUN "SHADOWRIE" DI KASKUS)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

IMAM SUZZAI

1161903002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2017/2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Imam Suzzai

NIM : 1161903002

Tanda Tangan :



Tanggal : 29 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Imam Suzza'i
NIM : 1161903002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : *MOTIF GAMER DALAM KEPUTUSAN
MENGUNAKAN JASA JOKI GAME MOBILE LEGENDS
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN AKUN
"SHADOWRIE" DI KASKUS)*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Eli Jamilah Mihadja, Ph.D

()

Penguji 1 : Hanny Nurahmawati, M.Ikom

()

Penguji 2 : Dessy Kania, B.A., M.A

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) yang berjudul “Motif *Gamer* Dalam Keputusan Menggunakan Jasa Joki (Studi Kasus Pada Pelanggan Akun “Shadowrie di Kaskus) Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, tentunya banyak sekali pihak-pihak yang telah membantu, memberikan dukungan, memberikan motivasi, memberikan bimbingan serta saling bertukar informasi. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Subhanahu Wata’ala karena dengan rahmatnyalah penulis senantiasa mendapatkan kesehatan dan kemudahan dalam menjalankan kehidupan ini.
2. Keluarga penulis, Ayah, Bunda, Adik - adik yang tidak pernah lelah untuk memberikan doa, motivasi, kasih sayang serta dukungan material selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik
3. Ibu Eli Jamilah Mihadja, Ph.D selaku dosen pembimbing tugas akhir yang senantiasa dalam membimbing dan mendorong penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, serta tidak pernah lelah meluangkan waktunya untuk memberikan saran-saran dan memberikan ide-ide pikirannya di tengah kesibukan beliau sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Ibu Hanny Nurahmawati, M.Ikom selaku dewan pembahas saat sidang seminar proposal tugas akhir dan penguji sidang akhir atas arahan dan masukan yang baik dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Sahabat – sahabat Warton.co yang selalu membuat hidup jadi menyenangkan.

6. Yohanna, seseorang yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan doa yang terbaik bagi penulis.
7. Teman-teman Kampus batch 6 yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat satu sama lain. Serta teman-teman peminatan Komunikasi Pemasaran sebagai teman seperjuangan selama masa perkuliahan yang penuh suka cita. Semoga ilmu yang didapatkan selama perkuliahan bermanfaat dan hubungan pertemanan kita dapat terjalin dengan baik.
8. Narasumber yang sudah bersedia meluangkan waktunya.
9. Mas Dyama Khazim selaku triangulator.
10. Semua pihak lainnya yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT berkenan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu. Dan semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi maupun kajian lebih lanjut bagi ilmu pengetahuan.

Jakarta, 29 Agustus 2018

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Imam Suzza'i
NIM : 1161903002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Motif *Gamer* Dalam Keputusan Menggunakan Jasa Joki *Game Mobile Legends* (Studi Kasus Pada Pelanggan Akun “Shadowrie” Di Kaskus)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasi Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Tanggal : 29 Agustus 2018

Yang Menyatakan



Imam Suzza'i

**MOTIF *GAMER* DALAM KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA JOKI
GAME MOBILE LEGENDS
(Studi Kasus Pada Pelanggan Akun “Shadowrie” Di Kaskus)**

Imam Suzza’i

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana motif pembelian rasional, emosional, dan selektif berperan penting dalam keputusan *gamer* membeli jasa joki *game* Mobile Legends. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus dengan teknik pengambilan data dengan teknik observasi, teknik wawancara, dan dokumentasi kepada lima narasumber yang merupakan pelanggan loyal dari penjual jasa joki yaitu akun “shadowrie” Kaskus. Dari kelima narasumber ini ditemukan bahwa keputusan mereka menggunakan karena adanya pengalaman emosional ketika bermain *game* Mobile Legends, hal lainnya adalah keinginan untuk mencapai sesuatu dengan cara yang instan demi memenuhi ego. Terkait keputusan mereka dalam memilih sumber informasi dan memilih penjual adalah serangkaian proses panjang dalam menyeleksi berbagai sumber.

Kata Kunci: motif rasional, selektif, emosional dan keputusan pembelian

**MOTIF *GAMER* DALAM KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA JOKI
GAME MOBILE LEGENDS
(Studi Kasus Pada Pelanggan Akun “Shadowrie” Di Kaskus)**

Imam Suzza’i

ABSTRACT

This study aims to find out how the rational, emotional, and selective purchasing motives play an important role in the decision of gamers to buy Mobile Legends game jockey services. This study uses a qualitative case study method with data retrieval techniques with observation techniques, interview techniques, and documentation to five speakers who are loyal customers of jockey service sellers, namely "shadowrie" Kaskus account. From the five informants it was found that their decision to use because of the emotional experience when playing Mobile Legends games, the other thing was the desire to achieve something in an instant way to fulfill the ego. Regarding their decision to select information sources and choose sellers is a long process in selecting various sources.

Keywords: rational, selective, emotional motives and purchasing decisions.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Tujuan Umum.....	10
1.3.2 Tujuan Khusus	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Terdahulu	11

2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran	17
2.2.1 Motif	17
2.2.2 Keputusan Pembelian	20
2.2.3 <i>Game</i> Online	21
2.3 Kerangka Pemikiran	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Metode Penelitian	23
3.2 Objek Penelitian	24
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	24
3.3.1 Sumber Data	24
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	26
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	28
3.4.1 Definisi Konseptual	28
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	28
3.5 Teknik Analisis Data	31
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	33
3.7 Keterbatasan Penelitian	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1 Profile Game Mobile Legends	37
4.1.2 Deskripsi Profile Narasumber & Triangulator	42
4.1.2.1 Deskripsi Profile Narasumber	43
4.1.2.2 Deskripsi Profile Triangulator	48

4.2 Penyajian Data	49
4.2.1 Wawancara.....	51
4.2.2 Hasil Wawancara.....	68
4.3 Pembahasan.....	71
4.3.1 Motif Pembelian.....	71
4.3.1.1 Motif Selektif.....	72
4.3.1.2 Motif Rasional	73
4.3.1.3 Motif Emosional	74
4.3.2 Keputusan Pembelian.....	76
4.3.2.1 Pengenalan Kebutuhan	77
4.3.2.2 Pencarian Informasi.....	79
4.3.2.3 Evaluasi Alternatif.....	83
4.3.2.4 Pembelian	84
4.3.2.5 Evaluasi Pasca Pembelian	86
4.3.3 Matriks Penelitian	88
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1 SIMPULAN.....	91
5.2 SARAN.....	92
5.2.1 Saran Akademis.....	92
5.2.2 Saran Praktis.....	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sistem Ranking Mobile Legends	7
Gambar 1.2 Profile Akun Shadowrie	8
Gambar 1.3 Akun Shadowrie Top Search di Kaskus	9
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 3.5 Analisis data model interaktif Miles dan Huberman	32
Gambar 4.1 Role Tank.....	38
Gambar 4.2 Role Fighter.....	39
Gambar 4.3 Role Assasin.....	39
Gambar 4.4 Mage and Support	40
Gambar 4.5 Role Marksman	41
Gambar 4.6 Map Mobile Legends	42
Gambar 4.7 Awan	43
Gambar 4.8 Daniel	44
Gambar 4.9 Haris	45
Gambar 4.10 Dimas	46
Gambar 4.11 Sayyid.....	47
Gambar 4.12 Dyama	48
Gambar 4.13 Foto Wawancara dengan Awan	52
Gambar 4.14 Foto Wawancara dengan Daniel	56
Gambar 4.15 Foto Wawancara dengan Haris	60
Gambar 4.16 Foto Wawancara dengan Dimas	63
Gambar 4.17 Foto Wawancara dengan Sayyid.....	66
Gambar 4.18 Kaskus di laman pertama Google	80
Gambar 4.19 Foto Wawancara dengan Mas Dyama	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.4 Operasionalisasi Konsep	28
Tabel 4.1 Matriks Penelitian	88