

MOTIVASI DAN KEPUASAN GAMERS DI KALANGAN KOMUNITAS MOBILE LEGENDS UNIVERSITAS PAMULANG

Aji Anugrah Putra¹ dan Maya Rachmawaty²

^{1,2}Universitas Pembangunan Jaya, Tangerang Selatan

Corresponding author

E-mail: aji.anugrah@student.upi.ac.id



Diterima : 13/12/2022
Direvisi : 01/03/2022
Dipublikasi : 02/03/2022

Abstract : In the modernization era itself in social science refers to a form of transformation from a less developed or less developed state to a better direction with the hope that people's lives will be better. Humans are very dependent on technology. The development of communication technology is currently growing rapidly, as well as technological developments in aspects that have changed the pattern of people's lives. An example of the results of the development of communication technology is the emergence of mobile phones or smartphones. The development of this technology has made online games and E-sports grow rapidly. Various kinds of people and ages play online games. Like students who get motivated to play the game that is being played, namely Mobile Legends. Students who should study in academia often play Mobile Legends games and get their own satisfaction from playing Mobile Legends games until they form an online gaming community. This study uses a qualitative method and the motivation of students who play online games in accordance with the motivation, satisfaction and uses and gratification trolleys where their students play Mobile Legends games and join the community based on their own volition and students are also satisfied with Mobile Legends because it is easy to play and students are also in accordance with the dimension of satisfaction where they are loyal, recommend products, make payments and provide input on the Mobile Legends game.

Keywords : Motivation, Gratification, College Student, Gaming Community.

Abstrak: Pada zaman modernisasi sendiri dalam ilmu sosial merujuk pada bentuk transformasi dari keadaan yang kurang maju atau kurang berkembang ke arah yang lebih baik dengan harapan kehidupan masyarakat akan menjadi lebih baik. Manusia sangat bergantung pada teknologi. Perkembangan teknologi komunikasi saat ini semakin pesat, serta perkembangan teknologi dalam aspek sudah mengubah pola kehidupan masyarakat. Contoh dari hasil perkembangan teknologi komunikasi adalah munculnya telepon genggam

	<p>atau <i>smartphone</i>. Perkembangan teknologi ini ini menjadikan <i>game online</i> dan <i>E-sport</i> berkembang pesat. Berbagai macam kalangan dan umur bermain <i>game online</i>. Seperti mahasiswa yang mendapatkan motivasi untuk bermain <i>game</i> yang sedang ramai dimainkan yaitu <i>Mobile Legends</i>. Mahasiswa yang seharusnya menuntut ilmu di akademis justru sering bermain <i>game Mobile Legends</i> dan mendapatkan kepuasan sendiri karena bermain <i>game Mobile Legends</i> hingga mereka membentuk suatu komunitas <i>game online</i>. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan motivasi mahasiswa yang bermain <i>game online</i> sesuai dengan teori motivasi, kepuasan dan <i>uses and gratification</i> dimana mahasiswa mereka bermain <i>game Mobile Legends</i> dan bergabung dengan komunitas berdasarkan kemauan diri mereka sendiri dan mahasiswa juga merasa puas dengan <i>Mobile Legends</i> karena mudah dimainkan dan mahasiswa pun sesuai dengan dimensi kepuasan dimana mereka setia, merekomendasikan produk, melakukan pembayaran dan memberikan masukan pada <i>game Mobile Legends</i>.</p> <p>Kata kunci : Motivasi, Kepuasan, Mahasiswa, Komunitas Game</p>
--	---

PENDAHULUAN

Pada zaman modernisasi ini yang mempunyai arti sendiri dalam ilmu sosial merujuk pada bentuk transformasi dari keadaan yang kurang maju atau kurang berkembang ke arah yang lebih baik dengan harapan kehidupan masyarakat akan menjadi lebih baik. Modernisasi mencakup banyak bidang, contohnya dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Di zaman modernisasi seperti sekarang, manusia sangat bergantung pada teknologi. Hal ini membuat teknologi menjadi kebutuhan dasar setiap orang. Dari orang tua hingga anak muda, para ahli hingga orang awam pun menggunakan teknologi dalam berbagai aspek kehidupannya (Fahrudin, 2014).

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini semakin pesat, serta perkembangan teknologi dalam aspek sudah mengubah pola kehidupan masyarakat. Contoh dari hasil perkembangan teknologi komunikasi adalah munculnya telepon genggam atau *smartphone*. Pada masa saat ini penggunaan *smartphone* bukanlah hal aneh karena hampir penduduk Indonesia sudah menggunakan *smartphone* dalam kesehariannya. Namun alat komunikasi jarak jauh tersebut juga mengalami kemajuan teknologi yang sangat pesat. Telepon genggam sudah beralih fungsi dari alat komunikasi jarak jauh menjadi sebuah benda yang sangat pintar yang dapat digunakan untuk berbagai macam kebutuhan oleh penggunanya, seperti menggunakan sosial media, *video call*, bermain *game* dan masih banyak lagi (Kurnia, 2017).

Perkembangan teknologi di Indonesia saat ini berada di urutan ke-60 dari 72 negara berdasarkan data dari *United Nation for Development Program* (UNDP) pada tahun 2013. Proses pengukurannya berupa penciptaan teknologi yang dilihat dari perolehan hak paten dan royalti atas karya dan penemuan teknologi, difusi inovasi teknologi mutakhir yang diukur dari

jumlah pengguna Internet dan besaran sumbangan ekspor teknologi terhadap total barang ekspor. Kemajuan teknologi di Indonesia masih rendah. Ada beberapa indikator yang membuktikan rendahnya tingkat teknologi di Indonesia, seperti kurangnya kontribusi ilmu pengetahuan dan teknologi di sektor industri, sinergi kebijakan masih lemah, dan sedikitnya jumlah ilmuwan di Indonesia (Armida, 2014).

Internet sendiri saat ini menjadi media alternatif untuk masyarakat umum, karena di era modern saat ini semua sudah berbasiskan internet atau jaringan *online* yang biasanya masyarakat menggunakan internet untuk bertukar informasi, membeli suatu produk, dan untuk bermain *game online* yang sedang ramai belakangan ini. Indonesia sendiri merupakan negara kepulauan yang memiliki penduduk sebanyak 264 juta penduduk pada tahun 2018. Menurut data yang diambil dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), pengguna internet pada tahun 2019 di Indonesia mencapai 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet dengan pengguna terbanyak berada di Pulau Jawa mencapai 55 persen dari keseluruhan, selanjutnya dari Sumatera sebesar 21 persen (Yudha, 2019). Penelitian ini dilatarbelakangi fenomena maraknya permainan *game online* yang dimainkan para *gamers* mahasiswa. *Game online* merupakan permainan yang terdiri atas sekumpulan peraturan yang membangun situasi – situasi bersaing dari dua sampai beberapa orang atau kelompok dengan memilih strategi yang dibangun untuk memaksimalkan kemenangan sendiri ataupun meminimalkan kemenangan lawan. Bisa disimpulkan bahwa *game* tercipta dengan adanya beberapa peraturan yang digunakan untuk menertibkan, menciptakan keadilan, dan juga kemampuan berpikir para pemainnya dalam bermain *game*. Selain aturan – aturan di dalam *gameplay* sebuah *game online*, aturan rating *game* pun juga penting untuk diberikan dengan tujuan membatasi para pengguna yang memainkan *game – game* tersebut (Yusuf, 2019).

Menurut ESRB (*Entertainment Software Rating Board*) rating *game* mempunyai tiga fungsi penting untuk para pemain *game*, yakni untuk menunjukkan kesesuaian usia, mendeskripsikan isi atau konten yang berada di dalam *game* secara detail dan untuk menunjukkan atau menginformasikan kemampuan interaktif yang dimiliki pemain seperti cara mereka berkomunikasi dengan pemain lain, memberikan lokasi dengan orang lain, dan menjalankan transaksi di dalam *game* maupun dengan orang lain. Hal inilah yang membuat para industri *game* terus membuat dan menciptakan *game* dengan konten yang disesuaikan oleh para pecinta *game online* (Qhadafi, 2017).

Rumusan Masalah

Dari penjelasan pada latar belakang di atas dapat di ketahui tentang maraknya mahasiswa yang bermain *game online* dan sedang naiknya *e-sport* di Indonesia sehingga peneliti merumuskan masalah “Bagaimana Motivasi dan Kepuasan *Gamers Mobile Legends* di Kalangan Komunitas Mahasiswa?”

Tujuan Penelitian

Seperti yang dijelaskan pada latar belakang di atas tentang pesatnya perkembangan *e-sport* dan *game online* di Indonesia dan banyaknya pengguna *game online* di kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi dan kepuasan pengguna *game Mobile Legends* pada komunitas mahasiswa.

KAJIAN PUSTAKA

Uses and Gratification

Pada penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification*. Teori ini sendiri adalah teori sosiologi tentang penggunaan media massa oleh khalayak yang merupakan teks, atau gambar baik yang berbunyi maupun bergerak berupa tulisan atau audio visual yang disiarkan (istilah sekarang: di posting, di *share* atau di *forward* dan mereka yang melakukan itu mendapatkan keuntungan sejumlah kepuasan. Para peneliti yang menggunakan teori ini memusatkan perhatian pada bagaimana khalayak menggunakan media, lebih dari bagaimana media mempengaruhi khalayak. Teori *uses and gratification* ini menjelaskan tentang sifat khalayak yang aktif dalam mengonsumsi media sehingga mereka dapat menjadi lebih selektif dalam memilah-milih pesan media yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan audiensi.

1. *Cognitive Needs*: Kebutuhan ini berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman dari lingkungan sekitar.
2. *Affective Needs*: kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan. Bisa dengan bersantai mengisi waktu luang, menyalurkan emosi, bisa mendapatkan hiburan ataupun kesenangan dari melakukan sesuatu dan dapat melepaskan diri dari sebuah permasalahan.
3. *Personal Integrative Needs*: dimana pada aspek ini kebutuhan berkaitan dengan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status khalayak.
4. *Social Integrative Needs*: memperoleh pengetahuan yang berkaitan dengan empati sosial, dapat menjalankan peran sosial sebagai mahasiswa, dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain, serta adanya keinginan untuk dekat dan dihargai oleh orang lain.
5. *Escapist Needs*: Kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan dan Hasrat akan keanekaragaman.

Jadi bisa diketahui bahwa teori *uses and gratification* juga mempunyai motif yang terbagi menjadi lima yaitu ada *Cognitive Needs*, *Affective Needs*, *Personal Integrative Needs*, *Social Integrative Needs* dan *Escapist Needs* (Putri 2014).

Motivasi

Menurut beberapa ahli motivasi mempunyai beberapa pengertian, motivasi dan kata motif adalah salah satu kata yang saling berdampingan dan berkaitan erat karena saling menjadi latar belakang suatu perbuatan seseorang agar melakukan suatu tindakan. Berikut adalah definisi tentang motivasi dari beberapa ahli (Amna, 2017).

Faktor – Faktor Motivasi

Seorang individu membutuhkan suatu faktor dorongan atau motivasi sehingga apa yang mereka inginkan dapat tercapai, berikut adalah beberapa faktor motivasi adalah:

1. Faktor Individual Faktor Individual ini dapat dilihat seperti dari kematangan seseorang, tingkat kecerdasan dan pengalaman pribadi.
2. Faktor Sosial Seperti kondisi keluarga atau lingkungan.

Kepuasan

Menurut Fandy Tjiptno (2016:204) kepuasan (*satisfactioans*) adalah suatu kata yang berasal dari kata “*Statis*” atau artinya cukup baik, memadai dan “*Facio*” (melakukan atau

membuat), kepuasan dari konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) dengan yang dirasakan atau dibandingkan dengan harapannya.

Tipe-tipe Kepuasan Strauss dalam Tjiptono & Chandra (2016:212) membedakan kepuasan ke dalam tiga tipe-tipe kepuasan berdasarkan percampuran dari emosi yang spesifik, bagaimana kapabilitas pelayanan dan yang terakhir adalah dari minat perilaku untuk memilih lagi pelayanan. Ketiga tipe-tipe kepuasan tersebut disebut dengan *demanding satisfaction*, *stable satisfaction*, *resigned satisfaction*.

1. *Demanding Customer Satisfaction*. Tipe kepuasan ini merupakan tipe kepuasan yang aktif. Relasi dengan penyedia jasa dipenuhi dengan emosi positif, terutama optimisme dan kepercayaan. Berdasarkan pengalaman positif di masa lalu, konsumen dengan tipe kepuasan ini berharap bahwa penyedia jasa akan mampu memuaskan ekspektasi mereka yang semakin meningkat secara terus menerus.
2. *Stable Customer Satisfaction*. Pelanggan dalam tipe ini memiliki tingkat aspirasi pasif dan perilaku yang demanding. Emosi positifnya terhadap penyedia jasa bercirikan *steadiness* dan *trust* dalam relasi yang terbina saat ini. Mereka menginginkan segala sesuatunya tetap sama. Berdasarkan pengalaman-pengalaman positif yang telah terbentuk hingga saat ini, mereka bersedia melanjutkan relasi dengan penyedia pelayanan.
3. *Resigned Customer Satisfaction*. Pelanggan dalam tipe ini juga merasa puas. Namun, kepuasannya bukan disebabkan oleh pemenuhan ekspektasi, namun lebih didasarkan pada kesan bahwa tidak realistis untuk berharap lebih. Perilaku pelanggan tipe ini cenderung pasif. Mereka tidak bersedia melakukan berbagai upaya dalam rangka menuntut perbaikan situasi.

Game Online

Mobile game terus berkembang, seperti dari arcade hingga olahraga. Peluang seperti ini tentu harus bisa di kelola oleh industri *game* lokal. Agar tidak terjadi pasang surut pasar *game* hanya dapat dinikmati pemain *global*. Tantangan seperti ini perlu direspons karena potensi yang ada pada pasar *mobile game* di Indonesia sangat besar. Dengan meningkatnya pengguna ponsel menjadi 80% dan gencarnya penetrasi internet ke berbagai daerah, akses terhadap *mobile game* menjadi kian mudah. Pasar *game* di Tanah Air akan semakin besar karena jumlah penduduk Indonesia juga sangat besar, di atas 250 juta jiwa (Mulyani, 2019).

Ada beberapa tipe *game* yang sudah diklasifikasikan oleh Husnul Adi (2019), antara lain:

1. *Massively Multiplayer Online First-person Shooter Games* (MMOFPS) *Game online* jenis ini mengambil sudut pandang orang pertama sehingga seolah-olah pemain berada dalam permainan tersebut dalam sudut pandang tokoh karakter yang dimainkan, dimana setiap tokoh memiliki kemampuan yang berbeda dalam tingkat akurasi, refleks, dan lainnya. Jenis *game* ini dapat melibatkan banyak orang dan biasanya permainan ini mengambil setting peperangan dengan senjata-senjata militer.
2. *Massively Multiplayer Online Real-time Strategy Games* (MMORTS) *Game* jenis ini menekankan kepada kehebatan strategi pemainnya. *Game* ini mempunyai ciri khas yang berbeda yaitu pemain harus dapat mengatur strategi dari permainan ini agar bisa

- memenangkan setiap pertandingan. Dalam MMORTS, tema permainan bisa berupa sejarah, fantasi dan fiksi ilmiah.
3. *Massively Multiplayer Online Role-playing Games* (MMORPG) Permainan *game* jenis ini biasa mempergunakan peran tokoh-tokoh yang khayalan atau fiktif lalu bekerja sama untuk dapat melanjutkan sebuah alur cerita - cerita yang sudah disediakan. MMORPG dikenal lebih mengarah ke *game* kerja sama sosial dibandingkan dengan kompetisi. Karena pada umumnya dalam *game* MMORPG ini, para player harus bisa berkelompok dalam satu kelompok.
 4. *Cross Plat Form online Play* Jenis ini dapat dimainkan secara *online* dengan perangkat yang berbeda. Pada saat ini jenis *game console* sudah marak berkembang yang bisa seperti *game* komputer yang diberikan kelengkapan dengan jaringan yang sudah bersumber terbuka.
 5. *Massively Multiplayer Online Browser Game*. Jenis ini dimainkan pada *browser* seperti *Mozilla Firefox, Opera, atau Internet Explorer*. *Game* sederhana dengan pemain tunggal dapat dimainkan dengan *browser* melalui html dan teknologi *scripting html* (JavaScript, ASP, PHP, MySQL).

Mobile Legends

Pada penelitian ini peneliti menggunakan *Mobile Legends* sebagai jenis *game online* yang digunakan. *Mobile Legends* adalah *game* yang dikembangkan dan dirilis oleh Moonton developer. *Game* ini dapat dimainkan di *platform mobile* Android dan iOS. *Game* MOBA satu ini sukses mencuri perhatian para *gamer* di Indonesia sejak tahun 2016. Permainan ini dimainkan sebanyak 10 orang yang terbagi menjadi 2 tim. Permainan dimulai dengan setiap pemain memilih 1 *hero* dari daftar *hero* yang bisa diakses oleh pemain. *Hero* yang tersedia adalah *hero* yang telah dibeli dan *hero* yang sedang ‘dipinjamkan’ secara gratis kepada pemain oleh sistem. Dengan kata lain, tidak semua *hero* dapat langsung dimainkan. Lama permainan berkisar sekitar 15 menit untuk 1 ronde (Pratomo, 2021).

Gamers di Kalangan Mahasiswa

Gamers memiliki arti “*someone who likes playing computer games*” atau jika diterjemahkan menjadi “seseorang yang senang bermain *game* komputer (elektronik)”. Jika mengambil referensi dari definisi tersebut, maka seseorang bisa disebut sebagai *gamer* jika dia suka bermain *game*, tak peduli seberapa besar kemampuan, koleksi *game*, atau wawasannya tentang *game*. Meski begitu, setiap orang mungkin memiliki definisi yang berbeda-beda terhadap istilah *gamers*, walaupun jika sedang mengobrol secara spontan tidak pernah mempermasalahkannya. Ada beberapa orang yang menganggap *gamer* adalah seseorang yang memiliki dedikasi tinggi bermain *game* dengan keahlian yang tinggi pula, ada yang menganggap orang yang sekedar menyukai *game* dan memainkannya ya itulah *gamer* (Syahrul, 2015).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini digunakan sebuah pendekatan yang dikenal dengan pendekatan kualitatif. Creswell menyatakan penelitian kualitatif sebagai suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden dan melakukan studi pada situasi yang alami. Penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung

menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna (perspektif informan) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan. Selain itu, landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, mengembangkan teori, memastikan kebenaran data dan meneliti sejarah perkembangan (Noor, 2011: 35).

Analisa Data

Metode analisis data adalah proses penelitian dimana data yang sudah dikumpulkan, diolah dan dikembangkan untuk membuat rumusan masalah. Untuk metodologi penelitian Kualitatif, penelitian ini memiliki 3 (tiga) cara, yaitu :

1. Manajemen data : Penelitian Kualitatif biasanya menggunakan wawancara dan observasi sebagai pengambilan datanya. Dikarenakan kualitatif berupa teks atau narasi tekstual. Data selain di teks harus dilakukan konversi terlebih dahulu ke dalam bentuk teks, hal inilah yang dinamakan transkripsi data. Hasil wawancara yang berupa rekaman audio atau video perlu di transkrip guna keperluan analisis. Proses transkripsi menjadi bagian awal dan krusial dalam tahap manajemen data penelitian kualitatif.
2. Koding Data : Koding merupakan proses pengidentifikasian tema dari hasil dari transkrip yang sudah dibuat. Data yang sudah dikoding diberikan label untuk kemudahan analisis. Koding merupakan proses yang intensif tidak linier dan sekali jalan langsung jadi. Perlu pemeriksaan terhadap masing-masing naskah transkrip secara hati-hati dan berulang. Setelah data tertentu dipecah menjadi bagian-bagian sesuai tema dan diberi label, tak jarang analis melihat kembali naskah transkrip tersebut untuk diperiksa lagi. Analis atau peneliti juga memeriksa rangkaian hasil koding antar transkrip dan mencari hubungan antar teks yang berbeda label.
3. Interpretasi Data : Sebagaimana proses koding, usaha menginterpretasi data tidak dilakukan sekali saja, melainkan berulang kali. Data tekstual yang sudah di kategorisasi sesuai tema di interpretasi kembali dalam rangka mencari hubungan antar tema dalam label atau kode yang berbeda. Riset sosial selalu melibatkan interpretasi. Di satu sisi, interpretasi menandakan unsur subyektivitas dalam penelitian. justru di situlah kekuatan riset kualitatif dimana peneliti sebagai bagian dari instrumen riset berperan sangat penting dalam proses analisis data.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji *confirmability*, yaitu mengambil kesimpulan dari jawaban informan yang satu dengan informan lainnya agar mendapatkan informasi dan mengkonfirmasi kepada informan agar mendapatkan informasi yang valid. Sehingga penelitian ini memiliki tujuan yang sama terkait bagaimana motivasi dan kepuasan *gamers Mobile Legends* Di dalam pengujian data penelitian kualitatif meliputi uji, *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Salim, 2012).

Credibility atau kredibilitas merupakan salah satu pengujian data penelitian kualitatif yang dilakukan dengan cara :

1. Perpanjangan Pengamatan.

Perpanjangan pengamatan dapat meningkatkan kredibilitas/kepercayaan data. Dengan perpanjangan pengamatan, peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan informan yang ditemui maupun informan yang lebih baru. Perpanjangan pengamatan berarti hubungan antara peneliti dengan sumber akan semakin terjalin, semakin akrab, semakin terbuka, saling timbul kepercayaan, sehingga informasi yang diperoleh semakin banyak dan lengkap.

2. Meningkatkan Kecermatan dalam Penelitian.

Meningkatkan kecermatan merupakan salah satu cara mengontrol/mengecek pekerjaan apakah data yang telah dikumpulkan, dibuat, dan disajikan sudah benar atau belum. Untuk meningkatkan ketekunan peneliti dapat dilakukan dengan cara membaca berbagai referensi, buku, hasil penelitian terdahulu, dan dokumen-dokumen terkait dengan membandingkan hasil penelitian yang telah diperoleh. Dengan cara demikian, maka peneliti akan semakin cermat dalam membuat laporan yang pada akhirnya laporan yang dibuat akan semakin berkualitas.

3. Triangulasi.

Menurut Sugiyono (2017) Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. Triangulasi sumber untuk mengkaji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sedangkan, Triangulasi teknik yaitu untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Serta triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan wawancara, observasi, atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda-beda (Ridwan, 2019).

4. *Transferability*

Transferability merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal akan menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi di mana sampel tersebut diambil. Pertanyaan yang berkaitan dengan nilai transfer sampai saat ini masih dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi lain. Sehingga ketika penelitian dapat digunakan dalam konteks yang berbeda di situasi sosial yang berbeda maka validitas dari nilai transfer masih dapat dipertanggung jawabkan.

5. *Dependability*

Reliabilitas atau penelitian yang dapat dipercaya, dengan kata lain beberapa percobaan yang dilakukan selalu mendapatkan hasil yang sama. Penelitian yang *dependability* atau reliabilitas adalah penelitian apabila penelitian yang dilakukan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan memperoleh hasil yang sama pula.

6. *Confirmability*

Objektivitas pengujian kualitatif disebut juga dengan uji *confirmability* penelitian. Penelitian bisa dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati oleh lebih banyak orang. Penelitian kualitatif uji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Apabila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*. Validitas data yang diperoleh peneliti tidak berbeda dengan apa yang diteliti atau yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga bisa dipertanggungjawabkan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan dengan ketiga informan tentang motivasi mereka untuk bermain *game Mobile Legends* sesuai seperti teori motivasi yang dijelaskan oleh Amna (2017) bahwa motivasi adalah suatu dorongan yang akan membuat seseorang melakukan suatu tindakan, dan motivasi juga mempunyai faktor-faktor yang mempengaruhi seperti faktor individual yang bisa dilihat dari kematangan diri seseorang dan pengalaman pribadi seseorang dan juga ada faktor sosial yang berasal dari lingkungan yang atau keluarga akan mempengaruhi. Hal tersebut diperkuat oleh jawaban yang diberikan oleh ketiga informan bahwa mereka bermain *game Mobile Legends*, bergabung dengan komunitas dan mengikuti kompetisi adalah kemauan dari diri mereka sendiri yaitu faktor individual dan masuk juga pada kategori tipe motivasi intrinsik karena seseorang akan melakukan sesuatu ketika mereka mempunyai ketertarikan dari dirinya sendiri sehingga mereka bergabung dengan komunitas dan mengikuti perlombaan.

Selanjutnya tentang penggunaan dari *game Mobile Legends* berdasarkan teori *uses and gratification* seseorang akan menggunakan dan memilih media mana yang bisa memenuhi kebutuhan mereka dan terdapat aspek-aspek seperti aspek kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasi nya. Seorang konsumen puas atau tidak, sangat tergantung pada kinerja produk (*Perceived Performance*) dibandingkan ekspektasi pelanggan bersangkutan dan apakah sang pelanggan menginterpretasikan adanya deviasi atau gap di antara kinerja dan ekspektasi tersebut. Kepuasan dari konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) dengan yang dirasakan atau dibandingkan dengan harapannya. Konsumen atau pelanggan dapat menjadi salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum yaitu jika kinerja di bawah harapan, konsumen juga akan merasa kecewa jika kinerja yang diberikan sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa puas dan jika kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira. (Fandy, 2016)

Tentang penggunaan dan kepuasan ketiga informan seperti penggunaan *game Mobile Legends* dan kepuasan mereka dalam menggunakannya juga sesuai dengan teori *uses and gratification* yang dijelaskan oleh Karman (2013) bahwa seseorang akan memilih menggunakan media yang akan dianggap akan memenuhi kebutuhan mereka atau memberikan kesenangan dan teori ini juga diperkuat dari jawaban ketiga informan dimana mereka memilih untuk bermain *game Mobile Legends* karena mempunyai kemudahan untuk digunakan, membutuhkan strategi, taktik dan kekompakan untuk bisa mendapatkan kemenangan, selain

itu juga *game Mobile Legends* sering untuk mengadakan kompetisi yang mendapat hadiah atau juga membuat acara yang menarik bagi untuk pengguna *game Mobile Legends*.

Ketiga informan juga merasa sangat puas dengan perkembangan grafik yang semakin mengalami peningkatan dibandingkan dengan awal *game Mobile Legends* dimunculkan dan mereka merasa developer *game Mobile Legends* siap untuk mendengarkan kritik atau masukan dari penggunanya seperti saat ada *bug* atau ketidakseimbangan pada hero dari *game Mobile Legends*, developer *game Mobile Legends* akan segera untuk menyelesaikan permasalahan itu untuk memberikan kenyamanan dan kepercayaan bagi pengguna nya.

Seberapa sering melakukan pembayaran produk dari *game Mobile Legends* dua dari ketiga informan selalu melakukan pembayaran secara rutin seperti berlangganan setiap bulan, setiap ada event besar dan informan pertama mengatakan selalu mendapatkan hadiah setiap bulan dari *game Mobile Legends*, sesuai dengan aspek teori *uses and gratification* yang dijelaskan Putri (2014) *Personal Integrative Needs* karena ketiga informan pembelian produk sebagai bentuk terima kasih dan kepercayaan kepada developer karena telah membuat *game Mobile Legends*.

Ketiga informan juga sering untuk memberikan masukan pada *game Mobile Legends* dapat diketahui ketiga informan mempunyai jawaban yang sama, bahwa mereka pernah memberikan masukan seperti tentang *bug*, *gb* akun dan tentang skin yang ingin diperkuat dari *game Mobile Legends* dan jawaban ketiga informan sesuai dengan dimensi kepuasan yang dijelaskan Sirhan (2016) memberikan masukan dimana konsumen merasa puas dan sudah percaya, mereka akan selalu meminta lebih lagi, oleh karena itu konsumen akan selalu memberikan masukan agar keinginan mereka tercapai. Saat memberikan penilaian pada *game Mobile Legends*, ketiga informan memberikan penilaian yang sama yaitu delapan dan satu informan memberikan penilaian delapan setengah dan ketiga informan merasa puas dengan *game Mobile Legends*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada mahasiswa yang bergabung dalam komunitas *Mobile Legends* Unpam mempunyai motivasi untuk bermain *game Mobile Legends* Seperti yang dijelaskan Amna (2017) bahwa motivasi adalah suatu rangkaian usaha yang ada pada kondisi tertentu dan membuat seseorang melakukan kegiatan tersebut dan terdapat faktor – faktor motivasi seperti individual dan sosial yang mempengaruhi motivasi mahasiswa untuk bermain *game Mobile Legends* dan bergabung dengan komunitas. karena faktor dari diri mereka sendiri seperti menyukai game yang diperlukan strategi, taktik, dan kekompakan tim untuk bisa memenangkan pertandingan pada *game Mobile Legends*, lalu faktor eksternal juga mempengaruhi seperti karena banyak lingkungan sosial mereka banyak yang bermain dan menggunakan *game Mobile Legends* sehingga mereka menjadi terus bermain dan ada juga karena sudah memiliki atau mempunyai basic pada game ber genre MOBA (*Multiplayer Online Battleground Arena*) pada game Dota dan berpindah menggunakan *game Mobile Legends* karena game ini sangat praktis dan mudah untuk digunakan, selain itu juga mudah

untuk dimainkan dimana-mana karena menggunakan *handphone* dan sudah mempunyai pengguna yang banyak untuk di Indonesia sendiri.

Lalu bisa diketahui juga bahwa aktivitas para mahasiswa yang tergabung dalam komunitas *game Mobile Legends* Unpam tidak mengganggu aktivitas akademis mereka sesuai yang dijelaskan Niken (2018) Mahasiswa yang aktif organisasi memiliki korelasi positif dengan beberapa perkembangan psikososial. Mahasiswa yang aktif organisasi memiliki skor yang lebih tinggi dalam keterlibatan akademis, perencanaan karier, perencanaan gaya hidup dan kemandirian akademis. Terdapat pengaruh keterlibatan mahasiswa pada kegiatan organisasi dan terdapat hubungan antara keterampilan mahasiswa berbicara depan umum, kemampuan kepemimpinan serta keterampilan interpersonal dengan berapa lama waktu yang dihabiskan dalam berpartisipasi pada kegiatan organisasi mahasiswa. Karena mereka bisa membagi waktu untuk bermain *game Mobile Legends* dan untuk mengerjakan tugas dari kuliah mereka, bahkan salah satu informan mengatakan bahwa dengan bergabung komunitas bisa membentuk nilai akademis nya karena bisa bertanya masalah tugas yang diberikan kepada senior mereka yang berada pada komunitas juga dan itu membantunya untuk menaikkan nilai akademis di kampus.

Suka dan duka dalam bergabung komunitas juga menjadi salah satu faktor untuk mereka tetap mengikuti komunitas sesuai yang dijelaskan Niken (2018) Motivasi Ekstrinsik adalah seseorang melakukan sesuatu dengan tujuan menghindari perasaan bersalah atau berusaha mencapai kebanggaan, misalnya suka nya seperti mempunyai teman yang memiliki hobi sama untuk bermain *game* dengan mengikuti perlombaan hingga memenangkan perlombaan tersebut dan duka nya seperti kesulitan dalam menyatukan banyak kepala agar menciptakan kenyamanan dalam komunitas *Mobile Legends Unpam* (MLU).

Selain mempunyai motivasi yang tinggi untuk bermain *Mobile Legends* mahasiswa yang tergabung dalam komunitas *Mobile Legends* juga merasa puas dan merasa semua fitur-fitur dalam *game Mobile Legends* sangat memberikan kepuasan seperti dari segi *gameplay* permainan *Mobile Legends*, Kompetisi yang berhadiah, grafik dari *game Mobile Legends* yang terus berkembang menjadi lebih bagus, event skin gratis yang sering diberikan, keamanan akun dari pengguna *Mobile Legends* dan melakukan pembelian produk pada *game Mobile Legends* secara terus-menerus karena percaya dengan *game Mobile Legends* yang sering membuat *event-event* besar yang menarik untuk semua pengguna dari *game Mobile Legends*, sesuai dengan yang dijelaskan Putri (2014) pada aspek teori *uses and gratification Personal Integrative Needs* dimana pada aspek ini kebutuhan berkaitan dengan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status khalayak.

Mahasiswa merasa puas dengan *game Mobile Legends* juga sesuai dengan dimensi kepuasan yang dijelaskan Sirhan (2016) tentang dimensi kepuasan merekomendasikan produk karena konsumen mendapatkan pengalaman positif sehingga merekomendasikan produk kepada orang lain dimana mereka juga merekomendasikan *game Mobile Legends* kepada mahasiswa lain untuk menggunakannya dengan cara memberikan informasi tentang *game Mobile Legends* dan merekomendasikan mereka untuk mau bergabung masuk ke dalam komunitas *Mobile Legends Unpam* (MLU) agar bisa menambah anggota dari komunitas dan menambah teman bermain *game Mobile Legends*. Selain itu mahasiswa yang bermain *game*

Mobile Legends juga selalu aktif untuk memberikan masukan atau kritik kepada *Mobile Legends* sesuai dengan dimensi kepuasan yang dijelaskan Sirhan (2016) memberi masukan karena konsumen merasa puas dan percaya sehingga meminta lebih dan memberi masukan agar tercapai dimana mahasiswa ketika ada yang tidak sesuai pada game yang akhirnya membuat kerugian untuk sebagian pemain seperti bug, ketidak seimbangan *hero* dan ada pemain yang berkata kasar atau tentang harga skin yang terlalu mahal. Hal tersebut mereka lakukan karena mereka percaya bahwa developer dari *game Mobile Legends* akan selalu mendengarkan kritik ataupun saran yang diberikan oleh semua pengguna dari *game Mobile Legends*. Mahasiswa juga selalu membeli produk pada *game Mobile Legends* sesuai dengan dimensi kepuasan yang dijelaskan Sirhan (2016) yaitu setia, membeli produk yang ditawarkan dan bersedia membayar lebih karena mahasiswa selalu membeli produk yang ditawarkan *game Mobile Legends* dengan mengeluarkan uang mereka untuk mendapatkan produk yang bagus dan kualitas produk yang bagus juga dengan harapan mereka.

Saran Akademis

1. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kajian baru untuk dilanjutkan oleh peneliti yang ingin membahas penelitian serupa serta dapat untuk memperbaiki penelitian dari motivasi dan kepuasan *gamers* di kalangan komunitas mahasiswa.
2. Kepada lembaga kampus agar lebih memfasilitasi komunitas-komunitas yang berada di kampus seperti komunitas *game*, karena perkembangan *E-sport* yang sedang berkembang pesat di Indonesia dan bisa untuk menambahkan aktivitas yang positif bagi mahasiswa yang bermain *game online*.

Saran Praktis

Kepada masyarakat khususnya mahasiswa yang bermain *game Mobile Legends* harus bisa membagi waktu antara bermain *game* dengan kegiatan akademis dari kampus

DAFTAR PUSTAKA

- Amna, E. (2017). Kedudukan Motivasi Belajar Siswa Dalam Pembelajaran. Banda Aceh. Lamtanida Jurnal, 5(2): 93-196.
- Atifah, K. (2019). Dampak Bermain Game Online Terhadap Pelaksanaan Ibadah Remaja Di Dusun Simpang Rowo Desa Dadapan Kecamatan Sumberejo Kabupaten Tanggamus. Diakses pada 15 April 2021 dari <http://repository.radenintan.ac.id/7107/1/SKRIPSI.pdf>
- Ardita, S. (2012). Konsep Diri Pemain Game Online : Studi fenomenologi Tentang Konsep Diri Perempuan Pecanduan Online di Jakarta. Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(1): 4-5.
- Bahrul, U. (2018). Game Mobile Legends di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Diakses pada 15 April 2021 dari http://digilib.uinsby.ac.id/27232/3/Bahrul%20Ulum_E71213100.pdf
- Debrio, M. (2018). Integritas Akademik Pada Mahasiswa : Studi Kasus di Perguruan Tinggi Swasta X Surakarta. Diakses pada 25 Maret 2021 dari <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/59888>
- Dinata, O. (2017). Hubungan Kecanduan Game Online Clash of Clans Terhadap Perilaku Sosial. Diakses pada 15 April 2021 dari <https://media.neliti.com/media/publications/184586-ID-hubungan-kecanduan-game-online-clash-of.pdf>
- Hengki, W. (2020). Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan. Makassar. Diakses pada 24 Maret 2021 dari

-
- https://www.researchgate.net/publication/343601462_Analisis_data_kualitatifteori_konsep_dalam_penelitian_pendidikan
- Karman. (2013). Riset Penggunaan Media dan Perkembangannya Kini. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. 17(1):103-121.
- Kurnia, A. (2017). Pelatihan Memanfaatkan Gadget Sebagai Media Informasi. Diakses pada 15 April 2021 dari <http://repository.bakrie.ac.id/1390/1/17.%20Pelatihan%20Memanfaatkan%20Gadget%20Sebagai%20Media%20Informasi%20.pdf>
- Kusumasitta. (2014). Relevansi Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Bagi Pengunjung Museum di Taman Mini Indonesia Indah. Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. 7(1): 158.
- Maryam, M. (2016). Pengaruh Motivasi Dalam Pembelajaran. Aceh: MTsNegeri Tunkob Darussalam. *Jurnal Lantanida*. 4(2): 58.
- Niken, C. (2018). Motivasi Mahasiswa Berorganisasi di Kampus. *Jurnal Psikologi Insight*. 2(2): 27-28.
- Putri, A. (2014). Studi Kualitatif Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Musikdari Media dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Mahasiswa FISIPUI. Diakses pada 3 Juni 2021 dari http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20368903_MKDiandra%20Putri%20Adhani.pdf
- Qadhafi, T. (2017). Perancangan Kampanye Sosial Lindungi Anak Dari Video Game Kekerasan Dengan Rating System dan Parental Control. Diakses pada 15 April 2021 dari <http://repository.unpas.ac.id/27128/1/qadhafi%20106010027.pd>