

Interaktivitas Dalam Forum Jual Beli Di Facebook : Studi Terhadap Forum Jual Beli Akun Mobile Legends

Syifarina Mutiara Oktaviani 1¹, Aiza Nabila Arifputri, 2¹

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, syifarnamo@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, aizanabilla@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This research aims to explore interactivity in the Mobile Legends account buying and selling forum on Facebook, with a focus on the increasing popularity of the Mobile Legends game and illegal account trading on the Facebook forum. Interactivity is a process where users can interact and communicate actively in a media or system. Interactivity includes three aspects: User to System, User to User, and User to Document. The netnographic method by Robert V. Kozinets (2018) was used, involving forum observations and interviews with members to gain an in-depth understanding of the interactivity in the forum. The interviews complemented the observations by revealing additional insights from the forum members. Data were analyzed by data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Data analysis units according to Mc Millan and Hwang (2002): (1) User to User – interaction through uploads and comments; (2) User to System – interaction with Facebook features and forum management by admin; (3) User to Document – interaction with documents such as guides and account details posted on the forum. Findings show that although account trading is illegal, forum members use foreign languages and content modification to avoid detection of illegal activity. This research covers the dynamics of interactivity in the Mobile Legends account trading forum illegally because it violates Moonton and Facebook policies

Keywords-interactivity, buying and selling, Mobile Legends, Facebook, netnography.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi interaktivitas dalam forum jual-beli akun Mobile Legends di Facebook, dengan fokus pada meningkatnya popularitas permainan Mobile Legends dan perdagangan akun ilegal di forum Facebook. Interaktivitas adalah proses di mana pengguna dapat berinteraksi dan berkomunikasi secara aktif dalam sebuah media atau sistem. Interaktivitas mencakup tiga aspek: User to System, User to User, dan User to Document. Metode netnografi oleh Robert V. Kozinets (2018) digunakan, melibatkan observasi forum dan wawancara dengan anggota untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang interaktivitas di forum. Wawancara melengkapi hasil observasi dengan mengungkap wawasan tambahan anggota forum. Data dianalisis dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Unit analisis data menurut Mc Millan dan Hwang (2002): (1) User to User – interaksi melalui unggahan dan komentar; (2) User to System – interaksi dengan fitur Facebook dan pengelolaan forum oleh admin; (3) User to Document – interaksi dengan dokumen seperti panduan dan detail akun yang diposting di forum. Temuan menunjukkan bahwa meskipun perdagangan akun ilegal, anggota forum menggunakan bahasa asing dan modifikasi konten untuk menghindari deteksi aktivitas ilegal. Penelitian ini mencakup dinamika interaktivitas dalam forum perdagangan akun Mobile Legends secara ilegal karena melanggar kebijakan Moonton dan Facebook

Kata Kunci-interaktivitas, forum jual beli, Mobile Legends, Facebook, netnografi

I. PENDAHULUAN

Dalam era modern yang terus berkembang, teknologi telah membawa perubahan besar pada kehidupan manusia, mempengaruhi berbagai aspek, termasuk dunia permainan video. Salah satu game mobile yang sangat populer, Mobile Legends, telah menjadi fenomena global dengan jumlah pemain yang tersebar di seluruh dunia. Facebook, sebagai

salah satu platform media sosial terbesar, telah menjadi wadah untuk berbagai kegiatan, termasuk jual beli akun game. Perkembangan media sosial telah mempengaruhi perilaku manusia dalam aspek sosial, ekonomi, serta ilmu pengetahuan (Bukit, 2022), dengan teknologi informasi yang terus berinovasi untuk mempermudah kehidupan manusia. Facebook, yang diluncurkan pada 4 Februari 2004 di Menlo Park, California, Amerika Serikat, oleh Mark Zuckerberg dan teman-temannya, adalah media sosial dengan pengguna aktif yang sangat besar. Facebook memungkinkan pemilik akun untuk terhubung dengan komunitas sesuai dengan kota, pekerjaan, kampus, dan daerah mereka, serta berinteraksi dengan pengguna lain (Hanafi, 2016). Selain sebagai media interaksi, Facebook juga dapat digunakan untuk pengembangan bisnis jual beli melalui fitur marketplace yang memungkinkan pengguna mempromosikan dan melakukan transaksi jual beli produk mereka (Yeni Kustiyahningsih et al., 2021). Namun, kebijakan Facebook melarang penjualan barang yang tidak memiliki wujud fisik, termasuk akun game, meskipun banyak pengguna yang melanggar kebijakan ini dengan tetap melakukan jual beli akun Mobile Legends di marketplace Facebook.

CMC (Computer-Mediated Communication) merupakan bentuk komunikasi baru yang menandai era perubahan teknologi dan sosial. CMC didefinisikan sebagai studi tentang perilaku manusia yang dipengaruhi oleh pertukaran informasi melalui mesin (Apriliani, 2020). John December (dalam Lauren Kurnia Tjokro, 2016) mengatakan bahwa CMC adalah proses komunikasi manusia melalui komputer, melibatkan seseorang dalam konteks tertentu untuk berbagai tujuan. Tjokro (2016) menyatakan bahwa CMC adalah alat komunikasi asinkron yang memungkinkan pengiriman pesan secara one-to-one dan one-to-many. Interaktivitas menurut McMillan (2002) terbagi menjadi tiga: User to System, yang dalam penelitian ini merujuk pada interaksi dengan peraturan forum jual-beli akun Mobile Legends; User to User, yang menjelaskan interaksi antar pengguna dalam forum melalui postingan; dan User to Document, yang melibatkan interaksi pengguna dengan dokumen atau konten yang ada di forum. Dengan demikian, CMC dapat dianggap sebagai alat yang efektif untuk memahami dinamika interaksi dalam forum jual beli akun Mobile Legends di Facebook. Interaksi sosial antara individu, sebagaimana dijelaskan oleh Chaplin (2011), mencakup negosiasi harga, pembagian informasi terkait akun, serta pertukaran tanggapan dan ulasan dari pembeli terdahulu. Berdasarkan observasi penulis terhadap forum jual beli akun Mobile Legends, forum tersebut tetap ramai meskipun ada larangan dari Facebook. Putri (2016) menyatakan bahwa interaktivitas adalah komunikasi manusia yang dimediasi oleh teknologi. McMillan dan Hwang (2002) mendefinisikan interaktivitas sebagai persepsi pengguna terhadap tingkat kontrol dalam berinteraksi dengan konten atau sistem, termasuk kontrol atas kecepatan, urutan, dan konten interaksi. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa interaktivitas dalam media sosial sangat berpengaruh, seperti penelitian oleh Marhadina Dwi Lestari & Nurliah (2023) dan Mochammad Lucky Trita Sanjaya & Moch Fuad Nasvian (2024), yang menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan motivasi dan interaktivitas pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana interaksi yang terjadi dalam forum jual beli akun Mobile Legends di Facebook, mengingat adanya larangan dari pihak Facebook dan Moonton, serta dampaknya terhadap perilaku sosial dan ekonomi pengguna,

II. TINJAUAN LITERATUR

Computer mediated communication atau CMC merupakan suatu proses komunikasi yang sering melibatkan media komputer sebagai channel untuk digunakan (Berlian et al., 2020). Sedangkan John December (dalam Lauren Kurnia Tjokro 2016) mengatakan bahwa CMC adalah proses komunikasi manusia melalui komputer, melibatkan seseorang, terletak dalam konteks tertentu dan terlibat dalam proses membentuk media untuk berbagai tujuan. Susan Herring (1996) mengatakan jika CMC adalah komunikasi yang mengambil tempat diantara manusia melalui instrumen komputer. Menurut (Sri Hadijah, 2018) pola CMC memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi dengan menggunakan alat komunikasi yang berbasis komputer, kita dapat berkomunikasi, berdiskusi, dengan seseorang dimanapun mereka berada, dengan menggunakan media Online, dengan adanya media jejaring sosial seperti Facebook. CMC merupakan sebuah bentuk komunikasi baru yang dapat dikatakan menandai era perubahan teknologi dan sosial, CMC dapat didefinisikan sebagai studi tentang perilaku manusia yang dipengaruhi oleh pertukaran informasi melalui mesin (Apriliani, 2020). Kehadiran internet dan berbagai program komunikasi telah memungkinkan berkembangnya CMC (Computer Mediated Communication) ke dalam berbagai bentuk. Hal ini menyebabkan komunikasi terus mengalami evolusi. Salah satu cara individu berinteraksi adalah melalui media sosial, yang berfungsi sebagai alat komunikasi. Arnus (2020) menyatakan bahwa Cakupan dari CMC itu sendiri termasuk sistem obrolan (chatting), World Wide Web (WWW), termasuk sistem tekstual, grafis, fotografi, audio, dan video disamping aspek-aspek hyperlink, CMC juga mencakup berbagi video seperti Youtube dan sistem jejaring sosial dan sistem pencarian

pertemanan seperti facebook dan lain sebagainya. Teori Computer Mediated Communication (CMC) digunakan dalam penelitian ini karena menyediakan kerangka yang komprehensif untuk memahami komunikasi manusia yang difasilitasi oleh teknologi komputer. Dalam penelitian ini komunikasi tidak hanya terjadi antara individu secara langsung, tetapi juga melalui berbagai platform dan media berbasis komputer seperti smartphone, tablet, dan komputer pribadi. CMC memungkinkan komunikasi yang fleksibel, baik secara asinkron (pesan tidak perlu dikirim dan diterima secara bersamaan) maupun sinkron (chatting langsung), yang sangat relevan dalam penelitian ini. Pengguna dapat berinteraksi kapan saja tanpa keterbatasan waktu. Penelitian ini berfokus pada Facebook sebagai media sosial yang berfungsi sebagai alat CMC.

Agustian et al, (2024) menyatakan bahwa Computer Mediated Communication Theory (CMC) personal komputer dalam konteks teori CMC tidak hanya berbentuk Personal Computer (PC) atau laptop, tetapi mencakup seluruh alat-indra yang berbasis komputer seperti smartphone, tablet serta sejenisnya, indra-indra tadi diklaim menjadi media baru komunikasi. Dalam penelitian ini, media sosial yang digunakan adalah Facebook, yang dapat dianggap sebagai alat CMC. Tjokro (2016) menyatakan bahwa CMC merupakan alat komunikasi asinkron yang dapat mengirim pesan secara one-to-one dan one-to-many, serta tidak harus dilakukan secara bersamaan. Facebook menyediakan berbagai fitur yang mendukung komunikasi berbasis teks, gambar, audio, dan video, yang memperkaya interaksi antara pengguna dalam forum jual beli. Kehadiran teknologi seperti internet, aplikasi chatting, dan media sosial telah mengubah cara individu berkomunikasi dan berinteraksi, dan teori CMC membantu dalam memahami bagaimana teknologi ini mempengaruhi perilaku dan interaksi manusia, khususnya dalam konteks jual beli akun ML. CMC berfokus pada pertukaran informasi melalui media komputer. Dengan menggunakan teori CMC, penelitian ini dapat menganalisis secara mendalam bagaimana interaksi dan komunikasi terjadi dalam forum jual beli akun ML di Facebook, serta memahami dinamika komunikasi yang kompleks dan bagaimana teknologi komputer memfasilitasi pertukaran informasi dan interaksi antara pengguna.

Interaktivitas menurut (McMillan dan Hwang, 2002) interaktivitas adalah persepsi pengguna terhadap tingkat kontrol yang mereka miliki dalam berinteraksi dengan konten atau sistem. Ini mencakup kontrol atas kecepatan, urutan, dan konten dari interaksi tersebut. Adapun interaktivitas menurut pendapat William, Rice, dan Rogers merupakan sebuah tingkatan dari adanya suatu proses dalam komunikasi terhadap partisipan yang memiliki kontrol terhadap sebuah peran, dan dapat melakukan tukar peran, dari dialog mutual mereka (Severin & Tankard Jr, 2005). Jason Hall (2020) menunjukkan bahwa penggunaan interaktivitas dalam strategi pemasaran digital telah menjadi kebutuhan penting bagi bisnis dan industri pemasaran. Interaksi pelanggan, jika dikelola dengan baik, adalah kunci pertumbuhan bisnis. Interaktivitas menurut Mc millan, (2002) terbagi menjadi User to System merupakan interaksi yang terjadi pada teknologi, dalam penelitian penulis dapat dijelaskan bahwa peraturan yang ada pada forum jual-beli akun ML. User to User merupakan interaksi yang dilakukan antara pengguna, dalam penelitian penulis dapat dijelaskan bahwa adanya interaksi di dalam forum melalui sebuah postingan yang di kirimkan oleh pengguna lain. User to Document merupakan interaksi yang terjadi di antara dokumen dengan pengguna. Dalam penelitian penulis dapat dijelaskan bahwa adanya postingan berulang yang sama persis sehari-hari selanjutnya.

Menurut studi yang dilakukan oleh Content Marketing Institute (CMI), dijelaskan bahwa 81% responden yang menjadi data penelitian menyetujui bahwa konten yang menggunakan cara interaktif lebih dikategorikan efektif dibandingkan dengan konten yang statis dalam menjadi perhatian konsumen (Bendes, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa konten yang interaktif mendapatkan nilai lebih tinggi dengan digunakan kembali untuk meningkatkan keterlibatan dengan pesan merek dan mendorong kunjungan berulang bagi pengunjung (Bendes, 2018). Saat ini, lebih dari sebelumnya, pengunjung situs web mengharapkan pengalaman interaktif dan partisipatif (pada tahun 2022). Pengunjung lebih tertarik terhadap kemampuan untuk berinteraksi dengan situs di dalam web dibandingkan hanya mengonsumsi konten secara pasif (Yec, 2022).

Sebuah studi yang telah dilakukan oleh Yang dan Fuyuan (2017), yaitu menganalisis dari 63 studi tentang interaktivitas dalam sebuah situs web bahwa interaktivitas yang terjadi pada situs web berkorelasi signifikan dengan sikap dan respon yang positif dari pengguna. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa interaktivitas merujuk pada kemampuan sistem, perangkat, atau media untuk berinteraksi dengan pengguna dengan cara yang responsif dan dinamis. Dalam konteks teknologi informasi dan komunikasi, interaktivitas biasanya mengacu pada fitur yang memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam suatu proses atau aktivitas dengan memberikan input yang kemudian menghasilkan respons yang sesuai dari sistem.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode netnografi, Metode netnografi merupakan metode penelitian yang dikembangkan oleh Roberts V. Kozinets (2018) dalam bidang ilmu sosial dan antropologi. Menurut Robert V Kozinets (2018) metode netnografi di definisikan sebagai adaptasi dari etnografi yang diterapkan untuk mempelajari budaya dan komunitas online. Ini melibatkan pengamatan, partisipasi, dan analisis terhadap interaksi yang terjadi di platform digital. Metode ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis pola perilaku serta interaksi manusia dalam konteks online, khususnya dalam komunitas atau kelompok tertentu di dunia maya. Penulis menggunakan metode netnografi karena penulis ingin melihat bagaimana interaksi yang dilakukan di dalam forum Facebook Jual Beli akun Mobile Legends. Penulis menggunakan metode ini dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Sebuah paradigma menyebutkan dan memberi tahu kita apa yang penting, sah, dan rasional. Paradigma juga bersifat preskriptif, informtaif terhadap para praktisi apa yang harus dilakukan tanpa memerlukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang luas (Mulyana, 2003). Penjelasan lain terkait paradigma dijelaskan dalam buku lain karya Rakhmat dan Ibrahim (2016) yang menyatakan bahwa paradigma dalam penelitian mengacu pada hal-hal yang diteliti atau dalam penjelasan lain orang. Melihat kenyataan atau fakta. Pandangan yang relevan tentang apa itu paradigma dan bagaimana data dikumpulkan untuk memperoleh pengetahuan dan kebenaran ilmiah, metode dan teknik ketika melakukan penelitian berkaitan dengan validitas dan reliabilitas metode dan teknik hal ini untuk menjadikannya seperangkat. Menurut Lincoln, Mertens, dan Crotty (2016) karya Cresswell, paradigma konstruktivis memperkuat asumsi bahwa orang terus-menerus berusaha memahami dunia tempat mereka tinggal dan bekerja. Dengan kata lain, konstruktivisme mengartikan ilmu sosial sebagai suatu pendekatan “ilmu sosial” melalui observasi secara langsung terhadap aktor-aktor sosial di lingkungan sekitarnya guna memahami dan menjelaskan bagaimana aktor-aktor sosial menciptakan dan memelihara dunia sosial tindakan yang penting bagi dunia (Agus 2010). Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis ibarat obat bius terhadap ideologi yang menekankan observasi dan objektivitas dalam mengeksplorasi realitas ilmiah.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme dikarenakan peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai bagaimana interaktivitas yang terjadi di dalam forum jual beli Akun Mobile Legends, untuk melihat bagaimana perspektif dan pengalaman anggota forum jual beli akun Mobile Legends di dalam forum serta dalam melakukan transaksi jual beli akun Mobile Legends. Teknik analisis data berdasarkan Kozinets, (2010), Netnografi:

- 1) Analisis data menggunakan teknik netnografi mengklasifikasikan dan mengklarifikasi data ke dalam beberapa kategori yang sesuai dengan data dan hasil serta konteks objek penelitian.an
- 2) Proses pertama dalam teknik analisis data netnografi adalah proses notasi yang menunjukkan di mana data tersebut berada. Kami menguraikan data apa saja yang dikumpulkan dan dikategorikan serta memberikan beberapa catatan penting mengenai data yang dikumpulkan. Data yang diperoleh diperoleh dari observasi online dan wawancara.
- 3) Selanjutnya diambil beberapa kesimpulan dan dibandingkan. Proses selanjutnya adalah validasi. Pengolahan ini dilakukan untuk memeriksa keabsahan data. Para peneliti berencana untuk meninjau kembali tinjauan literatur sebelumnya dan menggeneralisasikannya ke skala yang lebih kecil. Terakhir, beberapa proses menarik kesimpulan dan memberikan jawaban terhadap penelitian yang telah dilakukan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Forum Jual Beli Akun Mobile Legends dibentuk oleh salah satu pengguna Facebook, forum tersebut di bentuk sejak tanggal 18 Desember 2021 dengan memiliki jumlah anggota lebih dari 200.000 anggota terhitung tanggal 8 Juli 2024. Forum Jual Beli Akun Mobile Legend hingga saat ini masih aktif digunakan oleh admin dan anggota forum dalam mengunggah akun Mobile Legend yang akan dijual. Penggunaan akun Mobile Legend untuk diperjualbelikan dilarang oleh pihak Moonton selaku developer dari Permainan Mobile Legend BANG-BANG, namun masih banyak dari pemain game Mobile Legend yang merupakan anggota forum jual-beli akun Mobile Legend di Facebook tidak patuh terhadap larangan tersebut.

Pihak Facebook telah menetapkan larangan kepada penggunanya. Facebook menyatakan bahwa Halaman, grup, dan acara tidak boleh mempromosikan aktivitas, produk, atau layanan ilegal. Hal tersebut termasuk kedalam kebijakan yang telah di tetapkan oleh pihak Facebook. Penelitian ini menggunakan metode netnografi, penulis melakukan observasi dan wawancara dengan berpartisipasi langsung menjadi anggota di dalam forum Jual Beli Akun Mobile Legend. Aktivitas ini dilakukan oleh penulis guna mengetahui secara langsung dan mendalam bagaimana aktivitas interaksi yang terjadi didalam forum. Penelitian ini dilakukan untuk melihat Interaktivitas melalui 3 unit analisis data menurut (Mc Millan, 2002) yaitu:

A. User to user

Interaksi terjadi diantara anggota forum Jual Beli akun Mobile Legends, pertukaran informasi terjadi didalam forum melalui komentar pada sebuah postingan penjualan, maupun pencarian akun untuk di beli yang di unggah oleh salah satu anggota forum

B. User to system

Forum jual beli akun Mobile Legend memiliki peraturan grup yang telah ditetapkan oleh admin grup. Peraturan tersebut harus di setuju apabila ingin bergabung kedalam forum jual beli akun Mobile Legend.

C. User to document

Interaksi user ke sistem, yang merujuk pada hubungan antara pengguna dengan fitur atau fungsi yang disediakan oleh suatu platform. Ini mencakup aktivitas seperti penggunaan menu, formulir, atau alat lainnya yang ada dalam sistem.

Hasil penelitian yang akan dipaparkan pada sub-bab ini merupakan sebuah pengkajian ulang terhadap hasil observasi yang telah dilakukan di lapangan terkait Interaktivitas di forum Jual Beli Akun Mobile Legends melalui Facebook yang mana terdapat ketentuan larangan menjual barang tanpa wujud fisik di platform Facebook. Hasil penelitian ini akan dijelaskan berdasarkan hasil observasi yang dilakukan. Berdasarkan hasil observasi dapat diketahui bahwa terjadi interaksi pengguna pada sistem, pada tanggal 30 April 2024 forum Jual Beli Akun Mobile Legends telah diubah namanya menjadi forum Jual Beli Mobile Legends. Forum Jual Beli Mobile Legends tetap merupakan forum yang mewadahi interaksi bagi pembeli maupun penjual akun Mobile Legends. Setiap anggota forum dapat dengan bebas dan mudah mengunggah postingan menjual akun maupun membeli akun. Nama dalam forum tersebut seringkali diubah oleh admin forum.

“Nama forum sering saya ubah untuk menghindari terdeteksinya pelanggaran dari pihak Facebook, maka dari itu nama forum seringkali saya ubah namun tetap forum untuk jual beli akun Mobile Legends” (Raga Syalfano, Admin Forum Jual Beli Akun Mobile Legends, 8 Juli 2024).

Forum Jual Beli Akun Mobile Legends dibuat dengan tujuan mempermudah para anggota dalam melakukan interaksi mengenai jual-beli akun Mobile Legends. Ketentuan dari pihak Facebook mengharuskan admin forum untuk mengubah nama forum agar tidak mudah terdeteksi oleh pihak Facebook dan tidak dianggap melanggar ketentuan Facebook. Berdasarkan Gambar 4.2 dapat diketahui bahwa untuk menjadi anggota forum diharuskan untuk menjawab pertanyaan mengenai penggunaan jasa rekber yang disediakan oleh admin untuk meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan dalam proses transaksi jual-beli akun Mobile Legends. Anggota forum harus berhati-hati terhadap setiap pelaksanaan transaksi dan setiap interaksi yang dilakukan dengan anggota forum lainnya. Berdasarkan hasil observasi terdapat interaksi pengguna dengan sistem, dimana calon anggota diwajibkan untuk menjawab pertanyaan untuk menjadi anggota forum.

“Pertanyaan yang saya cantumkan pada sistem sebelum menjadi anggota forum harus dijawab oleh calon anggota forum untuk memudahkan saya dalam memfilter calon anggota forum, pertanyaan juga saya buat untuk meminimalisir terjadinya penipuan dalam proses jual beli di forum, dikarenakan jual-beli akun ML sebenarnya ilegal dan pihak moonton sendiri tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, anggota forum harus menggunakan saya sebagai midman dalam melakukan transaksi” (Raga Syalfano, Admin Forum Jual Beli Akun Mobile Legends, 8 Juli 2024).

Pembahasan akan membahas dan mengaitkan antara hasil observasi secara langsung dan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan informan dan dikaitkan dengan teori-teori yang sesuai sehingga dapat menjawab fokus penelitian ini yaitu bagaimana Interaktivitas yang di referensikan dalam user to user, user to system, dan user to document pada Forum Jual Beli Akun Mobile Legends. Menurut John December dalam (Thurlow 2004) CMC adalah proses komunikasi manusia melalui komputer, melibatkan seseorang, terletak dalam konteks tertentu, dan terlibat dalam proses membentuk media untuk berbagai tujuan. Sedangkan interaktivitas menurut (McMillan dan Hwang, 2002) interaktivitas adalah persepsi pengguna terhadap tingkat kontrol yang mereka miliki dalam berinteraksi dengan konten atau sistem. Ini mencakup kontrol atas kecepatan, urutan, dan konten dari interaksi tersebut. Tjokro (2016) menyatakan bahwa CMC merupakan alat komunikasi asinkron yang dapat mengirim pesan secara one-to-one dan one-to-many, serta tidak harus dilakukan secara bersamaan. Pada pernyataan tersebut interaksi anggota forum melalui forum Jual-beli akun Mobile Legends termasuk pada mengirim pesan secara one to many. Dikarenakan

anggota forum mengunggah sebuah konten di forum dapat dilihat dan di respon komentar oleh anggota lainnya di forum.

Dalam hal ini Facebook menjadi media sosial dalam penelitian. Forum Jual Beli Mobile Legends merupakan objek dalam penelitian ini, didalam forum tersebut terdapat sebuah interaktivitas yang terjadi diantara anggota dalam forum jual-beli akun Mobile Legends. Oleh karena itu, berdasarkan hasil dari penelitian bahwa interaksi jual-beli akun Mobile Legends terjadi diantara anggota forum Jual Beli Akun Mobile Legends. Dengan adanya ketentuan dari pihak Facebook membuat interaksi yang terjadi serta pembuatan konten di dalam forum harus dilakukan dengan hati-hati. Adapun Interaktivitas dalam Forum Jual Beli akun Mobile Legends adalah sebagai berikut:

Interaksi user ke sistem mencakup hubungan pengguna dengan fitur platform seperti menu dan formulir (Mc Millan & Hwang, 2002). Dalam Forum Jual Beli Akun Mobile Legends, ini terlihat saat anggota menjawab pertanyaan admin melalui formulir Facebook. CMC mempelajari perilaku manusia yang dipengaruhi oleh pertukaran informasi melalui mesin (Apriliani, 2020). Admin forum rutin mengubah nama forum untuk menghindari deteksi aktivitas mencurigakan oleh Facebook dan menggunakan sistem notifikasi untuk memantau respon dan aktivitas anggota. Anggota forum mematuhi peraturan grup, dengan pelanggaran berakibat dikeluarkan dari forum. Pertanyaan dan peraturan forum membantu menjaga kenyamanan, sementara notifikasi mempermudah pemantauan aktivitas dan interaksi anggota.

Menurut Sulastri & Prasetyawan (2017), pengguna aplikasi Facebook dapat memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan oleh Facebook untuk berinteraksi dengan teman. Ini relevan dengan teori bahwa Facebook adalah media sosial dengan pengguna aktif sosial, memungkinkan pemilik akun terhubung ke komunitas pilihan sesuai kota, kerja, kampus, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan user lain (Hanafi, 2016). Dalam konteks Forum Jual Beli Akun Mobile Legends, fitur-fitur ini dimanfaatkan untuk menjaga interaksi yang efektif dan mematuhi peraturan, sehingga menciptakan lingkungan yang nyaman dan tertib bagi semua anggota forum

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah peneliti paparkan di bab sebelumnya mengenai interaktivitas dalam Forum Jual Beli Akun Mobile Legends, diketahui forum Facebook jual-beli akun Mobile legends didirikan untuk pengguna Facebook yang merupakan pemain Mobile Legends dan memiliki ketertarikan dalam jual-beli akun. Forum tersebut didirikan untuk mawadahi pengguna dalam melakukan interaksi jual-beli kepada sesama anggota forum. Penggunaan forum digunakan agar interaksi yang terjalin dengan sesama anggota menjadi lebih mudah. Selain itu sesama anggota forum dapat bertukar informasi mengenai jual beli akun Mobile Legends.

Penelitian ini menemukan bahwa interaktivitas dalam forum jual-beli akun Mobile Legends di Facebook terjadi melalui beberapa cara. Pertama, interaktivitas *user-to-user* terwujud dalam bentuk unggahan postingan dan respons komentar antara anggota forum. Anggota forum saling bertukar informasi mengenai jual beli akun dan memberikan tanggapan atas postingan yang diunggah oleh anggota lainnya. Kedua, interaktivitas *user-to-system* terlihat dari penggunaan fitur-fitur yang disediakan oleh Facebook, seperti postingan, komentar, dan sistem pengelolaan grup oleh admin untuk memfasilitasi interaksi. Admin forum juga melakukan pengubahan nama forum secara berkala untuk menghindari deteksi oleh pihak Facebook. Ketiga, interaktivitas *user-to-document* terjadi ketika anggota forum berinteraksi dengan dokumen atau informasi yang ada di dalam forum, seperti unggahan postingan jual-beli akun dan unggahan postingan yang sama berulang kali. Dalam proses jual beli, anggota juga harus berhati-hati karena adanya larangan dari pihak Moonton dan ketentuan Facebook yang melarang transaksi tanpa wujud fisik. Meskipun aktivitas jual beli akun Mobile Legends ini ilegal, aktivitas tersebut tetap berlangsung dengan anggota forum menggunakan berbagai cara untuk menghindari deteksi, termasuk menggunakan bahasa asing dalam interaksi mereka.

REFERENSI

- Afrinda, R. A. A., Irawan, B., & Boer, K. M. (2020). Interaktivitas Website Belimbing.Id Sebagai Media Komunikasi Dalam Meningkatkan Sistem Pelayanan Masyarakat Di Kelurahan Belimbing Kecamatan Bontang Barat Kota Bontang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 88–102. <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=4025>
- Agustian, D. J., SM, A. E., & Octaviani, V. O. (2024). Netnografi Pesan Moral Dalam Vlog Atap Negeri Fiersa Besari. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 11(1), 381–388. <https://doi.org/10.37676/professional.v11i1.6341>
- Amin, T. M. (2015). *Media Sosial dan Identitas Digital*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.

- Anhar, M., & Mollah, S. (2015). Impact of Internet Banner Advertisement on Social Media's Consumer Buying Behaviour: A Case Study of Facebook. *European Journal of Business and Management* Www.iiste.Org ISSN, 7(7), 150–172. www.iiste.org
- Gretha, P. (2013). Review Jejaring Sosial "FACEBOOK." 1–3.
- Hadjah, A. (2015). Computer Mediated Communication (CMC), Pola Baru Berkomunikasi. *Al-Munzir*, 8(2), 275–289.
- Lestari, M. D., & Nurliah. (2023). Interaktivitas Akun Instagram @ Ezraalfatah dalam Membangun Motivasi Mahasiswa Menyusun Skripsi : Studi terhadap Mahasiswa Kalimantan Timur. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 4(1), 435–444.
- Lestari, F. M. (2019). *Pengaruh Media Sosial terhadap Interaksi Sosial Remaja di Indonesia*.
- McMillan, S. J., & Hwang, J. S. (2002). "Measures of perceived interactivity: An exploration of the role of direction of communication, user control, and time in shaping perceptions of interactivity." *Journal of Advertising*, 31(3), 29–42.
- Meirani, N., & Komalasari, R. (2022). Fiqh Al-Bai's Review of Online Buying and Selling in Special Groups on Facebook Platform. *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 93–99. <https://doi.org/10.15575/am.v9i2.19237>
- Muamar, J. (2022). Instagram Sebagai Medium Komunikasi Risiko Orang Tua Kepada Anak Selama Pandemi Covid-19: Studi Netnografi Komunitas Pola Asuh Virtual. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(01), 27–46. <https://doi.org/10.46937/20202238987>
- Nadhifah Kamilia, N., & Prihantoro, E. (2022). Netnography Study on @bibit.Id Instagram Account as a Digital Literature Fund Investment. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* -, 16(1), 65–74.
- Nur Azizah, A., Nursanti, S., Studi Ilmu Komunikasi, P., & Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Singaperbangsa Singaperbangsa Karawang Abstrak, F. (2024). Self-Disclosure Pada Game Online Mobile Legends Dalam Komunikasi Interpersonal Untuk Mendapat Pasangan Virtual Penggunanya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(1), 130–139. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10464685>
- Pertiwi, I., Alamsyah, F. F., & Nugraha, Y. A. (2022). What Makes People Use Facebook for Buying and Selling Activity?: a Case Rumpin Subdistrict, Bogor Regency. ... *Journal of Education and ...*, 02(02), 65–70. <https://journal.kapin.org/index.php/IJES/article/view/79>
- Rani, D., Hasibuan, E. J., & Barus, R. K. I. (2020). Dampak Game Online Mobile Legends: Bang Bang terhadap Mahasiswa. *Perspektif*, 7(1), 6–12. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v7i1.2520>
- Sanjaya, M. L. T., & Nasvian, M. F. (2024). Interaktivitas Netizen 24 Jam Pasca Deklarasi Bacapres AMIN. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 106–122. <https://doi.org/10.33822/jep.v7i1.7169>
- Tantra Aprianto, pribadi M. (n.d.). *View of Peran Interaksi Simbolik dalam Komunikasi Pemasaran Melalui Facebook (Studi Kasus Forum Jual Beli Game Online).pdf*.
- Tjahyana, L. J. (2021). Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter. *Jurnal Komunikatif*, 10(1), 16–37. <https://doi.org/10.33508/jk.v10i1.3188>
- Tjokro, Lauren Kurnia. 2016. Peran Media Sosial dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial. Skripsi Universitas Kristen Satya Wacana
- Tjokro, L. K. (2016). Peran Media Sosial dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial (Studi Kasus pada Akun @ ketimbang . ngemis . soloo di Instagram dalam Membentuk dan Menggerakkan Gerakan Sosial Anti Mengemis di Solo). *Jurnal Universitas Kristen Satya Wacana*, 2(1), 1–16.
- Waruwu, D. F. M., & Vera, N. (2020). Ujaran Kebencian di Media Sosial (Studi Netnografi di Akun Instagram @prof.tjokhowie). *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 55–69. <https://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA/article/view/1034>
- Yumna, R., Sabila, A., & Fadhilah, A. (2020). Aktivitas Fanatisme Kpop Di Media Sosial (Analisis Tekstual Pada Akun Twitter @Wingsforx1). *Syntax Idea*, 02(9), 108.