

BAB 1

PENDAHULUAN

Teknologi digital berkembang pesat seiring berjalannya waktu dan semakin kekinian. Perkembangan teknologi ini telah mempengaruhi kehidupan kita sehari-hari dalam banyak hal, termasuk cara kita berkomunikasi, bekerja, berbisnis, bersenang-senang, dan bahkan berpikir. Teknologi telah mempercepat transformasi dan membuka peluang komersial baru. Selain itu, periode yang dikenal sebagai Revolusi Industri Keempat telah meningkatkan peluang dalam berbagai bidang permainan, game adalah salah satu contohnya. (www.kompasiana.com, diakses pada 19 Maret 2023)

Kata "game" dalam bahasa Indonesia setara dengan kata bahasa Inggris yang berarti kegiatan rekreasi. Bermain adalah sesuatu yang mendasar dalam sifat permainan, dan permainan adalah bagian mendasar dari bermain; keduanya saling terkait. Permainan adalah kegiatan kompleks dengan aturan, jalannya permainan, dan unsur budaya. Sebuah permainan pada dasarnya merupakan suatu sistem terorganisir di mana para pemain terlibat dalam konflik peran, dengan interaksi dalam sistem konflik itu sengaja diciptakan. Aturan permainan menetapkan parameter jalannya permainan dan berfungsi sebagai panduan perilaku pemain. Bermula dari bahasa Inggris, kata "game" mengacu pada bentuk dasar permainan. Permainan di sini mencerminkan gagasan ketangkasan kognitif, berperan sebagai ruang untuk

pengambilan keputusan atau sebagai lapangan bagi. (www.duniapendidikan.co.id, diunduh pada 19 Maret 2023)

Para ahli meyakini bahwa sebuah permainan adalah sesuatu yang dapat dimainkan sesuai dengan aturan tertentu, menghasilkan keberadaan pemenang dan pecundang, seperti yang diungkapkan oleh Dawang Muchtar pada tahun 2005. Ini biasanya terjadi dengan cara yang bermain-main atau sebagai sarana penyegaran. Sebagai alternatif, permainan adalah sistem terstruktur di mana para pemain terlibat dalam konflik simulasi di bawah bimbingan aturan dan dengan tujuan akhir menghasilkan hasil yang dapat diukur, seperti yang diklaim oleh Katie Salen dan Eric Zimmerman (2003). (www.kumpulanpengertian.com, diunduh pada 19 March 2023)

Terdapat 2 kategori didalam game yaitu ada game offline atau game yang tidak membutuhkan koneksi internet untuk bermain dan ada gameonline atau game yang membutuhkan koneksi internet untuk bermain. Game online adalah bentuk hiburan yang sangat populer di kalangan masyarakat saat ini. Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, gameonlinesemakin mudah diakses dan dimainkan. Game online adalah jenis game yang dimainkan melalui jaringan internet dengan cara memainkannya melalui perangkat komputer atau perangkat mobile. Game online memiliki banyak jenis dan kategori, mulai dari game battle royale, game olahraga, game puzzle, dan masih banyak lagi. Salah satu alasan mengapa game online semakin populer adalah karena bisa dimainkan dengan orang-orang dari seluruh dunia. Dalam game online, pemain bisa berinteraksi dengan pemain lain dan membentuk komunitas atau tim dalam game. Hal ini bisa menjadi pengalaman sosial yang menyenangkan dan

bisa membantu meningkatkan keterampilan dalam kerjasama tim dan berkomunikasi dengan orang lain. (www.kompasiana.com, diunduh pada 19 Maret 2023)

Esports telah menjadi kategori olahraga yang diakui dalam beberapa tahun terakhir, diakui oleh Komite Olimpiade Asia, dan kini menjadi bagian dari kompetisi-kompetisi besar seperti Southeast Asian Games (SEA Games) dan Asian Games. Permainan video kompetitif yang dikenal sebagai esports telah menjadi fenomena global. Ini dimulai sebagai turnamen permainan video yang berbasis di lingkungan sekitar dan telah berkembang menjadi acara yang langsung direncanakan oleh produser game. (www.idmetafora.com, diunduh pada 19 Maret 2023)

Indonesia adalah salah satu negara yang paling mencolok dengan gairahnya yang intens terhadap gaming, terutama dalam hal gamemobile. Hal menarik adalah bahwa, dibandingkan dengan ukurannya saat ini, pasar gaming di Indonesia cukup kecil di masa lalu. Pertumbuhan pesat gaming online di Indonesia dapat dikaitkan dengan popularitas game mobile, yang mendorong lebih banyak orang Indonesia untuk bermain game. Gaming online telah memberikan dampak signifikan pada masyarakat Indonesia, terutama di kalangan generasi muda. Ini terlihat dari banyaknya kompetisi gaming, baik tingkat lokal maupun nasional, dengan hadiah yang mengesankan dan cukup besar. (www.kumparan.com, diunduh pada 19 Maret 2023)

Indonesia kini menjadi negara terbesar ketiga di dunia untuk pemain video game, menurut data yang dirilis oleh We Are Social. Menurut laporan tersebut, 94,5% pengguna internet Indonesia berusia 16-64 tahun memainkan video game per Januari 2022. Sementara itu, Filipina menempati posisi pertama dengan 96,4% pengguna

internet yang memainkan video game, diikuti oleh Thailand di posisi kedua dengan 94,7%. Angka-angka ini berasal dari sumber data yang sama. Selain itu, menurut We Are Social, 83,6% pengguna internet di seluruh dunia berusia 16-64 tahun memainkan video game menggunakan berbagai perangkat. Selain itu, 68,1% pengguna internet memainkan video game di ponsel pintar mereka Data ini membuat tidak mengherankan ketertarikan industri pengembangan video game online internasional untuk memasarkan produknya di Indonesia. Memeriksa pasar dengan lebih seksama mengungkap bahwa pasar game online di Indonesia sedang berkembang secara signifikan. (www.kompasiana.com, diunduh pada 19 Maret 2023)

Menurut Johnny G. Plate, Menteri Komunikasi dan Informatika Indonesia, Indonesia merupakan pasar game terbesar di Asia Tenggara dan menempati peringkat ke-16 di dunia. Berdasarkan informasi yang dirilis oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2020, industri game Indonesia memberikan kontribusi yang signifikan sebesar IDR 24,88 triliun, atau 2,19% dari Produk Domestik Bruto (PDB) negara. Selain itu, berdasarkan laporan yang dikumpulkan, nilai sektor game global meningkat menjadi USD 300 miliar, atau hampir IDR 4,2 kuadriliun, pada tahun 2021. Menurut Plate, pandemi COVID-19 telah menjadi pendorong kemajuan sektor game di negara ini. (www.inet.detik.com, diunduh pada 19 March 2023)

Data dari We Are Social dan Hootsuite tahun 2021 menunjukkan bahwa 46% responden Indonesia sebelumnya tidak pernah memainkan game online akibat pandemi. Sesuai dengan pernyataan yang dibuat oleh Cipto Adiguno, Presiden Asosiasi Game Indonesia (AGI), Indonesia menempati peringkat pertama di Asia Tenggara

untuk game mobile dan kedua untuk game PC, dengan pendapatan tahunan mencapai USD 1,7 miliar, atau sekitar IDR 24,2 triliun. Oleh karena itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dan AGI menggelar Indonesia Game Developer Exchange (IGDX) pertama kali pada tahun 2019 dalam upaya untuk memaksimalkan prospek bisnis game di Indonesia. (www.inet.detik.com, diunduh pada 19 March 2023)

Esports gaya MOBA yang dimainkan di smartphone melibatkan game seperti MobileLegends, Leagueof Legends, Arena of Valor, dan Vainglory. MOBA, atau Multiplayer Online Battle Arena, adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan game aksi real-time dengan unsur strategi. Pemain mengendalikan satu karakter atau hero dalam game ini, memberi mereka keterampilan khusus dan ciri yang membedakan mereka dari karakter in-game lainnya. Tujuan utamanya adalah mengalahkan pihak lawan dengan menghancurkan semua infrastruktur vital mereka. Kamu dapat sepenuhnya menyesuaikan karakter yang kamu miliki untuk sesuai dengan gaya bermain yang diinginkan. Mencapai kemenangan dalam permainan dengan mengatasi tantangan dari pihak lawan bukanlah tugas satu-satunya dari hero yang dipilih. Karena elemen inti dari game MOBA adalah kerja sama tim, kemampuan suatu tim untuk bekerja sama lebih efektif daripada lawan mungkin membuat permainan menjadi lebih mudah dimainkan. (www.esportsnesia.com, diunduh pada 19 March 2023)

Tabel 1. 1 Persaingan Game MOBA

Nama	Jumlah di download	Rating Total	Rating Score
Arena of Valor	10,000,000+	1.15 jt total	4.1
Mobile Legends	500.000.000+	32,9 jt total	3.7
League of Legends: Wild Rift	50,000,000+	2.18 jt total	3.6
Vainglory	10,000,000+	833K total	3.5

Sumber: Google Play Store, diakses pada 19 Maret 2023

Ringkasan kompetitif untuk game MOBA, seperti Arena of Valor, Mobile Legends, League of Legends, dan Vainglory, ditampilkan dalam Tabel 1.1. Sementara League of Legends telah mengumpulkan lebih dari 50 juta unduhan, Mobile Legends telah melampaui ambang batas 500 juta unduhan, sedangkan Arena of Valor dan Vainglory keduanya telah mengumpulkan lebih dari 10 juta unduhan masing-masing. Dengan pengecualian Arena of Valor, yang memiliki peringkat sedikit lebih tinggi yaitu 4.1 dengan total 1.15 juta peringkat, peringkat pengguna untuk game-game ini umumnya berada di atas 3.5. Sebaliknya, dengan total 2.18 juta peringkat, Mobile

Legends memiliki jumlah peringkat total tertinggi. Data ini dikumpulkan pada tanggal 19 Maret 2023.

Sebagian besar pendapatan dari Mobile Legends berasal dari Asia, khususnya Asia Tenggara, di mana game ini telah mengumpulkan pendapatan sebesar \$307 juta sejak diluncurkan, atau sekitar 61 persen dari total pendapatan. Malaysia, di mana para pemain telah menghabiskan \$87,5 juta untuk game tersebut, menyumbang 17 persen dari total penjualan, merupakan pasar yang paling menguntungkan bagi Mobile Legends, bukan Indonesia. Indonesia menduduki peringkat kedua dalam pengeluaran pemain, menghasilkan \$69,2 juta atau 14% dari total. Dengan 100,1 juta unduhan, atau 36% dari total, Indonesia menjadi pemimpin dalam kategori game ini. Filipina menempati peringkat kedua dengan 41,2 juta unduhan, atau 15% dari total, dan Vietnam menempati peringkat ketiga dengan 21,3 juta instalasi, atau 8% dari total. Selain itu, Mobile Legends menghasilkan pendapatan sebesar \$340 juta, membentuk 68% dari biaya versi GooglePlay. Saat ini, pendapatan rata-rata per unduhan Mobile Legends sekitar \$1,80. (www.revivaltv.id, diunduh pada 20 March 2023)



Gambar 1.1 Mobile Legends Memimpin Top Grossing Kategori Overall dan Google Play Revenue Mobile Games in Southeast Asia for December 2022

Sumber: SensorTower.com, diunduh pada 20 Maret 2023

Dapat dilihat pada gambar 1.1 Mobile Legends menjadi pemimpin dalam daftar Top Grossing kategori Overall revenue dan Google Play Revenue Mobile Games in Southeast Asia pada December 2022 dan menjadi kedua dalam kategori App Store Revenue. Game seluler terlaris di Asia Tenggara untuk Desember 2022 adalah Mobile Legends: Bang Bang dari Moonton dengan pengeluaran pemain hampir \$13,2 juta, meningkat 1,5 persen dari tahun ke tahun. 35,8 persen pendapatan Mobile Legends: Bang Bang di Asia Tenggara berasal dari Indonesia, diikuti 25,1 persen dari Malaysia, dan 20,8 persen dari Filipina. Peringkat lengkap dari game seluler terlaris untuk Desember 2022 ada di atas. Perkiraan pendapatan game berasal dari platform Store Intelligence Sensor Tower. (www.sensortower.com, diunduh pada 20 March 2023)



Gambar 1.2 Logo Mobile Legends

Source: Google/search, diunduh pada 1 April 2023

Dalam hal sejarahnya, MobileLegends diciptakan di Tiongkok, negara yang menjadi rumah bagi Tembok Besar. Pengembangan game ini dimulai pada tahun 2016. Meskipun Mobile Legends telah berkembang hingga memiliki cabang di Indonesia, game ini masih berada di bawah kendali pengembang aslinya dari Tiongkok. Perusahaan Moonton, pengembang yang berbasis di Shanghai, Tiongkok—lebih tepatnya di Distrik Minhang—lah yang berada di balik game Mobile Legends. Pada saat itu, pendiri dan CEO Moonton adalah Justin Yuan dan Watson Xu Zhenhua. Nama perusahaan ini adalah Shanghai Moonton Technology Co. Ltd., dan moonton adalah nama tengahnya. Pada masa lalu, Shanghai Moonton Technology Co., Ltd. tidak sepenuhnya dikreditkan atas penciptaan Mobile Legends. Pengembangan Mobile Legends masih aktif dilakukan oleh Moonton, dan perubahan baru telah dilakukan untuk meningkatkan gameplay. Kemudian, pada 6 April 2015, Moonton merilis Magic Rush: Heroes, permainan video pertama mereka. Setelah rilis game ini, Moonton memutuskan untuk membuat game baru bernama 5vs5 MOBA. Versi resmi dari game

ini diperkenalkan pada November 2016, sementara versi beta pertama kali dirilis di Brasil pada 14 Juli 2016. Namun, pada 6 November 2016, Moonton memutuskan untuk menghentikan game tersebut dan menggantinya dengan judul baru yang masih digunakan hingga saat ini: *Mobile Legends: Bang Bang*. (www.metroandalas.co.id & www.gamedaim.com, diunduh pada 20 Maret 2023)

Penghargaan terbaru dari game online *Mobile Legends* ini digandrungi oleh para penggemar esports milenial tanah air. Kemenangan game *Mobile Legends* di Indonesian Esports Awards 2022 menjadi buktinya. *Mobile Legends* memenangkan kategori "Game Esports Terfavorit". Ini merupakan kali kedua *Mobile Legends* meraih penghargaan Indonesian Esports Awards 2022. Sebelumnya, *Mobile Legends* juga berhasil meraih penghargaan Most Favourite Publisher Esports Championship Award Esports Awards Indonesia 2022. Indonesian Esports Awards 2022 akan diselenggarakan pada Selasa (29/11). / 22) Acara disiarkan langsung dari studio MNC di Kebon Jeruk, Jakarta Barat. (www.celebrities.id, diunduh pada 20 Maret 2023)

Penelitian ini dipilih karena, menurut pendapat saya, ini adalah topik yang unik yang belum banyak diteliti oleh banyak peneliti. Oleh karena itu, saya ingin menyelidikinya lebih lanjut dan menunjukkan bahwa industri game sedang berkembang dan tidak hanya fokus pada e-commerce. Tujuan saya adalah untuk menyajikan evolusi *Mobile Legends* setelah pandemi. Pemilihan *Mobile Legends* sebagai fokus utama dilakukan karena, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, game ini sudah sangat dikenal oleh masyarakat umum. Dengan lebih dari 500 juta unduhan dan total ulasan sebanyak 32,9 juta, game ini bersaing dan memiliki

keunggulan dibandingkan pesaingnya. Game ini juga memiliki jumlah pengguna aktif tertinggi, lebih dari 90 juta.

Penelitian ini akan meneliti 8 variabel yaitu pengaruh pada *Time Flexibility*, *Arousal*, *Challenge*, *Competition*, *Diversion*, *Fun*, *Fantasy*, dan *Social Interaction* masing-masing dapat mempengaruhi *Intention to Play* pada game Mobile Legends di Lombok, serta pengaruhnya pada *Intention to Play* yang dapat mempengaruhi *Intention to Pay* pada pemain game Mobile Legends di Lombok, Nusa Tenggara Barat.

Menurut Hong dan Xu (2015), fleksibilitas waktu merujuk pada seberapa besar kendali yang dimiliki pemain terhadap penggunaan aplikasi media sosial dan pengaturan waktu bermain mereka sendiri. Berbeda dengan pandangan Wei dan Lu (2014), fleksibilitas waktu berkaitan dengan kemampuan pemain untuk bermain game kapan pun mereka inginkan dan mengelola sesi bermain mereka dengan efisien. Bukti nyatanya adalah banyaknya orang yang mengisi waktu luang dengan bermain Mobile Legends, sebagian karena game tersebut dapat dimainkan kapan saja dan di mana saja, baik di rumah maupun di berbagai lingkungan luar seperti kafe. Menurut sebuah studi yang dilakukan oleh Saroh (2019), pemain rata-rata menghabiskan waktu tiga hingga empat jam setiap hari untuk bermain Mobile Legends. Gambar 1.3 menunjukkan waktu yang dihabiskan untuk bermain game Mobile Legends. *Research gap* yang dilakukan pada penelitian sebelumnya oleh (Souza dan Freitas, 2017) membuktikan bahwa variabel *Time Flexibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*, sedangkan berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tojo et al, 2019)

membuktikan bahwa *Time Flexibility* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*.

Lama Bermain dalam 1 hari	Jumlah	Persentase
1-2 jam per hari	4	13,33 %
3-4 jam per hari	18	60 %
≥ 5 jam per hari	8	26,67%
Total	30	100 %

Gambar 1.3 Menunjukkan waktu yang dihabiskan pemain untuk bermain game *Mobile Legends*.

Sumber: Saroh, (2019) <http://repository.umy.ac.id/>, diunduh pada 2 April 2023

Dari sudut pandang gairah dalam permainan daring, Reich dan Vorderer (2015) berpendapat bahwa pengalaman kegembiraan atau gairah para pemain adalah hasil dari proses fisiologis dan kognitif yang rumit. Secara singkat, gairah dalam permainan daring merupakan faktor penting yang menambah keseruan bermain game secara keseluruhan. Di sisi lain, DeWall et al. (2011) memberikan sudut pandang yang berbeda, berargumen bahwa gairah berfungsi sebagai metode penguatan untuk reaksi agresif, sebagaimana digambarkan dalam model agresivitas umum. Gairah didefinisikan sebagai stimulus atau motivasi yang mendorong orang untuk terlibat dalam aktivitas yang mereka anggap menyenangkan berdasarkan informasi yang telah disampaikan. Gambar 1.4 menampilkan hasil dari variabel, yang menunjukkan tingkat stimulasi yang diberikan oleh permainan *Mobile Legends* kepada para pemain saat memenangkan suatu permainan. *Research gap* yang dilakukan pada penelitian sebelumnya oleh (Souza dan Freitas, 2017) membuktikan bahwa variabel *Arousal* tidak

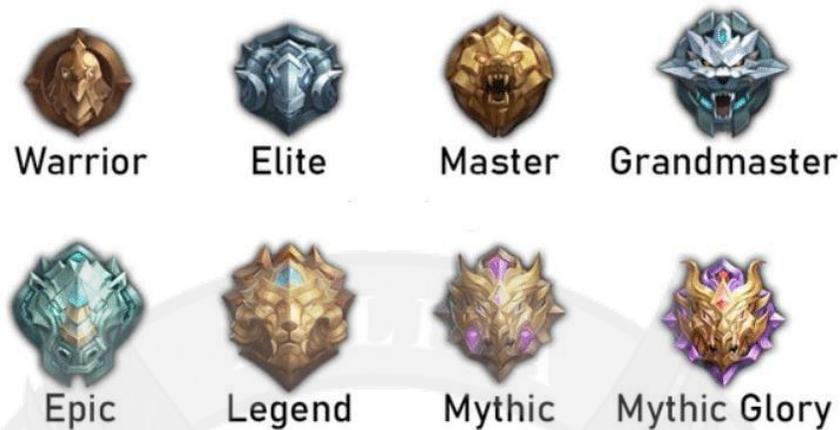
berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Tojo et al, 2019) membuktikan bahwa *Arousal* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*.



Gambar 1.4 Contoh Pemain Merasa Bergairah dalam Bermain Mobile Legends
Sumber: Google.com/search, diunduh pada 4 April 2023

Sherry et al. (2006) mendefinisikan tantangan sebagai dorongan internal seseorang untuk meningkatkan kemampuan atau mencapai prestasi pribadi yang lebih tinggi dalam hidup mereka. Sementara itu, Bridges dan Florsheim (2008) menyatakan bahwa tantangan adalah gagasan perbaikan berkelanjutan dalam keterampilan seseorang. Sebaliknya, Nguyen (2015) mendefinisikan Tantangan sebagai dorongan atau kesenangan pengguna, terutama dalam situasi hedonis. Dalam permainan Mobile Legends, variabel ini berwujud dalam sistem peringkat yang menempatkan pemain dalam posisi tertentu. Berdasarkan Gambar 1.5 daftar peringkat Mobile Legends, setiap peringkat memiliki tingkat kesulitan yang berbeda, dengan Rank Warrior sebagai yang paling mudah dan Rank Mythical Glory sebagai yang paling sulit. Setiap pemain Mobile Legends memulai permainan dari peringkat Warrior. Dalam permainan Mobile

Legends, peringkat ini dianggap sebagai tingkatan khusus untuk pemula. Setelah peringkat Warrior, muncul peringkat Elite yang menampilkan pemain dengan pengalaman MobileLegends lebih banyak. Saat pemain naik ke peringkat Master, mereka akan bertemu dengan lawan yang lebih berpengalaman. Pemain yang lebih berpengalaman kemudian dapat diakomodasi di peringkat Grandmaster. Ketika mencapai peringkat Epic, pemain mungkin akan terkejut. Pada tahap ini, pemain terlibat sepenuhnya dalam permainan esport, yang melibatkan menonaktifkan dua karakter, berpartisipasi dalam pertempuran, dan bekerja sama untuk membentuk kombinasi pahlawan terbaik. Pemain Legends dianggap lebih terampil dan berpengalaman dibandingkan pemain Epic. Tingkat kesulitan bermain game MOBA dievaluasi pada tingkat ini. Di dalam permainan, pemain yang mahir menduduki peringkat Mythic. Anda dapat yakin bahwa para pemain yang berkomitmen telah berkumpul pada tingkat ini untuk menunjukkan keahlian mereka dan memilih pemain terbaik. Dalam game yang dikembangkan oleh Moonton ini, Mythic Glory adalah peringkat tertinggi. Banyak tim eSports elit dan pemain profesional menjadikan Mythic Glory sebagai tempat tinggal mereka. *Research gap* yang dilakukan pada penelitian sebelumnya oleh (Souza dan Freitas, 2017) membuktikan bahwa variabel *Challenge* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Tojo et al, 2019) membuktikan bahwa *Challenge* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*. (www.techno.okezone.com, diunduh pada 4 April 2023).



Gambar 1.5 Tingkatan Rank di Mobile Legends

Sumber: www.hindsband.com, diunduh pada 4 April 2023

Menurut Giammarco et al. (2015), salah satu alasan paling umum orang bermain video game adalah kompetisi, yang mencerminkan keinginan untuk tampil lebih baik daripada teman-teman. Namun, Cagiltay et al. (2015) berpendapat bahwa kompetisi adalah tujuan dari beberapa kegiatan, seperti perdebatan kelompok atau perorangan, dengan tujuan mengidentifikasi yang terbaik dalam melaksanakan tugas tertentu. Ada banyak data yang mendukung variabel ini. Sebagai contoh, terdapat banyak kompetisi Mobile Legends di berbagai tingkat, mulai dari tingkat lokal hingga internasional, termasuk kompetisi nasional prestisius seperti Mobile Legends Professional League (MPL), yang diselenggarakan oleh pengembang game, Moonton, seperti terlihat pada Gambar 1.6. Sebagai contoh dari kompetisi Mobile Legends tingkat nasional adalah MPL. Jelas bahwa banyak orang ingin berkompetisi dalam acara-acara ini untuk membuktikan bahwa mereka adalah pemain terbaik di dunia Mobile Legends. *Research gap* yang dilakukan pada penelitian sebelumnya oleh (Souza dan Freitas, 2017) membuktikan bahwa variabel *Competition* tidak

berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Tojo et al, 2019) membuktikan bahwa *Competition* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*.



Gambar 1.6 Salah Satu Contoh Kompetisi Mobile Legends Tingkat Nasional
Sumber: www.bola.com, diunduh pada 4 April 2023

Giammarco et al., (2015) *Diversion* adalah cara untuk melepaskan diri dari tugas dan tanggung jawab lain dengan bermain video game. Sementara itu, Liu Liu, Yuan, dan Archer (2018) berpendapat bahwa *Diversion* untuk hobi adalah keadaan khusus yang mempengaruhi niat seseorang untuk bermain game mobile. Bukti dari variabel tersebut adalah jika seseorang suka bermain game Mobile Legends pasti akan sering memainkan game tersebut yang dapat membuat seseorang lari dari suatu hal seperti tanggung jawab atau hal lainnya. Contoh nyatanya adalah saat waktu senggang atau saat menunggu seperti di luar ruangan kebanyakan orang memainkan game

Mobile Legends sebagai pengalih perhatian dari menunggu yang pasti menyenangkan. *Research gap* yang dilakukan pada penelitian sebelumnya oleh (Souza dan Freitas, 2017) membuktikan bahwa variabel *Diversion* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Tojo et al, 2019) membuktikan bahwa *Diversion* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*.



Gambar 1.7 Seseorang Bermain Mobile Legends sebagai Pengalihannya
Sumber: www.edukasi.kompas.com, diunduh pada 4 April 2023

Jin (2014) menyatakan bahwa konsep kesenangan adalah menciptakan lingkungan bermain game di mana pemain merasa nyaman, tenang, santai, dan puas. Di sisi lain, menurut Cohen (2014), kesenangan adalah reaksi emosional yang menciptakan pengalaman membuat pemain merasa lebih nyaman saat bermain. Bertentangan dengan klaim Shen et al. (2009), kesenangan dijelaskan sebagai perasaan nyaman menarik perhatian pada pengalaman yang diperoleh secara sosial. Gambar 1.4

memberikan bukti dukungan untuk variabel ini. Dari 33 juta penilaian, sebagian besar pengguna memberikan skor 5, menunjukkan bahwa mereka puas atau senang dengan bermain game (nilai rata-rata: 3,7). *Research gap* yang dilakukan pada penelitian sebelumnya oleh (Souza dan Freitas, 2017) membuktikan bahwa variabel *Fun* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Tojo et al, 2019) membuktikan bahwa *Fun* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*.

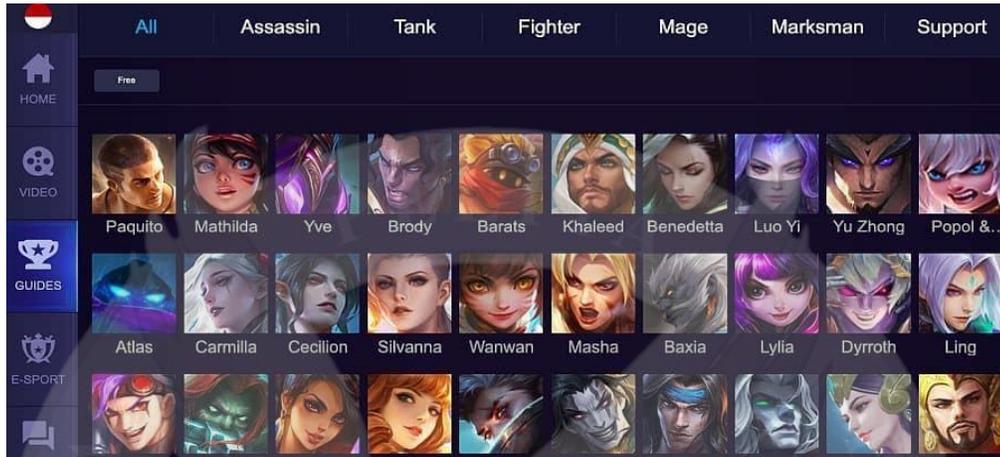


Gambar 1.8 Rating Mobile Legends

Sumber: Google Play Store, diunduh pada 4 April 2023

Menurut Shelton (2010), fantasi adalah penggunaan metode berbeda untuk mencapai tujuan yang tidak mungkin dicapai dalam kehidupan nyata. Di sisi lain, Giammarco et al. (2015) menyajikan pandangan alternatif, menyatakan bahwa Fantasi adalah suatu pengaturan atau cerita yang mirip dengan yang disutradarai oleh pembuat film Hollywood. Bukti untuk hal ini terlihat pada berbagai pilihan hero yang tersedia, masing-masing dengan latar belakangnya sendiri, kemampuan khusus, dan, tentu saja, cerita tersendiri. Ini dapat dilihat pada Gambar 1.9, yang merupakan daftar karakter Mobile Legends dengan berbagai keterampilan. *Research gap* yang dilakukan pada penelitian sebelumnya oleh (Souza dan Freitas, 2017) membuktikan bahwa variabel *Fantasy* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*, sedangkan penelitian yang

dilakukan oleh (Tojo et al, 2019) membuktikan bahwa *Fantasy* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*.



Gambar 1.9 Daftar Hero di Mobile Legends yang Memiliki Kemampuan Berbeda Bada
Sumber: m.mobilelegends.com, diunduh pada 4 April 2023

Menurut Dalisay et al. (2015), interaksi sosial dalam game melibatkan unsur-unsur di luar lingkungan permainan itu sendiri, termasuk pertukaran informasi dan bertemu dengan pemain lain. Sementara itu, Verga et al. (2015), sebaliknya, menyatakan bahwa interaksi sosial melibatkan pengaruh timbal balik antara mitra, yang mengakibatkan perubahan perilaku pada kedua belah pihak. Bukti untuk ciri ini biasanya muncul dalam Mobile Legends sebagai alasan untuk berkumpul dengan teman, seperti yang terlihat pada Gambar 1.10. Dengan menekankan tema multiplayer, di Mobile Legends, Anda bermain dengan pemain yang dipilih secara acak dan juga dapat membentuk tim sendiri. Mobile Legends biasanya menjadi alasan untuk berkumpul. Sistem pemilihan pemain secara acak ini menggabungkan pemain dengan kepribadian yang berbeda. Dari sinilah, pemain akan menyesuaikan perilaku mereka untuk menciptakan lingkungan bermain yang ramah. Keterampilan komunikasi Anda

akan diasah dalam permainan ini. mendukung perkembangan kemampuan komunikasi dalam permainan. Kolaborasi dengan rekan satu tim merupakan salah satu faktor penting dalam meraih kemenangan karena membantu menjaga struktur permainan, memudahkan pelaksanaan serangan, atau mengoptimalkan pertahanan. Menurut penelitian Profesor Swanson di University of Iowa, gameplay 5vs5 dalam MOBA meningkatkan komunikasi antar pemain. Kesimpulan ini didasarkan pada survei 700 pemain MOBA, yang menunjukkan bahwa selama tiga bulan, 70% partisipan melaporkan peningkatan keterampilan komunikasi mereka. *Research gap* yang dilakukan pada penelitian sebelumnya oleh (Souza dan Freitas, 2017) membuktikan bahwa variabel *Social Interaction* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Tojo et al, 2019) membuktikan bahwa *Social Interaction* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*. (www.kincir.com, diunduh pada 4 April 2023)

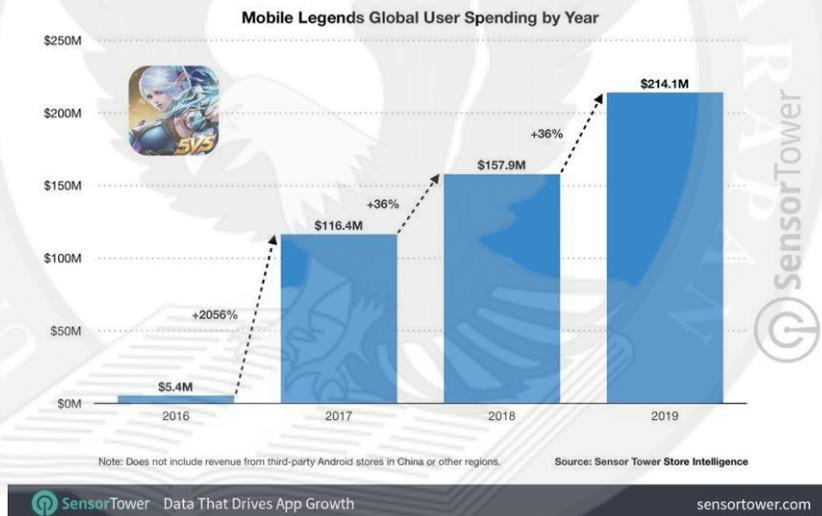


Gambar 1.10 Sekelompok orang yang sedang bermain Mobile Legends
Sumber: www.hai.grid.id, diunduh pada 4 April 2023

Menurut Wei dan Lu (2014), tujuan bermain game adalah memberikan pemain rasa kenyamanan dan kepuasan sambil memenuhi kebutuhan hiburan mereka. Menurut O'Keefe et al. (2013), memiliki niat untuk bermain game melibatkan kerja sama tim, yang membuat pemain lebih mungkin ingin memainkannya lagi dan merekomendasikannya kepada orang lain. Menurut Martinus Manurung, Kepala Pemasaran dan Pengembangan Bisnis Esports Moonton Indonesia, terdapat lebih dari 90 juta pemain aktif Mobile Legends di seluruh dunia setiap bulannya, yang mendukung teori ini. Pada saat yang sama, jumlah pemain aktif bulanan Mobile Legends di Asia Tenggara telah mencapai 70 juta. Menarik untuk dicatat bahwa angka-angka ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah pemain Mobile Legends di Asia Tenggara berasal dari Indonesia. *Research gap* yang dilakukan pada penelitian sebelumnya oleh (Souza dan Freitas, 2017) membuktikan bahwa variabel *Intention to Play* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Pay*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Tojo et al, 2019) membuktikan bahwa *Intention to Play* berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Pay*. (www.suara.com, diunduh ada 4 April 2023)

Menurut Gogoi (2013), *Intention to Pay* dapat berbeda-beda tergantung dari harga, kualitas dan nilai suatu produk atau jasa. Konsumen dipengaruhi oleh motivasi internal atau eksternal dalam proses pembelian. Konsumen selalu menganggap membeli produk/jasa dengan harga murah, kemasan sederhana, dan citra produk atau jasa yang tidak familiar sebagai risiko tinggi karena tidak dipercaya. Media sosial digunakan oleh perusahaan sebagai alat promosi untuk mempromosikan produk mereka. Tujuan utama periklanan adalah untuk menciptakan niat beli terhadap produk

yang dipromosikan di benak konsumen (Keller, 2008). Buktinya variabel Mobile Legends memiliki skin untuk mempercantik atau meningkatkan tampilan setiap hero tentunya memiliki desain yang bagus dan menarik, dan biasanya pada minggu pertama perilisan skin tersebut akan diberikan diskon 50%, dan juga mengadakan event-event yang dapat memberikan potongan harga untuk dapat membeli skin tersebut, tentunya hal ini dapat meningkatkan minat beli konsumen. Pada gambar 1.5 yang dikutip dari Sensor Tower, Mobile Legends mengalami peningkatan belanja pengguna setiap tahunnya, dan mencapai USD 214,1 juta di tahun 2019, meningkat 36 persen setiap tahunnya.



Gambar 1.11 Grafik Pengeluaran Pemain di Mobile Legends
 Sumber: www.sensortower.com, diakses pada 7 April 2022

1.2 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini meneliti tentang *Time Flexibility, Arousal, Challenge, Competition, Diversion, Fun, Fantasy*, dan *Social Interaction* dengan masing-masing dapat mempengaruhi *Intention to Play* pada game Mobile Legends di Lombok, serta pengaruhnya pada *Intention to Play* yang dapat mempengaruhi *Intention to Pay* pada game Mobile Legends.
2. Penelitian ini dilakukan di Pulau Lombok dengan fokus pada mereka yang telah bermain Mobile Legends di daerah tersebut.
3. Untuk mengevaluasi model yang digunakan dalam penelitian ini, informasi yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada subjek penelitian digunakan.
4. Berikut adalah ciri-ciri partisipan dalam penelitian ini:
 1. Pria dan wanita dari kedua jenis kelamin termasuk dalam populasi survei.
 2. Mereka berbasis di Lombok atau tinggal di sana.
 3. Rentang usia mereka dari delapan belas hingga enam puluh tahun.
 4. Mereka telah melakukan pembelian sebelumnya dan telah bermain Mobile Legends.
5. Aplikasi AMOS digunakan untuk menghitung dan menganalisis hasil penyebaran kuesioner.
6. Menerima referensi positif dari teman-teman mereka.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam tesis ini didasarkan pada latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya dengan rinci, yang bertujuan untuk memahami *Intention*

to Play dan pengaruhnya terhadap Intention to Pay pada Pemain Mobile Legends di Lombok:

1. Apakah *Time Flexibility* pada Game Mobile Legends dapat berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*?
2. Apakah *Arousal* pada Game Mobile Legends dapat berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*?
3. Apakah *Challenge* pada Game Mobile Legends dapat berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*?
4. Apakah *Competition* pada Game Mobile Legends dapat berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*?
5. Apakah *Diversion* pada Game Mobile Legends dapat berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*?
6. Apakah *Fun* pada Game Mobile Legends dapat berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*?
7. Apakah *Fantasy* pada Game Mobile Legends dapat berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*?
8. Apakah *Social Interaction* pada Game Mobile Legends dapat berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Play*?
9. Apakah faktor *Intention to Play* pada Game Mobile Legends dapat berpengaruh signifikan terhadap *Intention to Pay* pada pemain game Mobile Legends di Lombok?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan utama, yaitu:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis apakah variabel *Time Flexibility* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Intention to Play*.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis apakah variabel *Arousal* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Intention to Play*.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis apakah variabel *Challenge* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Intention to Play*.
4. Mengidentifikasi dan menganalisis apakah variabel *Competition* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Intention to Play*.
5. Mengidentifikasi dan menganalisis apakah variabel *Diversion* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Intention to Play*.
6. Mengidentifikasi dan menganalisis apakah variabel *Fun* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Intention to Play*.
7. Mengidentifikasi dan menganalisis apakah variabel *Fantasy* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Intention to Play*.
8. Mengidentifikasi dan menganalisis apakah variabel *Social Interaction* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Intention to Play*.
9. Mengidentifikasi dan menganalisis apakah variabel *Intention to Play* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Intention to Pay* pada player game *Mobile Legends* di Lombok, Nusa Tenggara Barat.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat yang berasal dari tujuan penelitian yang telah diuraikan dan dibagi menjadi dua kategori: manfaat teoritis dan manfaat praktis. Manfaat teoritis dijelaskan sebagai berikut:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi spesifik tentang *Time Flexibility, Arousal, Challenge, Competition, Diversion, Fun, Fantasy*, dan *Social Interaction* yang masing-masing mempengaruhi *Intention to Play* pada game Mobile Legends di Lombok, serta pengaruhnya terhadap *Intention to Play* yang dapat mempengaruhi *Intention to Pay* pada game Mobile Legends, serta bagaimana masing-masing teori yang ada dapat saling mempengaruhi satu sama lain. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk analisis perbandingan oleh peneliti lain yang tertarik meneliti subjek terkait. Ini dapat diperluas dengan memeriksa topik dari berbagai sudut pandang atau dengan menggunakan variabel yang sama dalam studi-studi selanjutnya. Temuan ini dapat berfungsi sebagai sumber atau panduan studi, meningkatkan kualitas penyelidikan berikutnya. Mahasiswa yang menggunakan referensi ini kemudian dapat menggunakannya untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut dalam bidang studi mereka masing-masing.

1.5.2. Manfaat Praktis

Dengan menggunakan penelitian ini, manajemen Moonton, yang bertanggung jawab atas penciptaan aplikasi game Mobile Legends, dapat merumuskan strategi pemasaran untuk game tersebut. Tujuannya adalah untuk memotivasi pemain untuk terlibat dalam permainan dan mengevaluasi taktik yang sesuai dengan hasil penelitian. Selain itu, temuan penelitian ini mungkin membujuk pengembang Mobile Legends untuk dengan cermat menangani faktor-faktor yang tidak menguntungkan guna mengembangkan inovasi di masa depan yang akan menarik basis pemain yang lebih besar. Sebagai hasilnya, Mobile Legends siap untuk berkembang dan bersaing di pasar game Indonesia dan internasional.

1.6 Sistematika Penelitian

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini, dijelaskan latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pada bab ini berisikan penjelasan tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ada, *Time flexibility*, *arousal*, *challenge*, *competition*, *diversion*, *fun*, *fantasy*, dan *social interaction* dengan masing-masing dapat mempengaruhi *intention to play* pada game Mobile Legends, serta pengaruhnya pada *intention to play* yang dapat mempengaruhi *intention to pay* pada game Mobile Legends. Bab ini juga

mencakup penjelasan mengenai penelitian terdahulu yang relevan dengan studi ini, formulasi hipotesis, model penelitian, dan bagan alur penelitian.

BAB 3: METEDOLOGI PENELITIAN

Bab ini memberikan penjelasan tentang jenis penelitian yang dilakukan, mencakup topik seperti populasi, sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional, pengukuran variabel, dan metodologi analisis data.

BAB 4: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini memberikan penjelasan tentang mengenai hasil analisis data utama Bab ini juga menekankan bagaimana hasil temuan utama tersebut terkait dengan teori dan penelitian sebelumnya yang telah dijelaskan pada awal penelitian.

BAB 5: KESIMPULAN

Bab ini memberikan hasil akhir dari penelitian ini yang dapat berupa implikasi dan rekomendasi yang dapat diharapkan untuk mengembangkan penelitian pada topik yang diuji.