

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perusahaan-perusahaan di dunia mengalami revolusi karena kemajuan teknologi. Perusahaan-perusahaan yang bergerak di industri *video game* mengalami dampak yang signifikan selama 40 tahun terakhir (Simon, 2018:449). Hal ini berefek meluasnya demografi, dan penambahan berbagai platform akses seperti konsol video, konsol portabel dan perangkat *smartphone*.

Perkembangan industri ini didorong karena meningkatnya jumlah pengguna internet, inovasi besar-besaran dari pengembangan *game*, transisi perangkat, dan muncul-munculnya konsol-konsol generasi terbaru (Simon, 2018:450). Pada tahun 2022 saja jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan yang pada tahun sebelumnya terdapat 202,6 juta menjadi 204,7 juta¹. Tingginya peningkatan ini membuat pengembang industri game inovasi. Sebagai contoh pada tahun 2003 munculnya teknologi *Digital Storefront Steam* yang memungkinkan pengguna membeli dan mereview setiap jenis game dan secara *online*². Pada tahun 2019 terjadi inovasi teknologi *cloud gaming service* yang memungkinkan pengguna bermain tanpa konsol³.

Perkembangan ini juga membuat *smartphone* sebelumnya memiliki fungsi sebagai alat komunikasi sekarang bisa menjadi konsol untuk bermain *game*. Oleh karena itu muncullah *games* yang bermunculan untuk *smartphone* atau lebih dikenal dengan *game smartphone*.

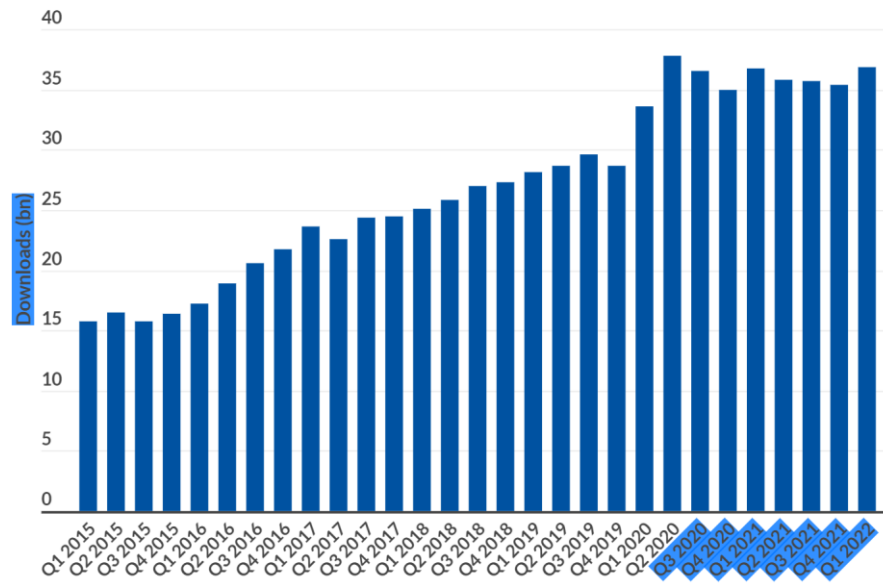
Game smartphone adalah aplikasi berbasis teknologi yang terus berkembang dan menjadi populer di masyarakat modern. *Game Smartphone* semakin berkembang dan populer di kalangan masyarakat karena *game smartphone* mudah dimainkan kapanpun dan dimanapun. Ada beberapa faktor

¹ Databoks. 2022. *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Melalui <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>> [20/06/2022] Pukul 22.42

² ITHB. 2021. *Siapa Game Developer Top*. Melalui <<https://www.ithb.ac.id/article/Siapa-Jadi-Game-Developer-Top--29>> [20/06/2022] pukul 22.37

³ *ibid*

yang membuat *game smartphone* menjadi populer. Beberapa faktor yang bisa membuat *game smartphone* menjadi populer di masyarakat adalah kenyamanan, portabilitas, dan biaya⁴.



Gambar 1.1

Statistik pengunduh aplikasi dan *game* setiap tahun

Sumber: BusinessofApps, 2022

Pada gambar 1.1 terlihat bahwa jumlah pengunduh aplikasi dan *game smartphone* baik *Appstore* maupun *google play*. Dalam setiap tahunnya, pengunduhan aplikasi dan *game smartphone* secara konsisten meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan tersebut mengalami lonjakan pada tahun 2020 karena pandemi virus *corona*. Peningkatan ini naik sebesar 24% sejak 2013⁵.

⁴ Balakrishnan, Janarthanan. Griffiths, Mark D. 2018. *Loyalty towards online games, gaming addiction, and purchase intention towards online mobile in-game features*.

⁵ BusinessofApps. 2022. App Download Data (2022). Melalui <<https://www.businessofapps.com/data/app-statistics/>> [19/05/2022] pukul 18.45



Annual app and game downloads

Year	App downloads
2015	64.4 billion
2016	78.4 billion
2017	95.1 billion
2018	105.2 billion
2019	115.1 billion
2020	142.9 billion
2021	143.6 billion

Gambar 1.2
Jumlah pengunduh aplikasi dan game

Sumber: BusinessofApps, 2022

Selain itu juga data pada gambar 2.2 memperlihatkan rincian dari statistik sebelumnya dimana jumlah pengunduh setiap tahunnya semakin meningkat. Sebagai rinciannya yakni pada tahun 2021 sebesar 143,6 miliar orang mengunduh aplikasi dan *game smartphone* baik berjenis *online* maupun *offline*. Dari 143,6 miliar tersebut terdiri dari 55 miliar *game smartphone* dan 88 miliar adalah aplikasi. *Google play* adalah pihak yang memiliki pengunduh terbesar sebanyak 111,3 miliar sedang *iOS* memiliki jumlah pengunduh 32.3 miliar⁶.

Melihat banyaknya pengunduh *game smartphone* membuat beberapa perusahaan berlomba-lomba membuat *game smartphone* yang bisa menarik hati masyarakat. Banyak sekali perusahaan yang membuat *game smartphone* dengan berbagai *genre* dan fitur menarik. Dikutip dari portal berita *idxchannel* bahwa seiring dengan perkembangannya, tingkat pertumbuhan pengguna dan pengeluaran para *gamer* meningkat tajam⁷. Hal ini berdasarkan data Sensor

⁶ *ibid*

⁷ IDXChannel. 2022. *Laba Industri Game Mobile Diprediksi Sebesar Rp1,9 Triliun di 2025*. Melalui <https://www.idxchannel.com/economics/laba-industri-game-mobile-diprediksi-sebesar-rp19-triliun-di-2025/> [04/06/2022] pukul 21.18

Tower menyebutkan bahwa industri *game* diprediksi akan meraup pendapatan sebesar USD138 miliar atau sekitar Rp1,9 triliun pada 2025 dari *App Store* dan *Play store*⁸. Hal ini dikarenakan banyak *game smartphone* memiliki segala keunikan dan fitur, tema, gaya seni, sudut pandang kamera, dan genre. Salah satu *game* yang tersedia di *App Store* dan *Plas Store* adalah *game smartphone* Mobile Legends.

Mobile Legends adalah sebuah *game smartphone online (game online)* berkategori *e-sport* yang berarti *game* tersebut termasuk bisa dipertandingkan secara resmi⁹. Mobile Legends merupakan *game online* garapan Moonton. Mobile Legends adalah *game online* yang mempertandingkan dua tim yang masing-masing beranggotakan lima pemain. Para pemain tersebut berjuang untuk menghancurkan basis utama musuh atau lebih dikenal dengan *turret* sekaligus mempertahankan basis. Para *E-sport Player* Mobile Legends juga memiliki tugas lain yaitu mengendalikan rute yang sudah ditentukan. Rute tersebut terdiri dari tiga rute yaitu rute atas (*Top Lane*), rute tengah (*Middlane*) dan rute bawah (*Bot Lane*) yang setiap rute tersebut saling terhubung. Dalam permainan tersebut masing-masing tim diberi lima pemain yang masing-masing menggunakan karakter atau *hero* yang memiliki *skill* yang berbeda yang dipilih oleh setiap pemain.

Dalam segi *gameplay*, Mobile Legends merupakan *game online* berjenis *multiplayer online battle arena (MOBA)*. *Gameplay* dari Mobile Legends terbilang mudah dimainkan terlebih *game online* bergenre MOBA sebelumnya sudah ada seperti *game* Dota 2, League of Legends, dan Heroes of the Strom.

Game Mobile Legends saat ini merupakan salah satu *game online* yang populer di Indonesia¹⁰. Data statistik dari *Hootsuite* menyebutkan bahwa *game* Mobile Legends merupakan *game* yang memiliki pemain aktif tersebar di

⁸ *ibid*

⁹ Hybrid. 2021. *Mobile Legends Jadi Mobile Esports Terpopuler Di Asia Tenggara*. Melalui <<https://hybrid.co.id/post/mobile-esports-terpopuler-di-asia-tenggara>> [21/06/2022] pukul 21.03

¹⁰ Liputan6. 2022. *Game Nomor 1 di Indonesia Apa? Kenali Jenis-Jenis Game Online*. Melalui <<https://hot.liputan6.com/read/4905643/game-nomor-1-di-indonesia-apa-kenali-jenis-jenis-game-online>> [22/06/2022] pukul 15.39

Indonesia disusul dengan di urutan kedua wormzone.io dan PUBG Mobile di urutan ketiga. Selain itu juga dikutip dari portal berita *game* ggwp.id menyatakan bahwa *website* *activeplayer.io* menghitung data pemain aktif menyatakan bahwa jumlah pemain aktif Mobile Legends per bulannya dari seluruh dunia mencapai 83.000.000 (83 juta) *player*¹¹.



Gambar 1.3

Data peringkat pengguna aplikasi *mobile*

Sumber: Hootsuite, 2021

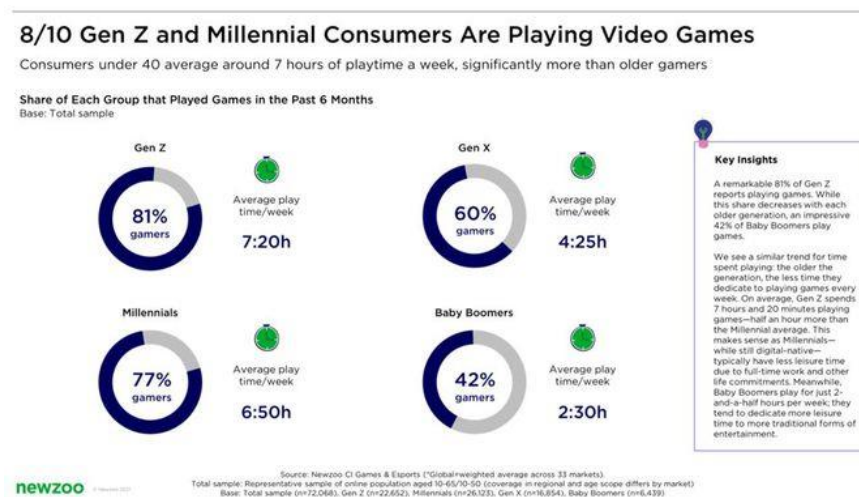
Kepopuleran *game* Mobile Legends terjadi dikarenakan banyaknya pembaharuan secara berkala baik dari segi grafik, *event*, fitur seperti *virtual item* yang dapat dibeli menggunakan uang sungguhan. Pembaharuan ini selalu dilakukan bukan tanpa alasan. Dilansir dari situs officialjimbreyer.com, Moonton mendapatkan keuntungan kurang lebih \$500 juta atau sekitar 7 Triliun rupiah. Pendapatan ini merupakan pendapatan kotor selama mereka beroperasi.

¹¹ GGWPid. 2021. *Berapa Jumlah Pemain Mobile Legends di Seluruh Dunia? Jangan Kaget, Ini Perkiraannya!*. Melalui <<https://ggwp.id/media/esports/mobile-legends/jumlah-pemain-mobile-legends-di-seluruh-dunia>> . [19/05/2022] pukul 19.33

Sebagian besar pendapatan tersebut didapat dari aktivitas membeli aksesoris *game*¹².

Pembaharuan fitur Mobile Legends dilakukan agar bisa meningkatkan waktu bermain dan bisa menaikkan intensitas para *E-sport Player*. Dengan begitu kepopuleran game Mobile Legends bisa dipertahankan¹³.

Intensitas bermain sangat diperlukan bagi agar *E-sport Player* bisa mendapatkan informasi dari Mobile Legends itu sendiri. Informasi tersebut bisa berupa pembaharuan *virtual item* seperti *skin* dan *emote*. Hal ini tidak lepas bahwa kalangan masyarakat suka bermain game.



Gambar 1.4

Chart waktu bermain game

Sumber: Newzoo, 2021

Pada gambar 1.4 data grafik menunjukkan bahwa setiap generasi di masyarakat suka bermain game. Di urutan pertama yaitu Generasi Z di setiap minggunya menghabiskan 7 jam 20 menit dengan persentase 81 persen. Di urutan kedua generasi milenial yang di setiap minggunya menghabiskan 6 jam

¹² OfficialJimbreur. 2022. *Laba Industri Game Mobile Diprediksi Sebesar Rp1,9 Triliun di 2025*. Melalui <<https://officialjimbreur.com/penghasilan-mobile-legend/>>. [20/05/2022] pukul 22:46

¹³ Upstation Media. 2021. *Mengapa Mobile Legends Bisa Bertahan Lama Sampai Sekarang? Ini Alasannya!*. Melalui <<https://today.line.me/id/v2/article/qoao0gw>>. [20/06/2022] pukul 22:22

50 menit dengan persentase 77 persen. Di urutan ketiga adalah generasi X yang di setiap minggunya menghabiskan 4 jam 25 menit dengan persentase 60 persen. Di urutan terakhir adalah *Baby Boomers* yang di setiap minggunya menghabiskan 2 jam 30 menit dengan persentase 42 persen. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kalangan masyarakat masih gemar bermain *game* walaupun dengan intensitas waktu bermain yang berbeda-beda¹⁴.

Intensitas dalam bermain adalah bentuk seseorang dari keseriusan dalam *game* tersebut. Keseriusan tersebut bisa mengarah terhadap rasa cintanya kepada *game* tersebut atau memang memiliki maksud dengan tujuan yang berbeda-beda. Intensitas tersebut bisa terjadi karena adanya beberapa indikator seperti jumlah frekuensi saat bermain, durasi yang dihabiskan, perhatian yang diberikan kepada *game* tersebut (Rakhmat, 2012:66). Dengan data tersebut, intensitas tersebut dimanfaatkan sebagai alat untuk memberikan terpaan agar bisa terjadi aktivitas pembelian dalam *game Mobile Legends*.

Pembelian fitur dalam *game online* tersebut bisa berupa pembelian secara konsumtif oleh penggunanya.

Perilaku konsumtif yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata (Triyaningsih, 2012:175).

Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang memiliki efek negatif. Efek yang ditimbulkan bisa membuat seseorang melakukan pemborosan dan bisa membuat seseorang melakukan apa saja untuk membeli produk yang dia inginkan. Beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif seperti pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan pembelian secara tidak rasional (*Non-rational Buying*)¹⁵. Pada fakta

¹⁴ Newzoo. 2021. *80% of Gen Z and Millennial Consumers Play Games*. Melalui <<https://newzoo.com/insights/articles/consumer-data-gen-z-millennials-baby-boomer-gen-x-engagement-games-esports-metaverse>> [19/07/2022] Pukul 17:15

¹⁵ Deviyanti, Nurmala. 2022. *Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada atlet mahasiswa*. Universitas Negeri Surabaya. Surabaya.

lapangan kasus terjadinya perilaku konsumtif para pemain *game online* pernah terjadi. Dilansir dari portal berita tribunnews.com pada tahun 2019 terjadi suatu kasus seorang wanita rela membobol Bank demi bisa membeli fitur yang tersedia di *Mobile Legends* sebesar Rp 1,85 Miliar¹⁶. Selain itu juga tercatat bahwa pada saat tahun 2020 saat pandemi Covid-19 bahwa para pemain *game online* khususnya *smartphone* diseluruh dunia telah menghabiskan \$1.7 miliar atau sekitar Rp.24.000.000.000.000 atau sebanyak 24 triliun rupiah¹⁷.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Teori Konsistensi Kognitif. Teori ini berasumsi bahwa manusia memiliki preferensi untuk menjaga konsistensi antara kognisi, sikap dan perilaku mereka sebagai manusia (Petri dan Govern, 2013:269).

Teori ini merupakan teori yang cocok karena membahas tentang perilaku manusia sebagaimana penulis melakukan penelitian dengan menggunakan perilaku konsumtif sebagai variabel akibat dengan variabel penyebab adalah intensitas. Kecocokan ini berlandaskan asumsi bahwa manusia memiliki preferensi untuk menjaga konsistensi antara kognisi, sikap dan perilaku mereka sebagai manusia. Teori ini muncul dengan gagasan bahwa inkonsistensi pikiran, keyakinan, sikap dan perilaku yang dapat menghasilkan motivasi. Konsistensi berasal dari intensitas bermain seseorang yang dapat menghasilkan sebuah perilaku manusia.

Alasan peneliti memilih judul “Pengaruh Intensitas *E-sport Player* Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian *Virtual Item Game Online* (Studi Eksplanatif Pengaruh Intensitas *E-sport Player* *Mobile Legends* Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian *Virtual Item Game Online* *Mobile Legends* Pada Member Facebook *Mobile Legends* Bandung)” dikarenakan *Mobile Legends games* yang di game yang memiliki jumlah

¹⁶ Tribunnews. 2019. *Bobol Bank Hingga Rp 1,8 M demi Game Mobile Legends, Wanita ini ditangkap Aparat Polda Metro Jaya.* Melalui <<https://www.tribunnews.com/nasional/2019/05/20/bobol-bank-hingga-rp-18-m-demi-game-mobile-legend-wanita-ini-ditangkap-aparat-polda-metro>> [02/07/2022] pukul 16.35

¹⁷ Hybrid. 2022. *Gamer Mobile Ternyata Habiskan Uang Hingga Rp24 Triliun Tiap Minggu.* Melalui <<https://hybrid.co.id/post/uang-gamer-mobile>> [04/05/2022] pukul 20.39

pemain yang aktif terbesar Indonesia¹⁸. Penelitian ini berhubungan dengan komunikasi digital dikarenakan media yang digunakan adalah media elektronik karena berbasis *smartphone* yang terhubung internet yang bersifat *online* dan berkonsep *virtual reality*.

Untuk populasi dan sampel, penulis memilih *group* dari media sosial *facebook* yang bernama Mobile Legend Bandung karena dirasa cocok. Hal ini dikarenakan grup tersebut adalah salah satu grup *facebook* Mobile Legend dengan *member* yang banyak yakni sebesar 62.234 anggota yang tercatat sampai 1 Juni 2022.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk meneliti apakah intensitas *E-sport Player* saat bermain Mobile Legends dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends.

1.2. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat sebuah rumusan masalah, yaitu seberapa besar pengaruh intensitas *E-sport Player* terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends pada grup *facebook* Mobile Legend Kota Bandung?

1.3. Identifikasi Masalah

Berikut adalah beberapa identifikasi masalah dalam penelitian ini:

1. Seberapa besar pengaruh frekuensi terhadap *impulsive buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends?
2. Seberapa besar pengaruh frekuensi terhadap *wasteful buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends?
3. Seberapa besar pengaruh frekuensi terhadap *non rational buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends?

¹⁸ Keepo. 2021. *Pengguna Aktif Mobile Legends Paling Banyak Berasal dari Indonesia*. Melalui <<https://keepo.me/techno/pengguna-aktif-mobile-legends-paling-banyak-berasal-dari-indonesia/>> [20/06/2022] pukul 23.50

4. Seberapa besar pengaruh durasi terhadap *impulsive buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends?
5. Seberapa besar pengaruh durasi terhadap *wasteful buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends?
6. Seberapa besar pengaruh durasi terhadap *non rational buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends?
7. Seberapa besar pengaruh perhatian terhadap *impulsive buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends?
8. Seberapa besar pengaruh perhatian terhadap *wasteful buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends?
9. Seberapa besar pengaruh perhatian terhadap *non rational buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends?

1.4. Tujuan Penelitian

Berikut adalah beberapa tujuan dalam penelitian ini:

1. Untuk mengetahui besar pengaruh frekuensi terhadap *impulsive buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends.
2. Untuk mengetahui besar pengaruh frekuensi terhadap *wasteful buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends.
3. Untuk mengetahui besar pengaruh frekuensi terhadap *non rational buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends.
4. Untuk mengetahui besar pengaruh durasi terhadap *impulsive buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends.
5. Untuk mengetahui besar pengaruh durasi terhadap *wasteful buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends.
6. Untuk mengetahui besar pengaruh frekuensi terhadap *non rational buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends.
7. Untuk mengetahui besar pengaruh perhatian terhadap *impulsive buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends.
8. Untuk mengetahui besar pengaruh perhatian terhadap *wasteful buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends.

9. Untuk mengetahui besar pengaruh perhatian terhadap *non rational buying* dalam pembelian *virtual item game online* Mobile Legends.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi, khususnya kajian Komunikasi Digital.

1.5.2. Manfaat Praktis

Ada pun manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat digunakan untuk pengaplikasian ilmu komunikasi kajian komunikasi digital dan teori konsistensi kognitif.
2. Bagi Akademis, penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam mengembangkan penelitian dalam bidang Ilmu Komunikasi serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia, khususnya pada Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Bagi *E-sport Player* Mobile Legends, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat Bagi *E-sport Player* Mobile Legends untuk mengetahui apakah intensitas bermain sudah mencapai sampai ke tahap berperilaku secara konsumtif dalam pembelian agar bisa melakukan pembenahan.