



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

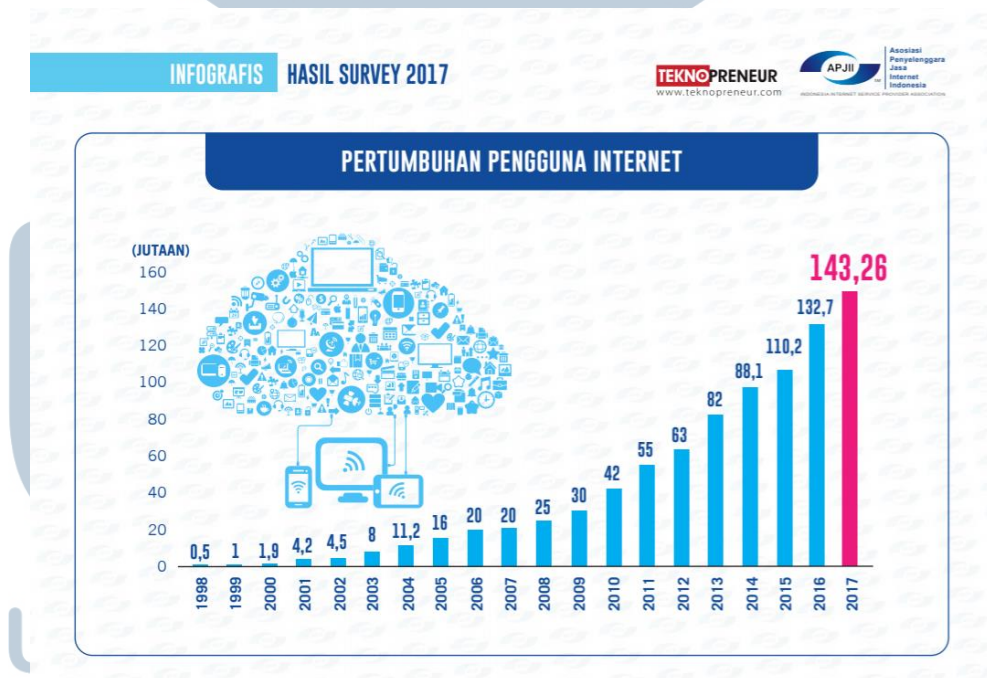
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dan inovasi dalam bidang teknologi selalu menghasilkan hal baru yang berguna bagi kehidupan orang banyak. Internet merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi dalam era digital ini. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyebutkan bahwa adanya peningkatan penetrasi pengguna internet di Indonesia sebesar 8% menjadi 143,26 juta jiwa di tahun 2018 (Buletin APJII, 2018).

Gambar 1.1
Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: www.apjii.or.id, 2018

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Dengan semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia, hal ini menjadi kesempatan emas bagi perusahaan-perusahaan untuk menjadikan internet sebagai media pemasaran. Persaingan dalam pemasaran digital tidak hanya dilakukan oleh perusahaan penghasil produk sandang dan pangan, persaingan itu juga berada dalam bisnis aplikasi *mobile* dan *games*. Garena Indonesia selaku perusahaan besar dalam dunia aplikasi *mobile games* melakukan pemasaran digital untuk produk aplikasinya, salah satunya adalah Arena of Valor. Arena of Valor atau yang kerap disapa AOV adalah permainan dengan *genre* MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*). Segmentasi pasar dari permainan ini menargetkan pemain laki-laki dan perempuan berusia 10-30 tahun. Permainan tersebut dirilis pada tahun 2015 untuk pengguna gawai berbasis android dan iOS. Di Indonesia sendiri aplikasi permainan tersebut baru ramai dibicarakan dan dimainkan oleh pengguna gawai pada pertengahan tahun 2017 (Damar, 2017, para. 2). Sampai pada akhir 2017, Arena of Valor telah diunduh sebanyak 1 juta kali.

Garena menggunakan berbagai teknik promosi dalam pemasarannya, salah satunya dengan menggunakan pemasaran digital di media-media sosial seperti Instagram, Youtube, Facebook dan *website* resmi yang dimiliki. Salah satu promosi yang sempat viral di Indonesia adalah iklan AOV dengan total hadiah senilai 7 miliar.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Gambar 1.2

Contoh Teknik Pemasaran Digital via Official Facebook AOV Indonesia

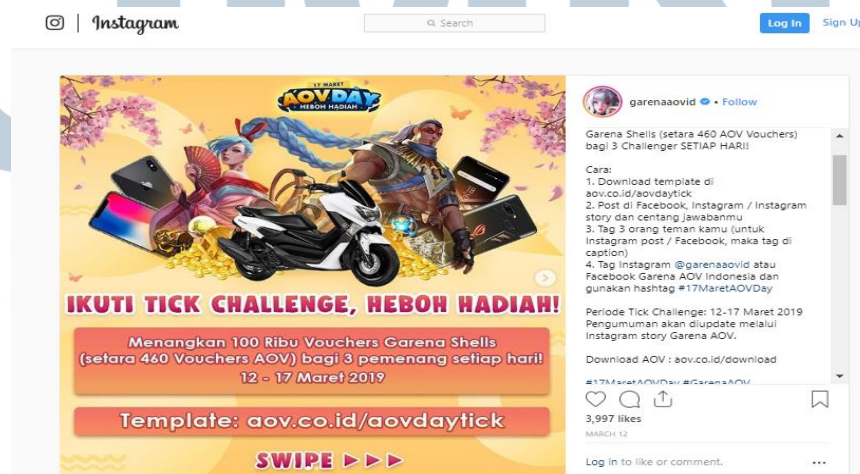


Sumber: Facebook/garenaaovid.com, 2017

Tidak hanya itu, promosi-promosi dengan insentif yang menguntungkan para pemain juga dilakukan oleh AOV agar para pemain semakin sering bermain dan juga untuk menarik para pemain baru. Insentif tersebut berupa pemberian hadiah pulsa gratis, motor, *smartphone*, dan lainnya.

Gambar 1.3

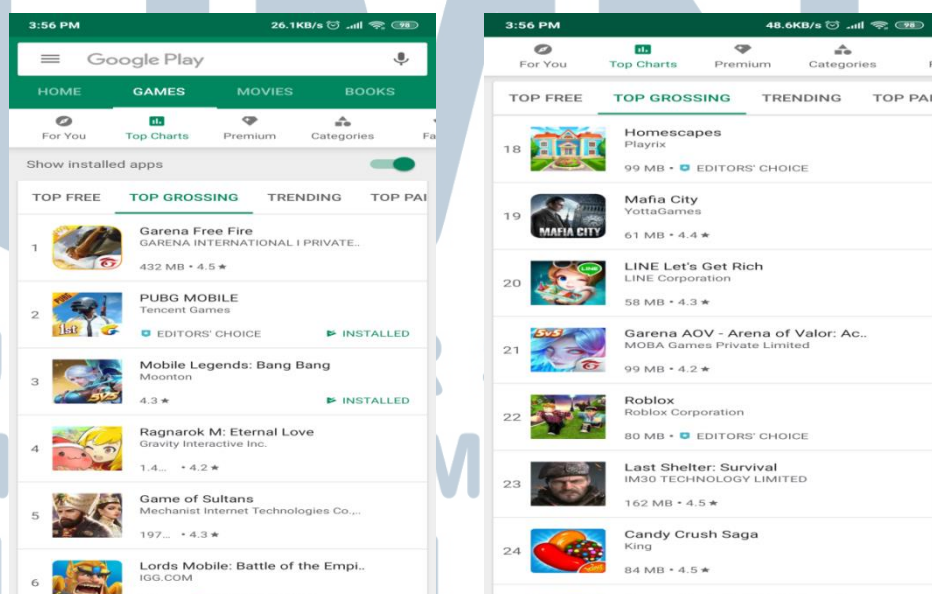
Promo hadiah via Official Instagram Arena of Valor Indonesia.



Sumber: instagram.com/garenaaovid

Pemasaran digital ini dilakukan dengan cukup gencar, hampir di seluruh media sosial terdapat iklan dari Arena of Valor. Selain itu, Arena of Valor juga mengadakan banyak *event e-sport* di antaranya adalah ANC, ASL, BOV, VO-Cup, VoCC dan API. (aov.garena.co.id, 2019). Untuk genre MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*) sendiri, AOV bukan merupakan satu-satunya game ber-genre MOBA yang digemari di Indonesia, terdapat permainan lainnya yaitu Mobile Legends: Bang Bang, Vain Glory, Ace of Arenas, dan lainnya (Playstore, 2019). Namun persaingan permainan bergenre MOBA ini didominasi oleh persaingan antara Mobile Legends: Bang Bang dan Arena of Valor. Dilihat dari *section Top Charts* kedua permainan tersebut di *Play Store* (Portal untuk mengunduh aplikasi), MLBB menduduki peringkat ketiga, sedangkan AOV berada di peringkat 21 (Playstore.com, 2019). Kedua aplikasi tersebut terpaut 17 angka.

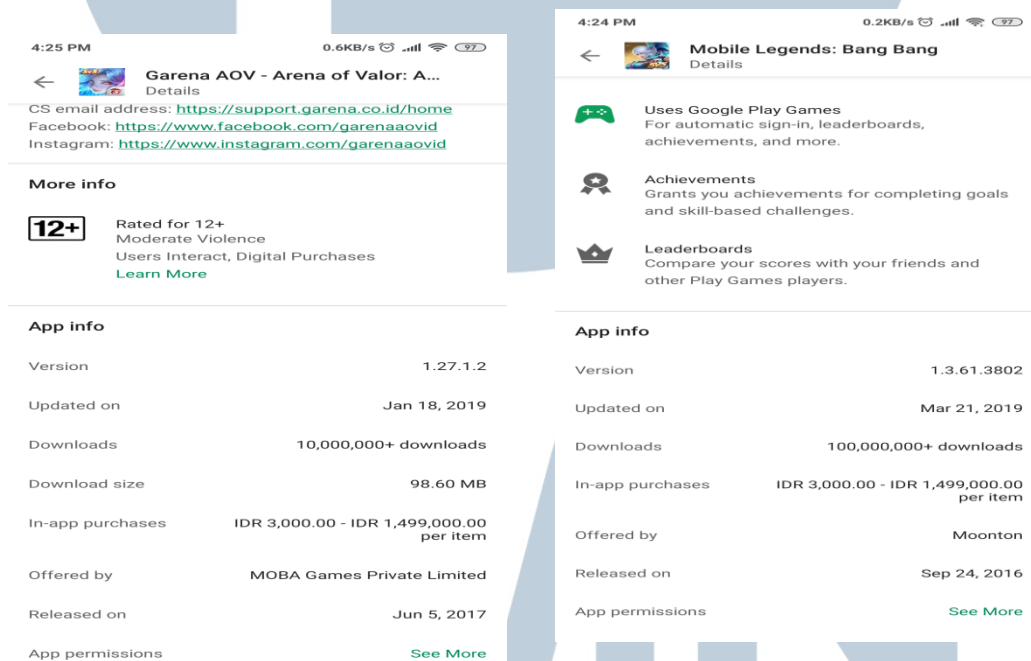
Gambar 1.4
Peringkat *Top Grossing Games* di Google Play Store



Sumber: Play Store, 2019

Meskipun dengan pemasaran digital yang cukup gencar, AOV tetap tidak bisa mencapai peringkat teratas di Play Store dan lebih banyak pengguna gawai yang lebih memilih untuk bermain MLBB. Jika dilihat dari jumlah unduhan di antara kedua aplikasi tersebut di Play Store, Aplikasi AOV telah diunduh sebanyak 10 juta kali, sedangkan *MLBB* memiliki jumlah unduhan lebih banyak, yaitu 100 juta kali.

Gambar 1.5
Jumlah Unduh Aplikasi AOV dan MLBB



Sumber: Play Store, 2019

Berangkat dari permasalahan di atas, penulis tertarik untuk meneliti pengaruh dari pemasaran digital terhadap minat bermain aplikasi Arena of Valor. Populasi dari penelitian ini diambil dari pengunduh aplikasi Arena of Valor di Play Store

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

dengan jumlah sampel yang akan ditentukan dengan menggunakan rumus Malhotra.

1.2 Rumusan Masalah

Kehadiran internet membuat banyak perusahaan memanfaatkan wadah tersebut untuk memasarkan produknya secara digital. Garena selaku perusahaan besar dalam dunia aplikasi mobile dan permainan juga memanfaatkan pemasaran digital untuk produknya, salah satunya adalah Arena of Valor. Dengan pemasaran digital yang dilakukan dengan cukup masif dan menarik, AOV masih belum bisa mengalahkan salah satu pesaingnya yaitu Mobile Legends: Bang Bang untuk dapat menempati peringkat teratas game bergenre MOBA di Playstore. Berangkat dari masalah itu, rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pengaruh yang dihasilkan dari pemasaran digital terhadap minat bermain aplikasi Arena of Valor.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, berikut adalah pernyataan dalam penelitian ini:

1. Adakah pengaruh pemasaran digital terhadap minat bermain aplikasi Arena of Valor?
2. Seberapa besar pengaruh pemasaran digital terhadap minat bermain aplikasi Arena of Valor?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh pemasaran digital terhadap minat bermain aplikasi Arena of Valor.
2. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh pemasaran digital terhadap minat bermain aplikasi Arena of Valor.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Berikut adalah manfaat yang bersifat akademis dalam penelitian ini:

1. Untuk pengembangan keilmuan di bidang komunikasi pemasaran.
2. Menambah kajian ilmiah dalam pengembangan ilmu pembelajaran.

1.5.2 Manfaat Praktis

Berikut adalah manfaat penelitian yang bersifat praktis dalam penelitian ini:

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan penulis tentang pengaruh penggunaan teknik pemasaran terhadap minat pakai (bermain).

2. Bagi Mahasiswa

Menjadi acuan bagi mahasiswa lain dalam pembuatan penelitian ilmiah dengan judul yang terkait atau mempunyai relevansi.

3. Bagi Lembaga Pendidikan

Sebagai pedoman yang membangun untuk meningkatkan kualitas lembaga pendidikan yang ada, termasuk para pendidik, dan penentu kebijakan dalam lembaga pendidikan. Juga dapat menjadi pertimbangan dalam dunia pendidikan sebagai solusi terhadap teknik pemasaran yang inovatif.

4. Bagi Objek Penelitian

Memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi objek penelitian terkait dengan pemasaran digital dan efektifitasnya.

1.5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, masih terdapat keterbatasan yang penulis hadapi, yaitu adalah pemasaran digital yang diteliti dalam penelitian ini terbatas pada pemasaran yang dilakukan di media sosial resmi dan *website* yang dimiliki oleh AOV.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA