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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

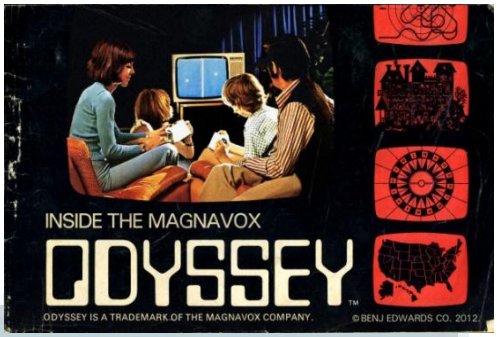
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan *game* di dunia

Sebuah permainan diciptakan dengan tujuan menghilangkan perasaan jenuh, bosan, stress yang disebabkan oleh aktifitas sehari hari yang menuntut masyarakat dapat bekerja lebih keras lagi, hal tersebut memicu tumbuhnya ide untuk menciptakan sebuah permainan. *Game* yang berasal dari bahasa inggris yaitu sebuah permainan yang dimainkan melalui perangkat elektronik yang memanipulasi gambar dihasilkan oleh program komputer pada monitor atau layar lainnya (Oxford, 2016). Banyak permainan yang diciptakan tidak hanya berupa *digital* namun ada pula permainan yang dilakukan secara tradisional (Contoh : Monopoly). *Game* mengalami masa perkembangannya pada tahun 1996 dimana para banyak para mahasiswa pada tahun tersebut yang mencoba berkreatifitas mengembangkan sebuah *game.* Pada tahun 1972 untuk pertama kali diluncurkan sebuah *game* yang bernama *MAGNAVOX ODYSSEY,* dimana *game* tersebut merupakan teknologi pertama yang bisa dihubungkan dengan televisi.

Analisis Pengaruh Perceived..., Christoforus Dave Noverly, FB UMN, 2017



Sumber : www.klikmania.net

Gambar 1.1 *game magnavox odyssey*

Setahun setelah dirillisnya *game magnavox odyssey* terdapat beberapa perusahaan yang mengeluarkan sebuah *game* dalam bentuk ding dong atau yang biasa kita sebut dengan *arcade game* yaitu berjudul "*elepong*" keluaran Tito Corporation, atari yang merilis "*arcade gotcha",* dan midway yang merilis "*winner*". Atari merupakan perusahaan pertama yang menciptakan mesin ding dong atau *arcade* dimana mesin ini dikenal dengan nama "*sears"*. Disusul oleh perusahaan yang menciptakan *game "magnavox odyssey"* beralih menciptakan sebuah *arcade* yang dinamakan dengan "*odyssey 100"* dimana di dalamnya terdapat*"pong"*.

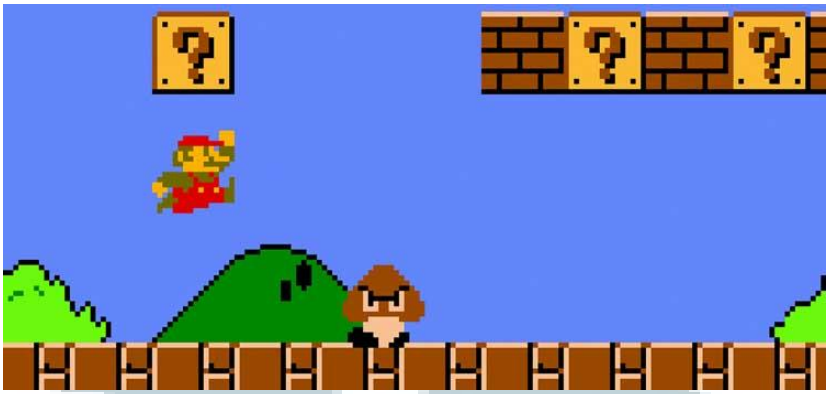
Sumber : www.klikmania.net

Gambar 1.2 VES (*Video Entertainment System)*

Pada Tahun 1975 – 1983 merupakan tahun dimana *game* mengalami perkembangan untuk generasi kedua. Di tahun ini muncul satu *platform* baru yang berbentuk *console gane* yang bernama VES (*Video Entertainment System).* Banyak *game* yang dapat dimainkan pada konsol ini diantara nya yaitu Fairchild Channel F.Magnavox Odyssey versi 2, attari 2600, dan attari 5200. Generasi kedua perkembangan *game* ini ditandai dengan munculnya *game arcade 3D* pertama dengan grafik yang jauh membaik dari sebelumnya yaitu "pong" yang dirilis oleh atari. Tahun 1978 atari memperkenalkan *game* terbarunya yaitu "*trackball*" dan juga "*space invader"* yang dirilis oleh midway, "*space invader"* merupakan *arcade game* pertama yang memiliki skor tertinggi di dalam permainan itu. Tahun 1980 atari kembali menerbitkan *game* terbarunya yaitu "*missile command"* dan juga namco yang merilis *game "pacman" yang merupakan game* terlaris dan terpopuler hingga saat ini.

Mulai masuk ke Tahun 1983 – 1986 terjadi sebuah gebrakan baru yang diciptakan di jepang oleh konsol *game* yang bernama *Famicon/Nintendo Entertainment System (NES).* konsol ini merupakan konsol pertama yang dapat menampilkan gambar dan animasi dengan resolusi yang cukup tinggi. *Game* tersebut yaitu bernama *Super Mario* dimana *game* ini merupakan *game* terlaris di Amerika Serikat.

Analisis Pengaruh Perceived..., Christoforus Dave Noverly, FB UMN, 2017



Sumber : www.klikmania.net

Gambar 1.3 *Game Super Mario*

Di tahun ini juga sega mengeluarkan konsol pertamanya yaitu SG-1000 dengan *game* nya yaitu *"zaxxon" & "congo bongo"*. Peperangan antar konsol *game* pertama terjadi antara nintendo dan sega di tahun 1983. Pada tahun 1985 NES mengeluarkan *game* terbarunya yang bernama "*duck hunt"* dimana *game* ini menjadi cikal bakal konsol dimasa depan dimana perangkat tambahan diperlukan untuk dapat menunjang pemain dengan pengalaman yang berbeda dalam memainkan sebuah *game*.

Pada tahun 1988 – 1993 teknologi *game* generasi keempat ini disebut juga dengan generasi 16 bit. Mengapa generasi ini disebut generasi 16 bit? karena pada generasi ini terdapat banyak perubahan dalam segi tata suara, grafik. Nintendo mempunyai pesaing berat pada masa itu yaitu SEGA, dikarenakan SEGA juga memiliki varian *game* yang tidak kalah menarik dan juga *game* – *game* di SEGA juga sangat laku pada jamannya.

Sumber : www.pixelbedlam.co.uk

Gambar 1.4 Nintendo VS SEGA

Tahun 1994 – 1999 terjadi perubahan baru pada generasi kelima ini, yaitu Nintendo dan SEGA mkedatangan pesaing baru dari Jepang juga yaitu Sony dengan konsolnya yang bernama SONY Playstation. Generasi ini disebut juga dengan generasi 32 bit karena perkembangan *game* baik dari sisi tata suara maupun grafik, generasi ini semakin membaik. Konsol *game* berbasis CD keluaran Sony juga menuai sukses sehingga hal tersebut menjadikannya konsol terlaris sepanjang masa. Pada tahun 1998 terjadi sebuah kemunduran dari pihak Nintendo dan juga Sega sebagai produsen konsol *game*.

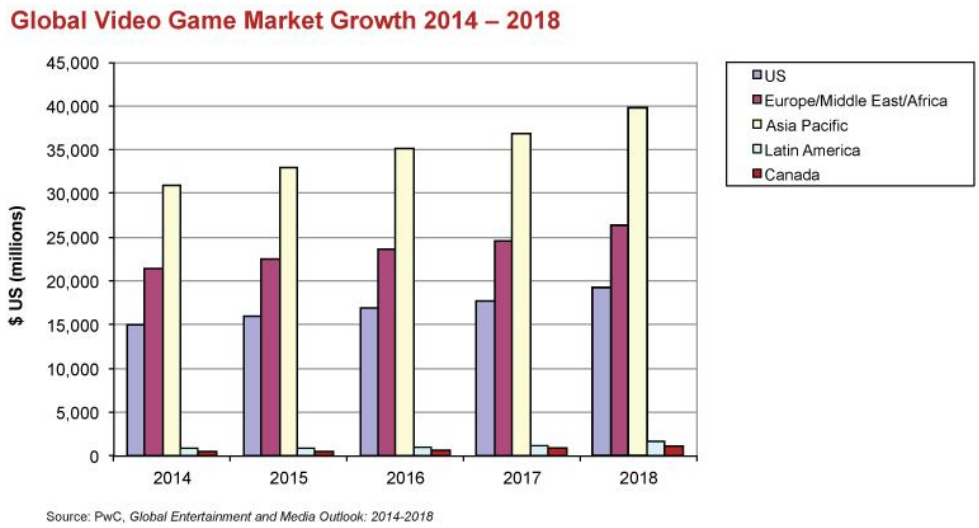
Pada tahun 2000 – 2004 merupakan generasi keenam di dunia *game* dimana dalam rentan waktu ini telah terjadi berbagai hal yang membuat produsen konsol di dunia memilih untuk mundur. Seperti contohnya yang dilakukan oleh Nintendo dan juga Sega yang memilih untuk berhenti menjadi produsen konsol di dunia, hal tersebut di karenakan munculnya perusahaan baru yang bergerak di dunia konsol yaitu Sony Playstation.

Sony playstation sangat sukses dalam melakukan penjualan di seluruh dunia, hal tersebut disebabkan oleh teknologi yang lebih maju dibanding dari generasi sebelumnya. Sega sempat meluncurkan sebuah konsol terbarunya yaitu yang dinamakan dengan *gamecube* sebagai usaha Sega untuk dapat bertahan di dunia konsol, tetapi hal tersebut tidak cukup kuat untuk mematahkan dominasi Sony di dunia. Sony playstation sempat ditakutkan oleh pesaing baru nya yang bergerak dibidang konsol juga yaitu Xbox yang notabene adalah keluaran Microsoft. Pada saat itu Xbox lebih diminati dalam segi grafik karena di nilai memiliki resolusi yang jauh lebih baik dari Sony, tapi sayangnya *game* besutan microsoft tidak sepopuler Sony playstation.

Sumber : http://logos.wikia.com/

Gambar 1.5 Logo Playstation

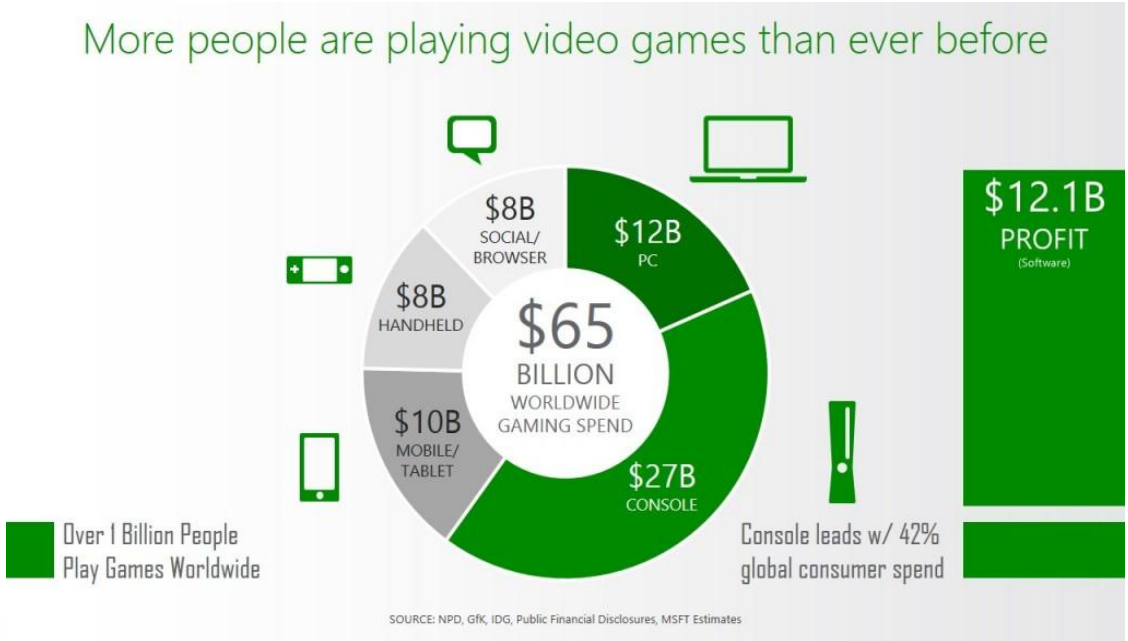
Analisis Pengaruh Perceived..., Christoforus Dave Noverly, FB UMN, 2017



Sumber : http://www.omdc.on.ca/

Gambar 1.6 *global video game market 2014- 2018*

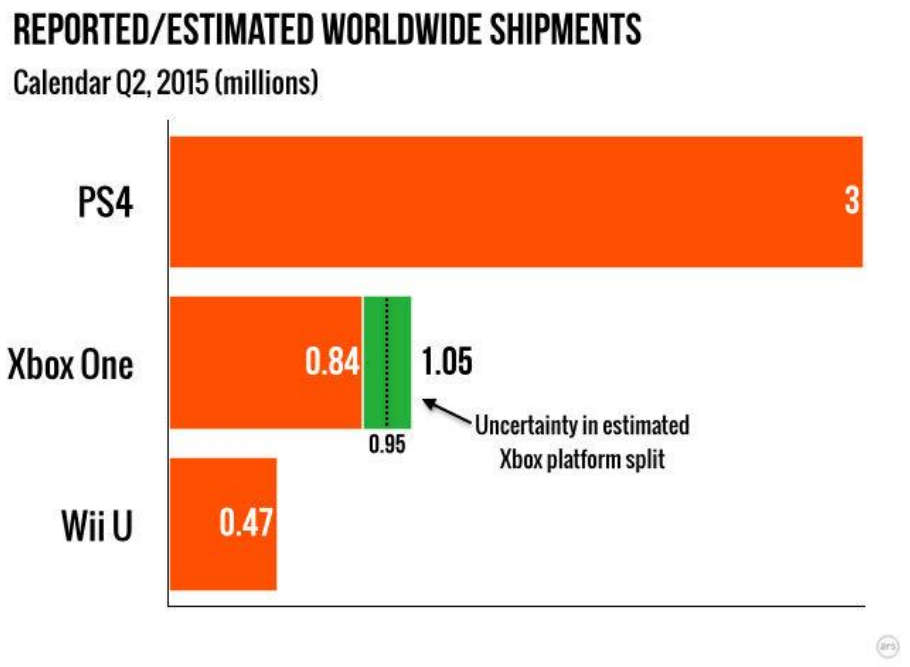
Dapat dilihat dari grafik tersebut bahwa pertumbuhan sebuah *video game* selalu meningkat dari tahun ke tahun. Banyaknya peminat *game* di dunia membuat pasar *video game* dapat berkembang dengan cepat. Dari grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa peminat terbesar dari sebuah *video game* adalah di Asia pasifik lalu Eropa/Timur Tengah/Afrika di urutan kedua dilanjutkan oleh US di posisi ketiga lalu di urutan ke empat ada Amerika Latin di susul oleh Kanada di posisi terakhir yaitu urutan ke lima. Pertumbuhan inilah yang memicu banyak perusahaan *game* memilih lokasi yang tepat sebagai target pasar agar potensi penjualannya dapat mencapai maksimal. Pada grafik tersebut di mulai pada tahun 2014 hingga 2018 pertumbuhan *video game* di dunia sangatlah signifikan, dan puncaknya di tahun 2018 diperkirakan pasar Asia Pasifik akan menyentuh angka USD 40.000.000.



Sumber : www.trefis.com

Gambar 1.7 *console growth market*

Pertumbuhan *video game* yang sangat pesat membuat banyak pengembang *game* merilis karyanya di berbagai *platform* yaitu *smartphone*, *social browser*, PC (*personal computer)*, perangkat genggam, dan juga konsol. Berdasarkan grafik diatas pertumbuhan *game* lebih diminati untuk *platform* konsol dengan perolehan USD 27.000.000.000 . Hal ini disebabkan oleh kemudahan pengoperasian nya dan juga pilihan *game*nya yang lebih banyak dan relatif lebih menarik dibandingkan dengan *platform* lainnya. Dari USD 65.000.000.000 uang yang dikeluarkan untuk bermain *game* 42% nya di dominasi oleh pasar konsol, lalu disusul oleh PC (*personal computer)* yang berada di posisi ke dua dengan perolehan USD 12.000.000.000 dilanjutkan oleh pasar *smartphone* dengan perolehan USD 10.000.000.000, lalu di posisi terakhir terdapat *social browser* dan perangkat genggam dengan perolehannya USD 8.000.000.000 .



Sumber : www. arstechnica.com

Gambar 1.8 Penjualan konsol pada Q2 tahun 2015

Konsol yang sangat populer hingga saat ini adalah Sony Playstation, dikarenakan inovasi yang dilakukan terus menerus mulai dari Generasi pertama hingga ke-empat (PS1,PS2, PS3, PS4). Menurut grafik diatas dapat disimpulkan bahwa Sony playstation 4 pada kuarter ke dua di tahun 2015 berada di urutan pertama dengan penjualan paling banyak yaitu USD 3.000.000.000, lalu diurutan kedua terdapat Xbox one yang dikeluarkan oleh microsoft dengan total perolehan USD 1.050.000.000, dilanjutkan dengan konsol keluaran nintendo yaitu Wii U dengan perolehan USD 470.000.000 yang berada di posisi terakhir persaingan antar konsol.

Perkembangan *game* di Indonesia

Table 7 NBO Company Shares of Video Games Hardware: % Value 2011-2015

% retail value rsp Company	2011	2012	2013	2014	2015
Sony Indonesia PT	40.4	43.3	43.5	52.4	58.2
Microsoft Indonesia PT	34.3	36.1	36.8	30.0	24.9
Nintendo Co Ltd	16.8	13.0	13.1	12.3	11.5
Others	8.5	7.6	6.6	5.4	5.4
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Sumber : http://euromonitor.com

Gambar 1.9 *Shares of video games hardware 2011 - 2015*

Menurut gambar 1.5 ditampilkan sebuah tabel yang menunjukan saham *video game* khususnya di Indonesia. Tabel tersebut menunjukan PT Sony Indonesia berada pada urutan pertama dengan *shares of video game* dari tahun 2011 di angka 40.4% - 58.2% di tahun 2015, sedangkan di urutan ke dua ada PT Microsoft Indonesia dengan produk xbox nya pada angka 34.3% pada tahun 2011 hingga tahun 2015 di angka 24.9% yang berarti perusahaan ini mengalami penurunan secara fluktuatif dan di urutan ketiga terdapat perusahaan yang mengeluarkan konsol wii yaitu Nintendo Co Ltd di angka 16.8% pada tahun 2011 hingga 11.5% di tahun 2015 yang berarti perusahaan ini mengalami penurunan. Dapat diambil kesimpulan bahwa PT Sony Indonesia sangat unggul di saham *video game* yang terus mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun.

Table 8 LBN Brand Shares of Video Games Hardware: % Value 2012-2015

% retail value rsp	Company (NBO)	2012	2013	2014	2015
PlayStation 3 (Sony Corp)	Sony Indonesia PT	28.2	28.8	28.5	26.8
PlayStation 4 (Sony Corp)	Sony Indonesia PT	-	-	9.5	17.7
Xbox 360 (Microsoft Corp)	Microsoft Indonesia PT	28.9	29.5	17.1	11.7
Xbox One (Microsoft Corp)	Microsoft Indonesia PT	-	-	5.2	5.7
Kinect (Microsoft Corp)	Microsoft Indonesia PT	5.1	5.2	5.4	5.4
Sony PlayStation Move (Sony Corp)	Sony Indonesia PT	5.0	5.1	5.3	5.3
Wii U	Nintendo Co Ltd	-	2.4	3.0	3.2
PlayStation Eye (Sony Corp)	Sony Indonesia PT	3.0	3.2	3.2	2.9
Wii	Nintendo Co Ltd	5.6	4.1	2.9	2.5
Nintendo 3DS	Nintendo Co Ltd	2.3	2.0	2.0	1.9
Nintendo DS	Nintendo Co Ltd	2.3	2.3	2.2	1.8
Sony PlayStation Portable (Sony Corp)	Sony Indonesia PT	3.3	2.7	2.2	1.8
Sony PlayStation Vita (Sony Corp)	Sony Indonesia PT	1.6	1.7	1.6	1.8
Others	Others	14.5	13.2	11.9	11.5
Total	Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Sumber : http://euromonitor.com

Gambar 1.10 *Brand shares of video games hardware*

Berdasarkan gambar 1.10, Playstation 4 berada di urutan pertama sebagai konsol generasi ke-7 di tahun 2014 hingga saat ini dengan perolehan saham sebesar 17.7% pada tahun 2015. Playstation 4 memiliki pesaing terberatnya yaitu xbox one yang berada di urutan kedua dengan angka perolehan saham nya 5.7% tahun 2015 lalu disusul dengan Wii U diurutan ketiga di angka 3.2% juga di tahun 2015. Tabel *brand shares* tersebut merupakan data yang diperoleh di Indonesia. Berdasarkan gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa Playstation memenangkan

persaingan untuk konsol baru pada jangka waktu tahun 2014 – 2016. Sony Indonesia memenangkan pasar Indonesia lewat konsol – konsol permainannya, seperti contohnya Playstation 3 yang memiliki angka penjualan yang lumayan tinggi membuat optimisme pelanggan meningkat akan konsol terbaru Sony yaitu Playstation 4. Menurut data Euromonitor, prediksi akan penjualan Playstation 4 Tidak akan mengalami penurunan yang signifikan karena dapat dilihat pada gambar 1.6 menampilkan nilai saham nya meningkat secara signifikan mulai dari tahun 2014.

Tabel 1.1 *sales video games hardware*

(IDR Billion)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Video Games Hardware	191.1 (100%)	232.5 (100%)	253.0 (100%)	282.0 (100%)	296.2 (100%)	313.2 (100%)
- *Handheld Consoles*	18.4 (9.62%)	23.0 (9.88%)	24.2 (9.56%)	24.4 (8.65%)	23.4 (7.9%)	22.8 (7.2%)
- *Static Consoles*	119.3 (62.4%)	144.4 (62.1%)	158.8 (62.7%)	182.6 (64.7%)	196.3 (66.2%)	212.0 (67.8%)
- *Gaming Accessories*	53.4 (27.9%)	65.2 (28%)	70.1 (27.70%)	75.0 (26.5%)	76.5 (25.8%)	78.4 (25%)

Sumber : http://euromonitor.com

Sebuah *video game* didukung oleh beberapa aksesoris tambahan untuk meningkatkan penjualan. Menurut data yang di ambil dari situs euromonitor menyebutkan bahwa perangkat keras permainan dibagi menjadi tiga jenis yaitu perangkat genggam, konsol statis (tidak bisa di bawa berpergian), lalu yang terakhir aksesoris permainan. Menurut tabel 1.1, penjualan terbesar sebuah *video game* ada pada *static consoles* yaitu seperti Playstation 4 atau Xbox one. Lalu hal ke dua penyumbang penjualan tersebar ada pada aksesoris permainan seperti contoh nya *guitar controller* dan *dance pad.* pada tahun 2015 penjualan *static console* berada pada 67.8%, lalu aksesoris permainan ada pada urutan kedua dengan angka penjualan 25% dan yang terakhir perangkat genggam yang berada di angka penjualan 7.2% dari total penjualan ssebuah *video game* di Indonesia.

Perkembangan *game* di indonesia bisa dikatakan sangat cepat karena banyaknya muncul inovasi – inovasi baru yang dimunculkan oleh sebuah perusahaan *game*. Banyak *game* yang cara bermainnya harus menggunakan alat tambahan agar dapat dimainkan. Hal tersebut dimaksudkan agar para pemain dapat merasakan pengalaman bermain yang baru sehingga hal tersebut dapat menciptakan value tersendiri bagi para pemainnya.

Beberapa *game* dalam konsol Sony Playstation menawarkan para pemainnya untuk menggunakan alat tambahan apabila ingin memainkannya dengan cara yang baru, hal ini dimaksudkan agar pemain mendapatkan sensasi baru, pengalaman baru dalam bermain *game*. *Game – game* yang mengharuskan pemain menggunakan alat tambahan yaitu *Dance dance Revolution* (DDR),

Analisis Pengaruh Perceived..., Christoforus Dave Noverly, FB UMN, 2017

Fishing Bass, Guitar Hero, DJ Hero, Gran Turismo yang merupakan varian *game* dari Sony Playstation generasi kedua.

Sumber : http://zavvi.com

Gambar 1.11 *Guitar Hero 5 controller*

Sony Playstation selalu berusaha untuk menghadirkan inovasi baru, hal tersebut bisa dilihat dari generasinya yang pertama hingga generasi ke-empat (saat ini) selalu menghadirkan pengalaman baru dalam barmain *game*. Pada generasi ke-tiga nya Sony Playstation mencoba menghadirkan *gamepad* baru untuk dapat memainkan *game* nya yang bernama guitar hero 5. Selain guitar hero *controller* tersebut, saat ini dunia *game* sedang diperkenalkan oleh beberapa teknologi baru yang mendukung seseorang dalam bermain *video game* yaitu AR (*Augmented Reality)* dan VR (*Virtual Reality*). Teknologi ini bisa menjadi terobosan baru untuk bisa mendapatkan pengalaman bermain yang berbeda, selain itu perusahaan pencipta *game* juga bisa mendapatkan peluang untuk mengembangkan teknologi ini. Penggunaan AR sangat terbatas karena teknologi yang dikembangkan belum

Analisis Pengaruh Perceived..., Christoforus Dave Noverly, FB UMN, 2017

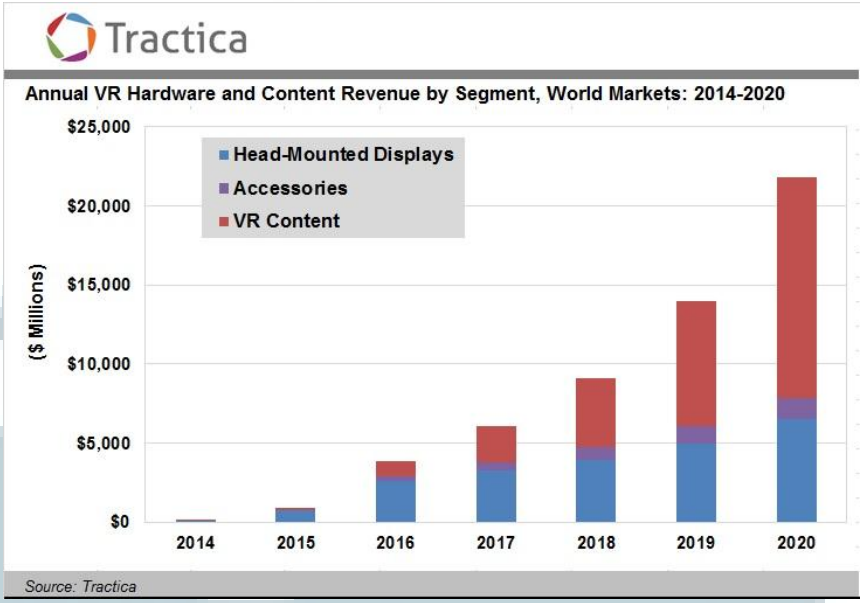
terlalu mumpuni sehingga hanya beberapa *game* saja yang menggunakan teknologi ini sebagai media untuk bermain. Dikarenakan *trend* di indonesia saat ini lebih mengarah pada VR (*Virtual Reality)* maka peneliti akan membahas secara mendalam bagaimana perkembangan VR di Indonesia.

Saat ini dunia sedang diperkenalkan teknologi baru yaitu yang dinamakan dengan *Virtual Reality (VR).* VR sendiri penggunaannya bisa disalurkan untuk berbagai tujuan dan maksud, seperti contohnya untuk menonton sebuah *film* dengan format yang baru. Kemunculan teknologi VR ini membuat banyak perusahaan yang bergerak dibidang entertainment mencoba mengembangkan teknologi ini menjadi salah satu fitur terbaru yang akan mendukung para penggunanya dalam pengaplikasiannya. Salah satu perusahaan yang mencoba memaksimalkan potensinya yaitu Sony yang saat ini baru saja merilis perangkat terbarunya yaitu Playstation VR. Playstation VR ditujukan kepada dunia sebagai bentuk inovasi nya yang senantiasa selalu melakukan pembaharuan secara terus menerus.

Tidak terlewat indonesia yang menjadi salah satu negara yang memiliki angka pembelian yang tinggi terhadap Sony playstation membuat pasar di tanah air memiliki potensi yang besar. Hadirnya generasi playstation terbaru yaitu Playstation 4 membuat para peminat di dunia *game* menjadi sangat penasaran untuk dapat mencoba dan memilikinya. Tingkat peminat Playstation yang tinggi di indonesia membuat perusahaan tersebut ingin menghadirkan sesuatu yang baru yaitu playstation VR, dimana penggunaannya harus dibarengi dengan konsol

Analisis Pengaruh Perceived..., Christoforus Dave Noverly, FB UMN, 2017

playstation 4 tersebut. Tidak hanya di indonesia, dunia *game* di seluruh penjuru juga dibuat penasaran dengan munculnya perangkat ini.



Sumber : http://www.hypergridbusiness.com/

Gambar 1.12 *Virtual reality market*

Pertumbungan VR (*virtual reality)* saat ini sangatlah pesat dari tahun ke tahun sehingga banyak perusahaan pengembang *game* yang berlomba – lomba untuk menciptakan konten – konten yang dapat mendukung teknologi ini. Dapat dilihat pada grafik diatas bahwa di tahun 2014 adalah tahun dimana teknologi VR ini muncul secara komersil. Tentu saja pada tahun 2014 ini konten yang mendukung VR ini masih sangat sedikit sehingga kurang minat orang untuk membelinya. Masuk pada tahun 2015 mulai banyak perusahaan yang menciptakan berbagai macam jenis VR dalam bentuk yang berbeda pula karena pada saat itu konten yang masih sangat sedikit dimanfaatkan perusahaan untuk berlomba – lomba mendapatkan inovasi teknologi yang memungkinkan akan mendukung

konten – konten yang akan muncul di masa mendatang. Dapat dilihat pada tahun 2016 ini mulai banyak konten – konten yang mendukung penggunaan VR ini menjadi lebih menarik, dan juga tahun 2016 ini mulai banyak peminat VR untuk digunakan ke *platform* tertentu. Di prediksi tahun 2017 – 2020 pertumbuhan konten VR, teknologi VR, dan beserta aksesoris nya akan melesat jauh dari tahun – tahun sebelumnya.

Sumber : SUPERDATA, *digital games market inteligence*

Gambar : 1.13 VR *user by 2016*

Terdapat berbagai jenis macam VR untuk berbagai *platform* yang berbentuk *head-mounted display* (HMD), yaitu untuk kebutuhan PC (*personal computer), smartphone, premium mobile,* dan *console* pada grafik diatas dapat dilihat bahwa pengguna *platform* PC menduduki urutan pertama dengan jumlah penggunanya mencapai 4.968.000.000 (46%), lalu diurutan ke dua ada *console* dengan jumlah penggunanya 3.024.000.000 (28%), dan diurutan terakhir pengguna *mobile*

mencapai 2.808.000.000 . PC merupakan *platform* yang paling banyak digunakan untuk VR dikarenakan munculnya VR pertama kali di *platform* PC dan juga konten – konten yang mendukung VR lebih banyak dibandingkan dengan *platform* lain. Akan tetapi pengguna VR di konsol tidak kalah banyak dan penggunaan VR di *platform* konsol bisa terbilang baru karena jumlah konsol yang mendukung penggunaan VR masih sedikit.

Sumber : www.playstation.com

Gambar 1.14 Playstation VR

Saat ini Sony playstation dengan konsol terbarunya yaitu PS4 mengeluarkan perangkat VR berbentuk HMD (Head Mounted Display) yang dapat digunakan pada konsol itu sendiri. VR atau *Virtual Reality* adalah sebuah teknologi yang membuat pengguna dapat berinteraksi dengan lingkungan yang ada didalam dunia *digital* yang disimulasikan oleh sebuah perangkat keras dan perangkat lunak (Pratama, 2015). *Virtual Reality* dimulai dari project google yang bernama *Google Cardboard* dimana materialnya hanya terbuat dari bahan kertas kardus yang bisa kita lipat hingga menjadi kacamata VR (*Virtual Reality).*

Terdapat banyak bentuk VR yang dijual diluar sana mulai dari yang harganya murah sampai dengan yang memiliki teknologi canggih. Salah satunya yaitu yang dikeluarkan oleh Sony untuk menopang para penggunanya dalam mendapatkan pengalaman baru dalam bermain *game*, *Playstation VR*.

Sumber : www.jagatplay.com

Gambar : 1.15 *Playstation VR Release date*

Secara serentak Playstation VR merilis perangkat nya pada tanggal 13 oktober 2016 di beberapa negara yaitu Hongkong, Taiwan, Korea, China, Singapore, Malaysia, Thailand, Indonesia, dan Filipina. Pengumuman itu disampaikan oleh Shuhei Yoshida yang menjabat sebagai *President Worldwide Studios SCEI* dan Hiroyuki Oda yang menjabat sebagai *Deputy President Sony Interactive Entertainment Japan Asia* dalam acara 18th Ani-Com & *Games* HK 2016 (ACGHK 2016) di Hongkong. Acara tersebut sekaligus mengumumkan harga PSVR di beberapa negara.

Sumber : www.jagatplay.com

Gambar 1.16 *Playstation VR Price*

Menurut gambar 1.11 disebutkan Untuk Indonesia sendiri Playstation VR dibanderol dengan harga IDR 6.690.000, Hongkong dengan harga HKD 3.180, Korea dengan harga KRW 498.000, Myanmar MYR 1.849, Taiwan TWD 12.980, Singapore SGD 599, Thailand THB 17.490, Filipina PHP 22.900. Indonesia mulai bisa melakukan *pre-order* pada tanggal 30 juli 2016 dan ada juga versi yang *bundle* bersama Playstation *Camera* dengan harga IDR 7.390.000

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat diambil kesimpulan bahwa Playstation VR sangat menarik untuk dibahas secara mendalam bagaimana reaksi pasar khususnya di Indonesia dan juga Playstation VR ini merupakan yang pertama kali sebuah *virtual reality* dapat dimainkan bersama dengan *console* yaitu Playstation 4. Menurut data yang diambil dari Euromonitor, pertumbuhan VR masih terbilang lambat dikarenakan konsumen masih kurang memahami penggunaannya untuk *game*, yang mana merupakan dari variabel *perceived ease of use*. faktor lain yang membuat pertumbuhan VR di Indonesia terbilang lambat dikarenakan tidak adanya pabrikan lokal dan harga yang tinggi untuk

mendapatkannya, permasalahan ini merupakan variabel *perceived price* yang akan ditelusuri oleh peneliti. Konsumen di Indonesia juga masih belum mengerti kegunaan dari VR itu sendiri dalam implementasi sektor *game* dan konsumen pesimis VR bisa menambah pengalaman dalam bermain, dalam hal ini perceived usefulness mengambil peran dalam penelitian ini. Di sisi lain Playstation VR merupakan sebuah satu - satunya perangkat tambahan untuk bermain yang harus menggunakan *console* Playstation 4 sebagai perangkat utamanya. Peneliti tertarik dengan fenomena Playstation VR untuk dijadikan bahan penelitian karena potensinya yang dapat digali secara mendalam untuk mengetahui bagaimana reaksi atau perilaku konsumen di Indonesia terhadap Playstation VR (attitude toward PSVR) dan pengaruh nya dengan *purchase intention* mengingat penjualan Playstation VR yang tidak terlalu besar.

Menurut data yang diambil dari Euromonitor (2016), pertumbuhan VR masih diprediksi lambat. Ada beberapa faktor yang menyebabkan pertumbuhan VR di Indonesia diprediksi lambat Euromonitor (2016) yaitu yang pertama konsumen di Indonesia juga belum mengerti kegunaan dari VR itu sendiri dalam implementasi kedalam sebuah *video game* dan konsumen pesimis VR bisa menambah pengalaman dalam bermain, dalam hal ini perceived usefulness mengambil peran dalam penelitian. Yang kedua yaitu konsumen masih meragukan akan kepraktisan dalam penggunaan VR itu sendiri dalam bermain *game* yang mana merupakan dari variabel *perceived ease of use* Hal yang ketiga adalah faktor lain yang membuat pertumbuhan VR di Indonesia terbilang lambat dikarenakan tidak adanya pabrikan lokal dan harga yang tinggi untuk mendapatkannya, hal ini merupakan variabel *perceived price*. Keempat yaitu karena tingginya penggunaan

Analisis Pengaruh Perceived..., Christoforus Dave Noverly, FB UMN, 2017

smartphone di Indonesia, orang dengan mudah bisa mendapatkan informasi mengenai barang yang akan di beli nya dalam hal ini adalah sebuah *video game* yang merupakan variabel *product review*.

Telah disebutkan dalam gambar data Euromonitor diatas bahwa aksesoris permainan menyumbang pemasukan terbesar kedua setelah perangkat keras konsol statis (tidak bisa dibawa bepergian). penliti berpikir bahwa keadaan seperti yang baru saja disebutkan, sangat menarik untuk diteliti mengingat pertumbuhan *video game* yang pesat di Indonesia dan bagaimana pengaruhnya dengan *purchase intention* terhadap aksesoris *game* khususnya Playstation VR.

1.2 Rumusan Masalah

Munculnya teknologi baru membuat banyak perusahaan berlomba – lomba untuk memanfaatkan nya menjadi sesuatu yang dapat menambah nilai dalam sebuah produk. Salah satu perusahaan yang berusaha memaksimalkan potensi dari teknologi baru tersebut yang dinamakan *Virtual Reality* (VR) yaitu Sony yang bergerak dibidang multimedia. Sony memanfaatkan teknologi VR ini kedalam salah satu cabang bisnisnya yaitu konsol *game*, dimana implementasi teknologi ini bertujuan untuk memenuhi permintaan pelanggannya akan inovasi yang baru. Akan tetapi ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi orang untuk melakukan keputusan pembelian sehingga perusahaan harus lebih jeli dalam melihat peluang. Skripsi ini akan membahas *purchase intention* dan beserta variabel lainnya yang saling mempengaruhi. Selain itu secara spesifik skripsi ini akan melakukan eksplorasi terhadap variabel yang mempengaruhi *purchase intention,* mengingat produk Playstation VR ini baru saja dirilis di Indonesia yang merupakan salah

Analisis Pengaruh Perceived..., Christoforus Dave Noverly, FB UMN, 2017

satu negara dengan tingkat penjualan Playstation cukup tinggi di Asia. Playstation VR merupakan perangkat yang terbilang sangat baru di Indonesia dan dapat dikatakan tidak memiliki saingan apabila disejajarkan dengan perusahaan yang menciptakan sebuah konsol *game* dengan perangkat VR juga.

Di Indonesia, Playstation merupakan konsol *game* yang paling diminati dan hal tersebut membuat Sony berpikir untuk merilis perangkat terbarunya di sini. Walaupun Sony playstation tidak memiliki saingan secara langsung bukan berarti penjualannya akan menjanjikan akan tetapi harus dilihat dari sudut pandang berbeda.

Dalam penelitian ini ingin membahas bagaimana *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived price, product review* dapat mempengaruhi *attitude towards* Playstation VR dan implikasinya kepada *purchase intention*. *Perceived usefulness merupakan* persepsi pengguna terhadap kemanfaatan produk tersebut (Davis et al. 1989), sedangkan *perceived ease of use* merupakan variabel yang menyatakan persepsi pengguna terhadap kemudahan pengoperasian produk tersebut (Davis et al. 1989). Setelah dilihat dari kegunaannya, *purchase intention* dipengaruhi juga oleh *perceived price* yang merupakan persepsi *customer* akan berapa jumlah uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa (Zeithaml, 1988). *Product review* merupakan variabel yang menyatakan ulasan mengenai sebuah produk itu baik atau buruk dan hal itu bisa sangat mempengaruhi *purchase intention* tergantung seberapa baik *product review* tersebut.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada muncul pertanyaan penelitian yang berpilar pada perumusan hipotesis yang telah dibuat, yaitu:

1. Apakah *perceived usefulness* pada berpengaruh positif terhadap *attitude towards* Playstation VR ?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude towards* Playstation VR ?
3. Apakah *Perceived Price* berpengaruh positif terhadap *attitude towards* Playstation VR ?
4. Apakah *product review* berpengaruh positif terhadap *attitude towards* Playstation VR ?
5. Apakah *attitude towards* Playstation VR berpengaruh positif terhadap *purchase intention* ?

1.4 Tujuan penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang sudah di rumuskan sebelumnya, muncul sebuah tujuan dari penelitian yang dilakukan, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* terhadap *attitude towards* Playstation VR
2. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap *attitude towards* Playstation VR
3. Untuk mengetahui pengaruh *Perceived Price* terhadap *attitude towards* Playstation VR

4. Untuk mengetahui pengaruh *product review* terdahap *attitude towards* Playstation VR
5. Untuk mengetahui pengaruh *attitude towards* Playstation VR terhadap *purchase intention*

1.5 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat berupa manfaat akademis dan manfaat praktis. Adapun harapan penulis bagi berbagai pihak, yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat akademis

   Bagi peneliti, manfaat akademis yang diharapkan adalah agar seluruh tahapan penelitian serta hasil nya dapat memperluas wawasan sekaligus memperoleh pengetahuan mengenai penerapan fungsi Ilmu manajemen pemasaran yang diperoleh selama mengikuti kegiatan perkuliahan pada Universitas Multimedia Nusantara mengenai *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived price*, *product review* terhadap *attitude towards to purchase* serta implikasinya terhadap *purchase intention* pada playstation VR
2. Manfaat praktis

   Bagi peneliti, manfaat praktis yang diharapkan yaitu dapat bermanfaat bagi kalangan luar dan juga dapat dijadikan sebagai acuan dalam membuat penelitian selanjutnya, diharapkan pula agar penelitian ini dapat

Analisis Pengaruh Perceived..., Christoforus Dave Noverly, FB UMN, 2017

dikembangkan dan disempurnakan untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat lagi

1.6 Batasan Penelitian

Penulis membatasi ruang lingkup penyebaran kuisioner yang akan digunakan. Adapun beberapa batasan yaitu akan digunakan yaitu :

1. Penelitian ini dibatasi oleh 6 variabel yaitu *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived price, product review, attitude towards* Playstation VR, *purchase intention*
2. *Screening* yang dipilih oleh penulis yaitu, memiliki Playstation 4, mengetahui menegenai Playstation VR, Pernah melihat *review* yang ada dimana saja termasuk internet, lalu responden harus sudah pernah mencoba Playstation VR

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I pendahuluan terdapat pembahasan mengenai lahirnya sebuah *game* lalu diikuti oleh proses *game* berkembang dari jaman ke jaman, muncul berbagai konsol permainan, mulai terjadi persaingan antara pembuat mesin konsol, perputaran uang yang terdapat di dunia *game*, berbagai aksesori yang bermunculan guna untuk mendukung dalam bermain game, sampai kepada teknologi VR (*Virtual Reality)* hingga munculah Playstation VR.

Analisis Pengaruh Perceived..., Christoforus Dave Noverly, FB UMN, 2017

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini dijelaskan tentang teori teori apa saja yang akan digunakan sebagai pilar pembuatan skripsi ini. Variabel yang akan diteliti yaitu *perceived usefulness, perceived ease of use, perceived price, product review, attitude towards* Playstation VR, *purchase intention.*

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai metodologi yang akan digunakan oleh penulis dalam pengolahan data yang sudah didapat dari hasil penyebaran kuisioner serta teknik teknik pengumpulan data dan analisa yang digunakan untuk bab selanjutnya

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

Di bab IV akan dibahas mengenai hasil dari data yang diolah menggunakan aplikasi SEM. Berbagai analisa dilakukan untuk menentukan kesimpulan dari hasil yang sudah didapat.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V akan berisi pembahasan kesimpulan dari analisa yang sudah dilakukan pada bab IV dan juga sebagai bahan pertimbangan untuk memberikan saran pada pihak terkait untuk dapat meningkatkan kualitas dari suatu produk atau objek yang sedang diteliti

Analisis Pengaruh Perceived..., Christoforus Dave Noverly, FB UMN, 2017