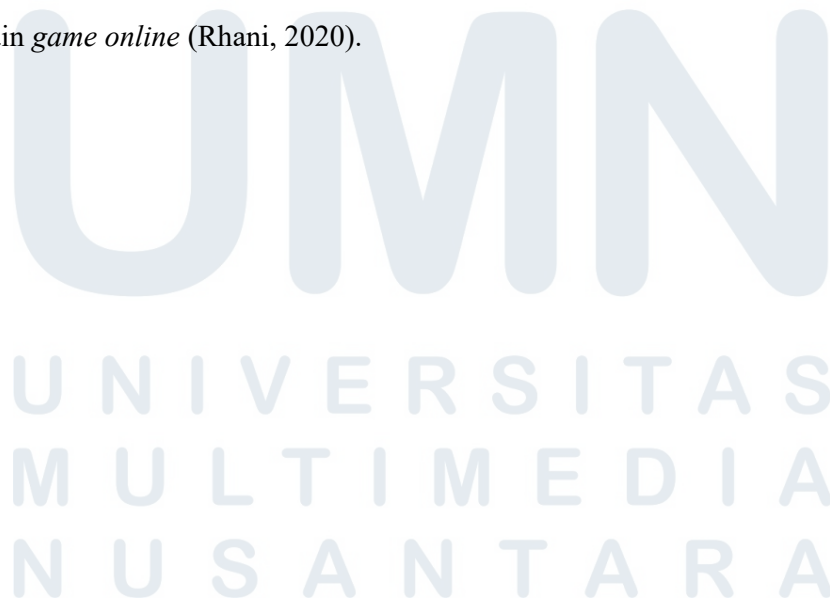


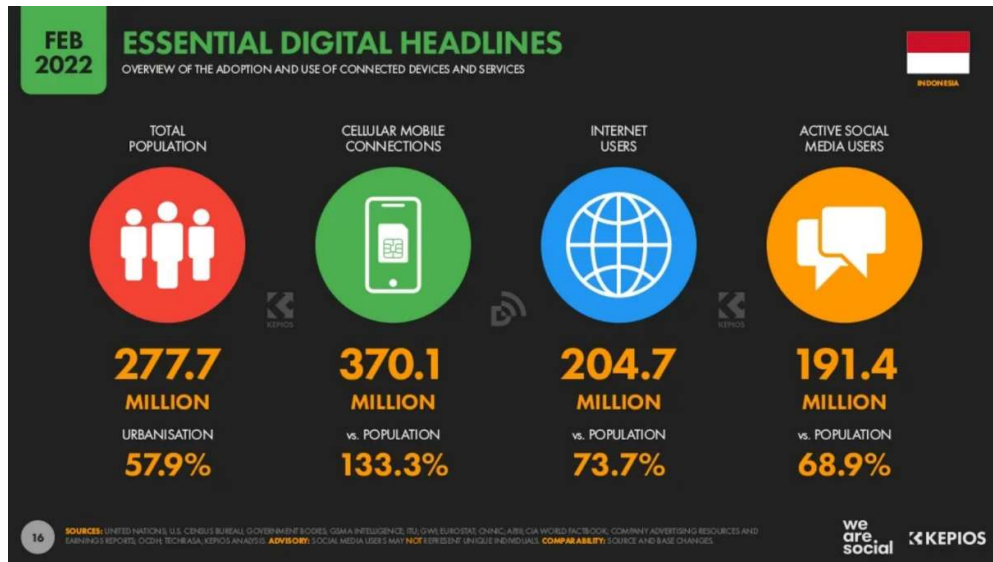
BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era yang *modern* saat ini perubahan dan perkembangan internet menjadi bagian penting dalam kehidupan manusia. Internet menyediakan berbagai informasi dan pengetahuan dan komunikasi, dengan semakin berkembangnya internet komunikasi semakin mudah dan informasi dapat dengan mudah didapatkan (Laily, 2022). Kemudian dengan berkembangnya internet masyarakat dapat meningkatkan kemampuan dan pengetahuan, selain itu internet dapat memudahkan masyarakat mencari alamat, memudahkan kita dalam berbisnis, sebagai sarana hiburan seperti menonton *video*, menonton film, mendengarkan musik, dan dapat bermain *game online* (Rhani, 2020).





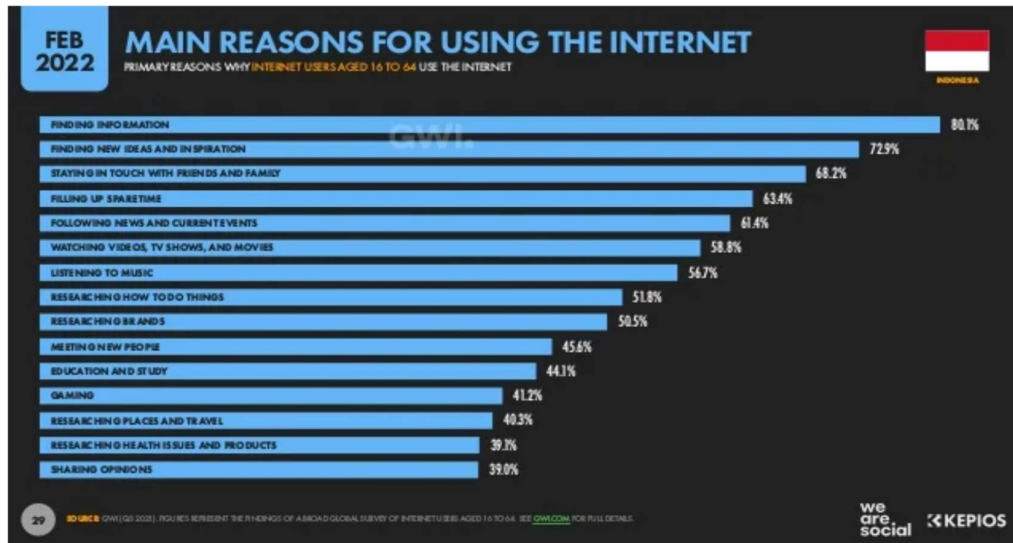
Gambar 1. 1 Penetrasi Internet Indonesia

Sumber: Dataportal.com Februari Tahun 2022

Sumber: Dataportal.com Februari Tahun 2022

Menurut gambar 1.1 yang dilansir dari *Kepios* bulan Februari tahun 2022, jumlah penduduk Indonesia adalah 277,7 juta pada Januari 2022. Data menunjukkan bahwa populasi Indonesia meningkat sebesar 2,8 juta antara tahun 2021 dan 2022. Penggunaan internet di Indonesia di awal 2022 sebesar 204,7 juta sehingga tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 73,7%. Peningkatan pengguna internet di Indonesia sebesar 1% per tahun sebesar 2,1 juta pada 2022 (Kemp, 2022).

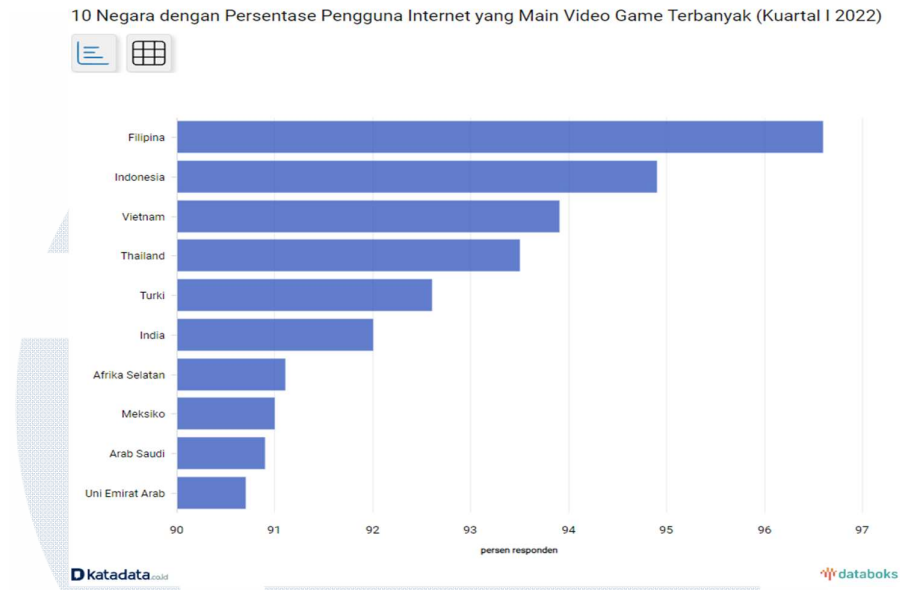
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1. 2 Alasan Masyarakat Menggunakan Internet

Sumber: Dataportal.com Februari Tahun 2022

Saat ini internet sudah menjadi kebutuhan primer manusia karena segala informasi dari yang mudah sampai yang sulit dapat ditemukan dengan bantuan internet. Internet menyediakan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat seperti berita terbaru mengenai ekonomi, sosial, politik, hiburan, dan edukasi (Astuti, 2020). Dengan internet menggunakan internet kita mendapatkan menjadi lebih efisien, seperti berjualan melalui *e-commerce*, melakukan komunikasi dengan *platform* yang tersedia, pembayaran lebih mudah, dan banyak kegiatan lainnya dapat digunakan menggunakan internet (Detik News, 2022). Menurut gambar 1.1 yang dilansir dari Kepios february tahun 2022, sebesar 81% orang melakukan kegiatan di internet untuk mencari informasi, kemudian sebanyak 41% orang menggunakan internet untuk bermain *game* (Kemp, 2022).



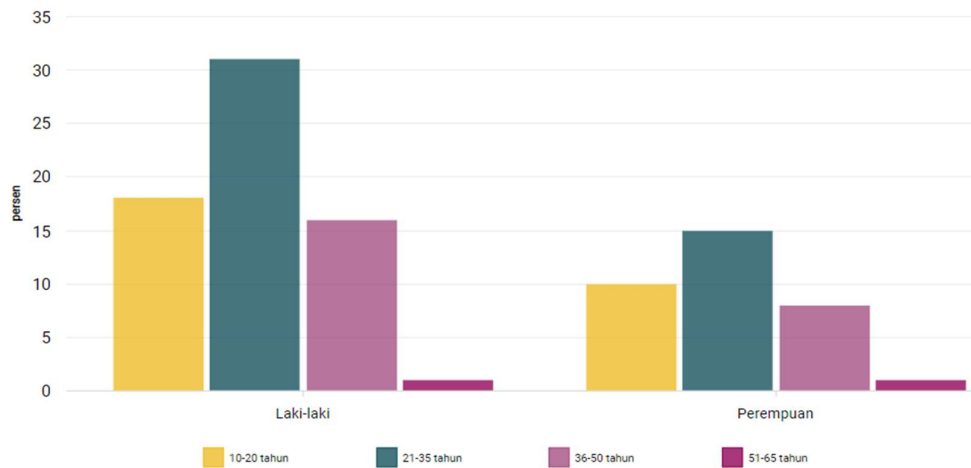
Gambar 1.3 Data Pengguna Internet Yang Main Vidio Game Terbanyak

Sumber: Katadata.com Agustus 2022

Berdasarkan gambar 1.3 Indonesia menjadi negara dengan jumlah pemain *video game* terbanyak ke-dua di dunia. Sebanyak 94,9 % pengguna internet di Indonesia yang memainkan *video game* per Januari 2022. Menurut data *We Are Social* mencatat persentase pengguna internet yang main *video game* di skala *global* mencapai 82,4% (Rahman, 2022).

Bermain *game* merupakan salah satu kegiatan hiburan yang dilakukan oleh sebagian banyak orang, hasil riset menunjukkan bahwa setidaknya 52 juta orang indonesia bermain *game* secara konsisten. Berdasarkan data yang diperoleh dari Katadata.co.id kelompok usia pemain *game* di dominasi oleh milenial dengan rentan usia 26-27 tahun sebesar 68% dengan pendapatan rata-rata 10 Juta Rupiah

per bulan. Hasil survei tersebut dilakukan oleh Vero dan *Decision Lab* yang diikuti oleh 470 responden dengan rentan usia 16-41 tahun (Burhan, 2022).



Gambar 1. 4 Penggemar E-Sport Global Berdasarkan Gender dan Usia

Sumber: Katadata.co.id Juni 2022

Industri *e-sport* terus berkembang dan semakin diminati masyarakat dari berbagai negara. Menurut gambar 1.3 yang dilansir dari katadata.co.id, mayoritas penggemar *e-sport* adalah laki-laki sebanyak 66%, dan paling didominasi oleh laki-laki berusia muda sebanyak 49%, sebanyak 31% berusia 21-35 tahun dan 18% berusia 10-20 tahun. Sementara itu penggemar *e-sport* dari kalangan perempuan sebanyak 34%, dan juga didominasi perempuan usia muda, sebanyak 15% berusia 21-35 tahun dan usia 10-20 tahun sebanyak 10% (Annur, 2022).

Dalam bermain *game* sendiri terdapat beberapa jenis *game* yang dapat dimainkan, yaitu *PC (Personal Computer)/ Desktop game, console game, handheld,*

dan *mobile game*. *Game PC* adalah *game* yang dapat dimainkan di PC desktop hingga laptop. *Game Console* adalah *game* yang dapat dimainkan menggunakan konsol *game* seperti PlayStation hingga Xbox. *Game Handheld* adalah dapat dimainkan menggunakan *Sony PSP* atau *Nintendo DS*. Kemudian *mobile games* adalah *game* yang dapat dimainkan pada ponsel pintar *smartphone* (Wibowo, 2017).



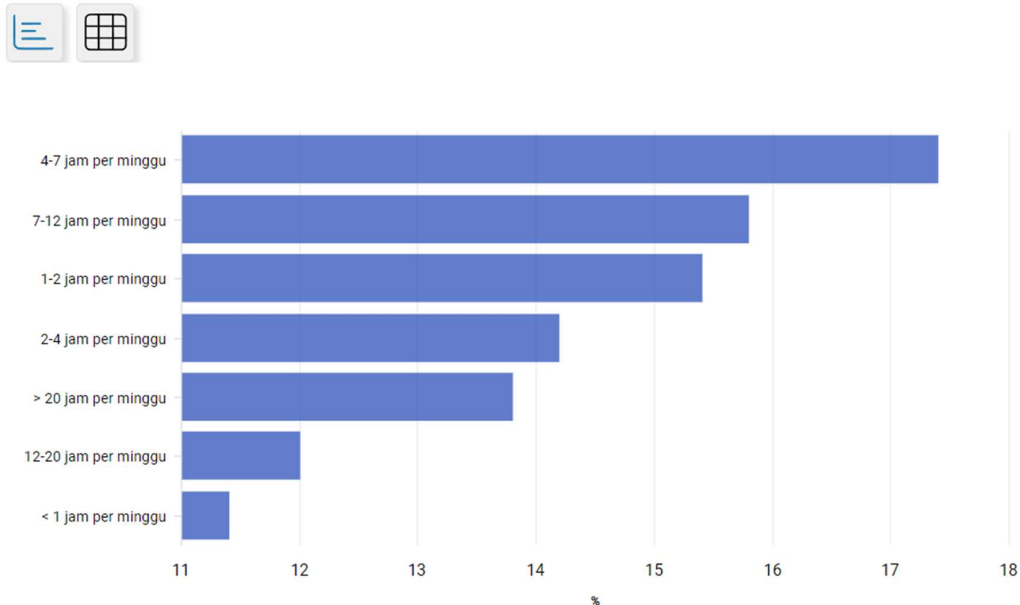
Gambar 1. 5 Perangkat Yang Digunakan Untuk Bermain Game

Sumber: Dataportal.com Februari Tahun 2022

Berdasarkan gambar 1.4 terdapat beberapa perangkat yang dapat digunakan bermain *game* yaitu *Smartphone*, *Laptop/ PC desktop*, *game Console*, *Tablet*, *Handheld gaming service*, *media streaming device*, dan *Virtual Reality Headset*. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kepios, *Smartphone* menjadi perangkat yang paling banyak digunakan untuk bermain *game* sebesar 88% dan *Tablet* sebesar 10% (Kemp, 2022). *Game mobile* menjadi *game* yang paling diminati di Indonesia, karena *game mobile* memiliki jenis atau genre yang dapat dimainkan, kemudian banyak *game mobile* yang dapat diunduh secara gratis melalui Playstore dan

Appstore, *game mobile* lebih mudah dimainkan, dan harga *smartphone* yang lebih terjangkau(Eraspace, 2021).

Rata-rata Waktu yang Dhabiskan untuk Bermain Video Gim di Indonesia per Minggu



Gambar 1. 6 Rata-rata Waktu yang dihabiskan untuk Bermain Video Game

Sumber: Dataportal.com Februari Tahun 2022

Menurut gambar 1.5 yang dilansir dari katadata.co.id, mayoritas waktu yang dihabiskan para pemain *game* di Indonesia untuk bermain *video game* memainkan *game* selama 4 hingga 7 jam perminggu dengan persentasenya mencapai 17,4%. kemudian sebanyak 15,8% *gamers* menghabiskan waktu untuk bermain *game* selama 7 hingga 12 jam per minggu (Annur, 2021).

Para penggemar *Game online* menjadi pasar yang menarik bagi industri *game* dunia, terutama pada *game online mobile* yang setiap tahunnya akan meningkat. Berdasarkan data yang diperoleh Katadata.co.id pada 8 Juni 2021,

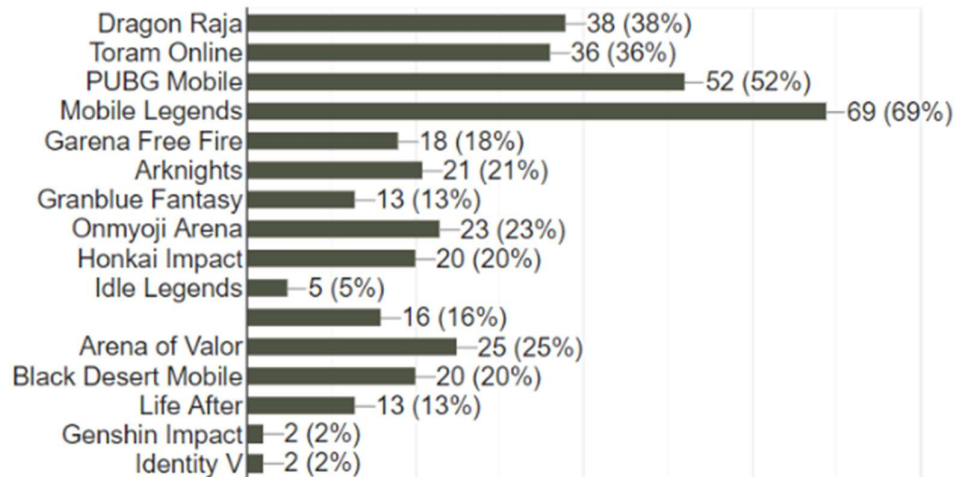
perangkat yang paling banyak digunakan untuk bermain *game* adalah *smartphone* sebesar 88,9%, kemudian sebesar 60,2% pengguna internet menggunakan internet untuk bermain *game*. hasil survei tersebut dilakukan oleh pengguna internet usia 16-64 tahun (Bayu, 2021).

Salah satu alasan mengapa perangkat PC maupun konsol masih kalah peminatnya dibanding *game mobile* yang dimainkan melalui *smartphone* adalah karena gratis. Kebanyakan *game mobile* memang diciptakan secara gratis dengan mengunduhnya melalui *Play Store* bagi pengguna *Android* maupun *App Store* bagi pengguna *iOS*. Pengguna bisa menginstall atau meng-*uninstall* kapan pun karena gratis. Ditambah, biasanya *game* yang menarik banyak peminatnya untuk dimainkan akan selalu mendapatkan *update* atau pembaruan pada konten-konten di dalamnya oleh pihak pengembangnya. Tidak heran, jika *game mobile* menjadi yang paling favorit untuk dimainkan melalui *smartphone* (Mamduh, 2021).

Mengingat, *game mobile* merupakan jenis *game* yang dimainkan melalui *smartphone*, maka kamu bisa memainkannya kapanpun dan di manapun. Dengan begitu, kamu tidak perlu repot-repot mencari colokan listrik atau membutuhkan ruangan tertentu agar bisa memainkan *game mobile*. Kamu bisa langsung masuk ke dalam aplikasi *game* yang diinginkan, langsung memainkannya tanpa kerepotan. Masa PPKM kamu juga akan lebih menyenangkan karena masih bisa menikmati hiburan tanpa harus keluar rumah dengan sejumlah risiko yang menanti (Mamduh, 2021).

Nama Mobile Game yang Anda mainkan/pernah mainkan (bisa dipilih lebih dari satu)

100 responses

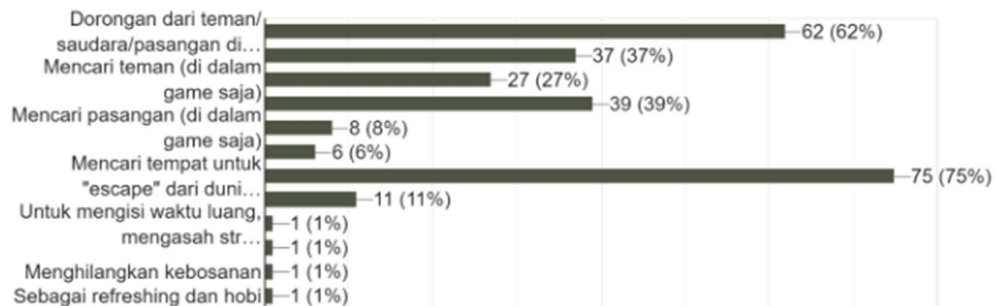


Gambar 1. 7 Hasil Survei Mengenai Game apa saja yang dimainkan responden

Sumber: CfDS Fisipol UGM.ac.id

Alasan Anda bermain mobile game (bisa dipilih lebih dari satu)

100 responses



Gambar 1. 8 Hasil Survei Mengenai Alasan Bermain Game

Sumber: CfDS Fisipol UGM.ac.id

Berdasarkan hasil yang survei yang dilakukan oleh Mira pada 2021, pada gambar 1.6 menunjukkan game yang paling banyak dimainkan oleh masyarakat adalah Mobile legends dan PUBG Mobile. kemudian pada gambar 1.7 menunjukkan alasan yang paling banyak responden pilih adalah “mencari tempat untuk kabur dari dunia nyata” dan “dorongan dari teman, saudara dan pasangan. Dari survei tersebut membuktikan bahwa orang yang bermain game karena mendapatkan ajakan dari dari orang dekatnya. orang yang bermain game untuk mencari kesenangan, dan jenis game yang paling diminati oleh responden adalah genre *Multiplayer Online Battle Arena* MOBA dan Battle royale (Paramastri, 2021).

Berkembangnya teknologi tanpa disadari menjadi alasan mengapa *game mobile* banyak diminati oleh orang-orang. Di mana, banyak produk *smartphone* yang bermunculan dengan spesifikasi maupun fitur pendukung untuk memenuhi kebutuhan *gaming*. *Smartphone* yang digunakan untuk bermain *game* juga tidak akan mudah rusak karena memang dirancang sedemikian rupa untuk digunakan pada aktivitas *gaming*. Mengingat, industri *esports* yang juga semakin berkembang sehingga banyak pabrikan ponsel yang eksklusif digunakan untuk kebutuhan *gaming*. Dengan spesifikasi prosesor cepat, kapasitas baterai besar, layar yang lebar dan jernih, sistem pendingin agar mencegah panas pada *smartphone*, serta hal penting lainnya (Mamduh, 2021).

Tipe *game mobile* ada 3 macam yaitu *game free*, *game premium*, dan *game freemium*. *Game free* merupakan *game* yang dapat di download dan dimainkan secara gratis. Biasa *game free* tersebut dibuat untuk tujuan proyek, hobi, atau

promosi tanpa tujuan mengambil keuntungan (Saputro, 2022). *Game Premium* merupakan *game* berbayar, untuk mengunduh pelanggan harus membeli atau membayar terlebih dahulu untuk mengunduh *game* tersebut (Nurchayanto, 2020). *Game Freemium* adalah *game* yang dapat diunduh secara gratis, namun dalam *game* tersebut terdapat iklan didalamnya, kemudian dalam *game* tersebut ada biaya yang perlu dibayarkan agar tidak ada iklan di *game* tersebut, kemudian *game* tersebut juga mengandalkan pembelian dalam *game* (Salim, 2013).

Game freemium merupakan *game* yang banyak diminati, hal tersebut karena *game* tersebut dianggap lebih menarik karena *game* tersebut dapat diunduh secara gratis, namun kebanyakan *game* jenis ini biasanya terdapat iklan, kemudian untuk menambah motivasi pemain agar betah bermain *developer game* dengan membuat karakter *game* yang menarik, kemudian *leveling* atau tingkatan *skill* pemain yang semakin tinggi akan semakin sulit menyesuaikan kemampuan pemain (Ahmad, 2022).

Industri *game* sudah berkembang sehingga *game* memiliki banyak jenisnya dan genrenya masing-masing, Para penggemar *game* juga memiliki genre *game* favorite mereka sendiri, yaitu *Genre Real Time Strategi (RTS)*, *Role Playing Game (RPG)*, *Vehicle Simulation*, *Fighting Game*, *Game Casual*, *Life Simulation*, *Sport Game*, *Adventure Game*, *Racing Game*, *First Person Shooter (FPS)*, *Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)* dan *Game Battle royale* (Mamduh, 2021). Salah satunya genre *Game Battle royale* merupakan permainan yang mengajak para

playernya untuk bersaing dan bertahan hidup, Pemenangnya ditentukan oleh siapa pemain terakhir yang masih bertahan hidup. *Game Battle royale* ini dapat dimainkan di *Smartphone, PC/ Desktop*, dan *Consol*. Beberapa *Game Battle royale* yang populer di *smartphone* misalnya, *PUBG Mobile, Call of Duty: Mobile-Garena* , *Free Fire* dan lainnya, kemudian *Game Battle royale* yang populer di *PC/Desktop* misalnya, *Fortnite, Apex* , dan lainnya (Wicaksana, 2020).



Gambar 1. 9 Salah Game MOBA Populer

Sumber: Detikinet.com

Berikutnya genre *game Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)* merupakan *game* pertarungan *online* dua kelompok di satu arena, tujuan *game* ini menjaga benteng dengan berperang agar benteng pertahanan tidak dihancurkan oleh tim lawan. *Game MOBA* yang populer di *Smartphone* misalnya, *Mobile Legend: Bang Bang, Arena of Valor* dan lainnya, kemudian *game MOBA* yang populer di

PC/ Desktop misalnya, *Dota*, *Dota 2*, *League of Legend*, dan lainnya (Kevino, 2018).



Gambar 1. 10 Salah Game RTS Populer

Sumber: Aplikasi Clash of clan

Real Time Strategy (RTS) adalah sebuah subgenre dari genre *game* strategi, jenis *game* ini mengandalkan strategi, pemainnya dituntut untuk menyusun strategi dengan cepat dalam membangun serangan sekaligus membangun pertahanan . Namun dengan seiring berkembangnya industri *Game genre RTS* ini menjadi *sub genre* yang berkembang sekarang seperti *game MOBA*. berikut beberapa jenis

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

game RTS adalah *Warcraft III: Reforged*, *Crusader Kings III*, *Clash of Clans*, dan masih banyak lagi (Hidayatullah, 2018).



Gambar 1. 11 Salah Game FPS Populer

Sumber: codm.garena.com

Selanjutnya *First Person Shooter (FPS)* merupakan jenis *game* menembak-menembak dari sudut pandang orang pertama. kemudian ada jenis *game Third person shooter* yang berbeda dari *FPS* ada pada sudut pandang yang ditampilkan yaitu dengan menampilkan seluruh tubuh karakter yang digunakan sedangkan *FPS* hanya menampilkan tangan dan senjata. namun pada *game genre* ini umum *FPS* dan *TPS* dijadikan fitur dalam *game* tersebut Jenis *game* ini populer di kalangan pemain *game*, sehingga banyak *game* yang mengadaptasikan *mode FPS* dalam *gamenya* seperti, *Point blank*, *Call of Duty: Mobile-Garena* , dan lainnya (Hidayatullah, 2018).

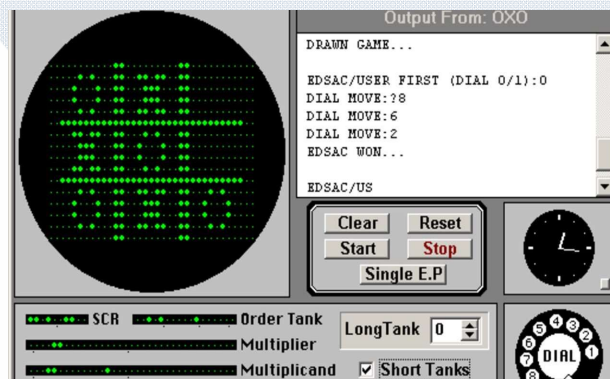


Gambar 1. 12 Salah Satu game Battle Royale

Sumber: GridGames.id

Berikutnya *genre battle royale* merupakan jenis *game* tembak=tembakan yang memadukan elemen bertahan hidup dan eksplorasi untuk menjadi orang atau tim terakhir yang bertahan hidup. Kemudian pada *battle royale* terdapat banyak fitur yang berbeda-beda setiap pada gamenya. Pada umumnya *battle royale* terdiri dari 100 orang yang bisa terbagi menjadi masing-masing individu, dan bisa terbagi menjadi tim yang terdiri dari 4 orang. Pada awalnya *battle royale* terinspirasi dari *film The Hunger Games* pada 2012. Hingga saat ini banyak *game* dengan *genre battle royale* baik untuk versi *PC* atau versi *Mobile* seperti *PUBG Mobile*, *Fortnite*, *Free Fire*, *Call of Duty: Mobile-Garena* -*Garena* dan lainnya (Wicaksana, 2020).

Industri *game* sudah berkembang menjadi semakin menarik dan bervariasi hal tersebut didukung dengan berkembangnya teknologi, hal tersebut dapat dilihat dari banyak *game* yang dapat dimainkan di *smartphone*. Sejarah *game* terbagi menjadi beberapa periode (Zulva, 2022). Pada awalnya perkembangan *game* didorong dari perkembangan teknologi komputer oleh pada awal tahun 1950 an kemudian menghasilkan *game OXO* atau lebih dikenal *tic-tac-toe* (Gambar 1.6), *game* ini dikembangkan pada perangkat *Electronic delay Storage Automatic Calculator* atau *EDSAC* (Eraspac, 2022).



Gambar 1. 13 Game OXO

Sumber: Eraspac.com

Kemudian *Video game* konsol pertama adalah *Tennis for Two* yang dirilis pada tahun 1958 yang dirancang oleh ilmuwan asal amerika serikat bernama William Higinbotham, sesuai dengan namanya *game* ini merupakan simulasi dari permainan tenis yang bisa dimainkan oleh dua orang. bisa dikatakan *game* ini merupakan *game* jenis konsol pertama di dunia (Kumparan, 2022). kemudian berkembang juga *game* jenis konsol lainnya seperti *magnavox Odyssey* dengan

gamenya yang paling populer yaitu Pong pada tahun 1972 (Takur, 2022). Kemudian era 1980an game konsol berikutnya *Nintendo* dan *SEGA*, bersaing pada industri *game* saat itu untuk menghasilkan *game* berkualitas. Diawali oleh *Nintendo* pada tahun 1983 dengan merilis Famicom/Nintendo Entertainment System/NES, dengan *game* legendaris nya *Super Mario*. Kemudian *SEGA* yang merilis konsolnya untuk menyaingi *Nintendo* yaitu *Sega Mega Drive*. Pada tahun 1990 *Nintendo* kembali merilis *SNES (Super Nintendo Entertainment system)* untuk menyaingi *Sega Mega Drive*. Pada tahun berikutnya *SEGA* meluncurkan *game* berjudul *Sonic the Hedgehog*. Pada akhirnya *Sonic the Hedgehog* dapat menyaingi kepopuleran dari *Super Mario*. Kemudian pada Era 1994 - 1999an *Nintendo* dan *SEGA* kedatangan saingan baru yaitu *Sony* dengan merilis *PlayStation*, mengeluarkan konsol *game* berbasis CD, dan *Sony* berhasil mencuri perhatian para *gamers*. Berlanjut pada Era 2000an sampai sekarang *Sony* mendominasi *game consul*, kemudian *Sony* merilis *Playstation 2*. Pada era tersebut *Microsoft* merilis *Xbox* untuk menyaingi dominasi *Playstation 2*. namun hal tersebut tetap tidak mampu menyaingi *Playstation 2*, dan pada era tersebut *Playstation 2* menjadi puncak penjualan tertinggi untuk konsol *game*. Sampai sekarang persaingan pada *game* konsol dipegang oleh *Sony* dan *Microsoft* (INDOWORX, 2018). Setelah sukses dengan *Playstation 2*, *Sony* merilis *PlayStation 3*, *PlayStation 4*, dan *PlayStation 5*. kemudian *Microsoft* merilis *Xbox 360*, *Xbox One*, dan *Xbox series S* (Takur, 2022).

Perkembangan *mobile game* diawali dengan ada adanya ponsel, *game* ponsel pertama diciptakan pada tahun 1990 adalah *Tetris* dan perangkat yang

digunakan adalah *Hagenuk MT-2000* yang dibuat pada tahun 1994 (Islamy, 2020). Pada awal tahun 2000an telepon seluler sudah terhubung dengan internet, *smartphone* Blackberry merupakan salah *smartphone* yang populer, sebelum *Apple* merilis *iPhone* pada 2007 dengan software *iOS* yang menjadi kebanggannya, selain itu *iPhone* yang dirilis oleh memberikan inovasi yang baru pada industri *smartphone*, dengan inovasi layar sentuh atau *touch screen* (Mardatila, 2021). *Android* adalah sistem operasi berbasis linux yang dikembangkan oleh *Android Inc*, kemudian pada tahun 2005 *Android* di akuisisi oleh *Google*. Berkembangannya teknologi *smartphone* dan jaringan memberikan peluang bagi pengembang untuk membuat *game* lebih bervariasi dan berkualitas. Selain itu masing-masing *software* menyediakan tempat untuk mengunduh aplikasi secara aman, *Android* dengan *Play Store* dan *Apple* dengan *App Store* (Islamy, 2020). Setelah berkembangnya *smartphone* dengan teknologi *touch screen*, memberikan *opportunities* bagi *industry game*. *Angry Birds* merupakan salah satu *game* yang populer pada 2010. Kemudian pada 2011 – 2012 tahun mulai populer *game* bergenre *endless-running* seperti *Subway Surf*, *Temple Run*, dan *Candy Crush*. Pada 2012 mulai ada peralihan dari *game* offline, dengan dirilisnya *Clash of Clans* dengan *game* bergenre *Real Time Strategy (RTS)*. Pada 2016 mulai didominasi oleh *game* bergenre *Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)* dengan *game* yang populer seperti *Mobile Legend Bang Bang (MLBB)* dan *Arena of Valor (AOV)*. Setelah genre *game Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)*, mulai populer *game*

bergenre *battle royale* dengan game yang populer seperti *Free Fire*, *PUBG Mobile*, dan *Call of Duty: Mobile-Garena -Garena* (Faanissaa, 2020).

Garena adalah perusahaan *game* yang didirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li, yang berpusat di Singapore. Selain itu *Garena* merupakan bagian dari Sea Group yang juga menaungi *Shopee* (CNN Indonesia, 2022). *Garena* merupakan singkatan dari *Global Arena*. *Garena* memiliki tujuan untuk dapat menjadi wadah atau penyedia platform *game* untuk *PC Online* dan *mobile*. Pada tahun 2010, *Garena* mengeluarkan produk pertamanya yang diberi nama *Garena+*, *Garena+* merupakan platform *game online* dan *social* yang berfungsi sebagai fasilitas untuk para pemain dapat berkumpul, bermain, dan berkomunikasi satu sama lain (Indotrading, n). *Garena* terbagi menjadi menjadi 2 yaitu *game PC (Personal Computer)* dan *Mobile*. *Game PC* yang telah dikembangkan oleh *garena* Indonesia yaitu *FIFA Online*, *League of Legends*, *Point blank*, *Lost Saga*, *Heroes of Newerth*, *Ring of Elysium*, *GKART* dan *BlackShot* (Septiayani, 2019). Namun untuk saat ini pada server *garena* Indonesia sudah tidak melayani *game PC*. Kemudian *game mobile* yang dikembangkan oleh *garena* yaitu *Contra: Return*, *Arena of Valor*, *Free Fire*, *Fantasy Town*, *Speed Drifters*, dan *Call of Duty: Mobile-Garena* (Arviana, 2021).

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



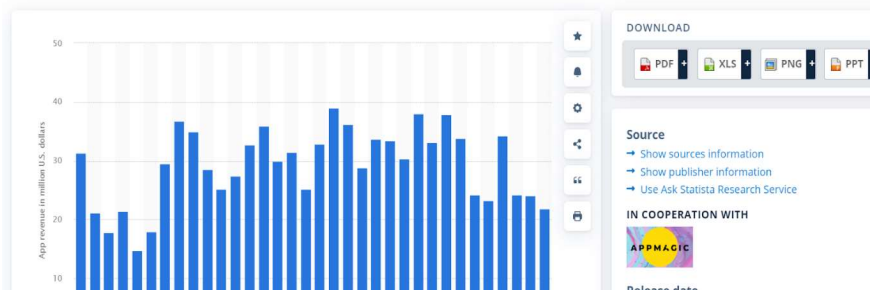
Gambar 1. 14 Call of Duty: Mobile–Garena

Sumber: *Website CODM Garena*

Call of Duty: Mobile-Garena merupakan jenis *game* freemium merupakan salah satu *game* free-to-play. *Call of Duty: Mobile-Garena* merupakan hasil kerjasama antara Garena dengan *Activision* dan *Timi Tencent studio*. *Activision blizzard* merupakan *studio game* yang mengembangkan *series Call of Duty* (CNBC Indonesia,2019). *Game Call of Duty: Mobile-Garena* dirilis pada 1 Oktober 2019, namun, *Call of Duty: Mobile-Garena* untuk Indonesia sudah dibuka sejak September 2019. *Call of Duty: Mobile-Garena* merupakan salah satu *game* bergenre *FPS* dan *Game Battle royale* yang populer yang diminati masyarakat seperti *PUBG Mobile* dan *Free Fire*. Pada *Call of Duty: Mobile-Garena* terdapat beberapa *mode* bermain seperti, *Free for All*, *Frontline*, *Bomb Mission*, *Domination*, *Team Deathmatch*, dan *Battle Royal* (Firdaus, 2020).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

App revenue generated by Call of Duty: Mobile worldwide from October 2019 to July 2022
(in million U.S. dollars)



Gambar 1. 15 App Revenue Call of Duty: Mobile–Garena Tanggal 21 September 2022

Sumber: Statista.com

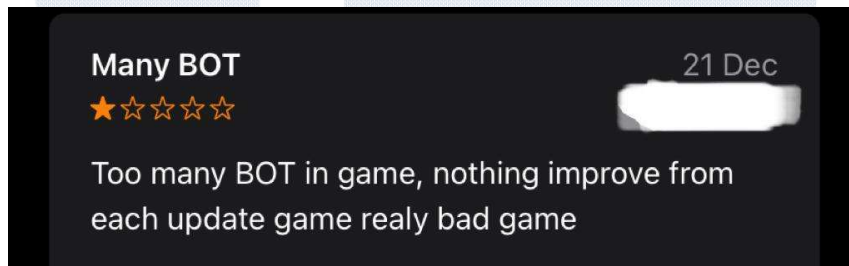
40	Focus apps Brain Out: Tebak tebakn Besar ★★★★★ (5.441.272)	Free +3	Reind Games Day R Premium ★★★★★ (106.636)	Rp 19990.00	Blizzard Entertainment, Inc. Diablo Immortal ★★★★★ (925.521)	Free
41	Garssoft Development Inc. SAKURA School Simulator ★★★★★ (2.439.771)	Free -7	Infinity EvoCreo - Gim Pocket Monster ★★★★★ (42.145)	Rp 14000.00 +10	Candivore Match Masters ★★★★★ (1.306.658)	Free
42	TapNation Thief Puzzle: to pass a level ★★★★★ (186.353)	Free +2	Magicks Apps & Games Train Simulator PRO 2018 ★★★★★ (1.876)	Rp 13000.00 +11	Habby Survivor.io ★★★★★ (271.194)	Free +2
43	CASUAL AZUR GAMES STAR: Lari Keren Super Sulit ★★★★★ (179.795)	Free -3	TOPEBOX Sky Dancer Premium ★★★★★ (38.930)	Rp 4599.00 +6	Naverse Ragnarok X: Next Generation ★★★★★ (276.414)	Free
44	VOPRI Team KawaiiCraft 2021 ★★★★★ (100.044)	Free -3	MOB Games Studio Poppy Playtime Chapter 2 ★★★★★ (6.178)	Rp 74000.00	International Games System Co., Ltd Golden HoYeah - Casino Slots ★★★★★ (463.357)	Free -2
45	Fredy Row Studio Drag Bike Simulator SanAndreas ★★★★★ (2.198)	Free +1	Inashiba Games Kingdom Rush Origins - TD ★★★★★ (143.889)	Rp 9000.00 -7	Playbest Limited Monkey King: Arena of Heroes ★★★★★ (18.464)	Free +1
46	mobbit Football League Dunia ★★★★★ (2.436.662)	Free -1	Tauz App True Skate ★★★★★ (285.766)	Rp 26000.00 +2	Garena Media Private Call of Duty®: Mobile - Garena ★★★★★ (3.436.688)	Free -1
47	ONESOFT 1945 Air Force: Airplane Games ★★★★★ (2.636.467)	Free +3	Feral Interactive Company of Heroes ★★★★★ (18.827)	Rp 49999.00 +3	AUJ Dronch AUZ Mobile-ID ★★★★★ (48.395)	Free +1
48	Supersonic Studios LTD Emoji Puzzle! ★★★★★ (224.965)	Free -1	Ninja Kivi Bloons TD 6 ★★★★★ (325.979)	Rp 99000.00 -3	Melsoft Games Ltd Family Island - Game pertanian ★★★★★ (1.191.044)	Free +2
	Soner Kara	Free	Rocketar Games	Rp 58000.00	27GAMES	Free

Gambar 1. 16 Peringkat Call of Duty: Mobile – Garena Tanggal 4 Oktober 2022

Sumber: App.SensorTower.com October 2022

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

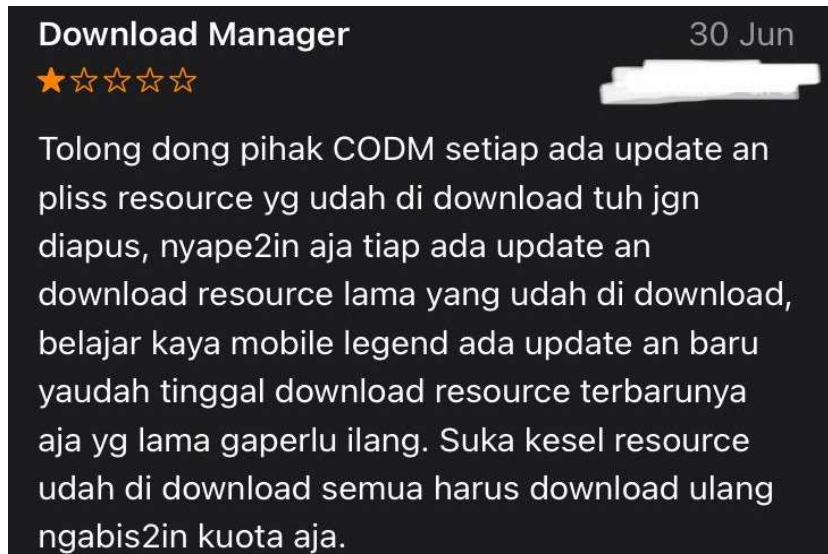
Berdasarkan gambar 1.15 pendapatan dari hasil game *Call of Duty: Mobile-Garena* terus mengalami penurunan sejak bulan Mei 2022 sampai dengan bulan Juni 2022 terus mengalami penurunan secara pendapatan. Penurunan pendapat dapat disebabkan berkurangnya minat bermain *Call of Duty: Mobile-Garena* dapat dilihat dari gambar 1.16 peringkat *Call of Duty: Mobile-Garena* pada app sensor tower menunjukan *Call of Duty: Mobile-Garena* mengalami penurunan (AppSensorTower.com, 2022).



Gambar 1. 17 Review pada halaman Call of Duty: Mobile-Garena

Sumber: Screenshot App Store Halaman Review Pada Game CODM

Berdasarkan gambar 1.17 game *Call of Duty: Mobile-Garena* menunjukan bahwa *Call of Duty: Mobile-Garena* kurang kompetitif karena terlalu banyak *bot* atau pemain komputer. Hal tersebut dapat mempengaruhi kesenangan dalam bermain game *Call of Duty: Mobile* dan mempengaruhi sikap dalam bermain game *Call of Duty: Mobile-Garena*. *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward playing*. Maka semakin banyak manfaat yang didapatkan dari bermain *online game*, maka semakin tinggi kesenangan seorang dalam bermain *game online* (Radhifal & Qisthi, 2019).



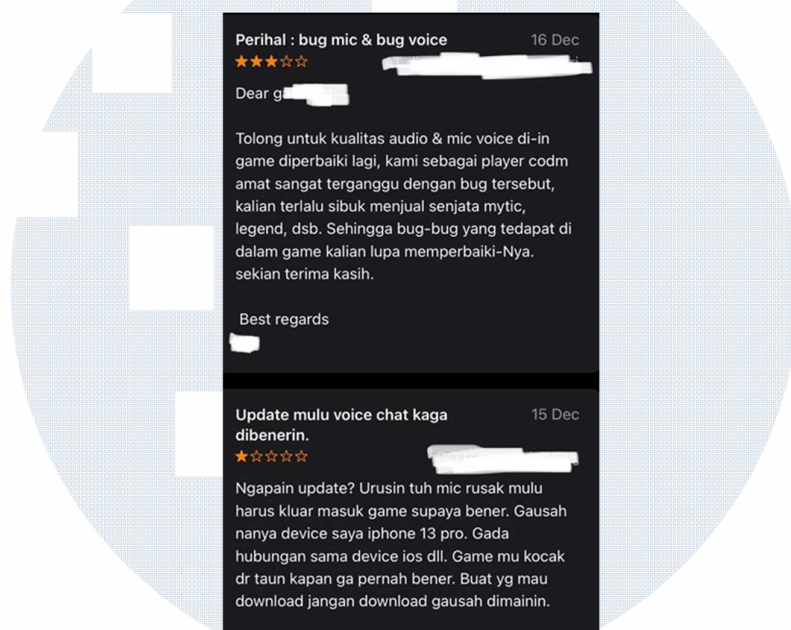
Gambar 1. 18 Review Pada Halaman Call of Duty: Mobile-Garena

Sumber: Screenshot App Store Halaman Review Pada Game CODM

Berdasarkan gambar 1.18 *game Call of Duty: Mobile-Garena* menunjukkan bahwa *Call of Duty: Mobile-Garena* memiliki ukuran *game* yang cukup berat dan terlalu banyak *update in game*, hal tersebut mempengaruhi kemudahan dalam bermain *game Call of Duty: Mobile-Garena* dan dapat mempengaruhi sikap dalam bermain *game Call of Duty: Mobile-Garena* Menurut Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hsu & Lu (2004) menunjukkan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *Attitude toward playing*. Dengan kata lain Semakin

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

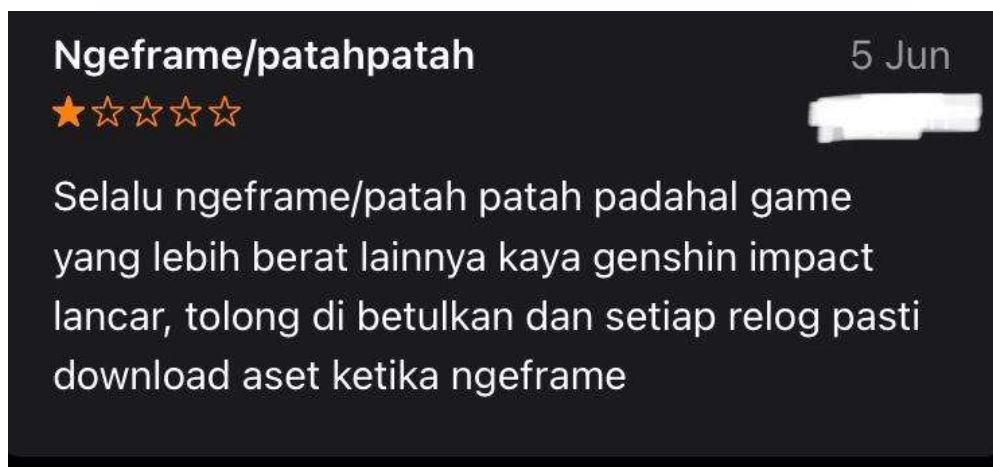
mudah game tersebut dimainkan, maka semakin tinggi kesenangan seorang dalam bermain game online (Hsu & Lu, 2004).



Gambar 1. 19 Review pada halaman Call of Duty: Mobile-
Sumber: Screenshot App Store Halaman Review Pada Game CODM

Berdasarkan gambar 1.19 *game Call of Duty: Mobile-Garena* menunjukan bahwa *Call of Duty: Mobile-Garena* memiliki masalah pada fitur yang sangat penting dalam *game Call of Duty: Mobile-Garena* yaitu *mic* yang berfungsi untuk berkomunikasi dalam bermain *game*, hal tersebut dapat mempengaruhi sikap dalam bermain *game Call of Duty: Mobile-Garena Game features* positif berpengaruh terhadap *Attitude Toward Playing*. Dengan kata lain Semakin banyak features yang disediakan oleh *game*, maka semakin tinggi kesenangan seorang dalam bermain *game online* (Morschheuser et al, 2017).

Trust in game developer berpengaruh positif terhadap *Attitude Toward Playing*. Dengan semakin berkualitasnya layanan yang diberikan, maka semakin tinggi kesenangan seorang dalam bermain game online, karena para pemain tidak harus khawatir terhadap masalah yang akan dihadapi, karena dapat diselesaikan oleh developer (Wu & Liu, 2007). Berdasarkan gambar 1.18 dan 1.19 game *Call of Duty: Mobile-Garena*, menunjukkan bahwa *Call of Duty: Mobile-Garena* memiliki masalah pada fitur yang sangat penting dalam game *Call of Duty: Mobile-Garena* yaitu mic yang berfungsi untuk berkomunikasi dalam bermain game. Berdasarkan definisi Wu & Liu (2007), *Call of Duty: Mobile-Garena* belum dapat memenuhi kualitas layanan yang baik dan belum dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh pelanggan. Maka dari itu peneliti menggunakan *trust in game developer* sebagai variabel pada penelitian ini.



Gambar 1. 20 Review pada halaman *Call of Duty: Mobile-Garena*

Sumber: Screenshot App Store Halaman Review Pada Game CODM

Attitude toward playing berpengaruh positif terhadap *intention to play*. Dengan kata lain semakin tinggi kesenangan seorang dalam bermain *game online*, maka semakin tinggi minat untuk memainkan game tersebut (Hsu & Lu, 2004). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hsu & Lu (2004), peneliti menggunakan *attitude toward playing* untuk menilai *intention to play* terhadap game *Call of Duty: Mobile-Garena* sebagai variabel pada penelitian ini. Karena sikap para pemain game *Call of Duty: Mobile-Garena* memiliki pengaruh besar terhadap minat untuk memainkan game *Call of Duty: Mobile-Garena*.

Subjective norm berpengaruh positif terhadap *intention to play*. Dengan kata lain semakin tinggi penilaian terhadap game tersebut, maka semakin tinggi minat untuk memainkan game tersebut (Wu & Liu, 2007). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wu & Liu (2007), peneliti menggunakan *subjective norm* untuk menilai *intention to play*. Karena dalam penilai pada game *Call of Duty: Mobile-Garena* mendapatkan penilaian buruk dari para pemain, hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1.17, 1.18, 1.19, dan 1.20. Maka dari itu peneliti menggunakan variabel *subjective norm* untuk menilai *intention to play*.

Perkembangan *game online* yang terus tumbuh setiap harinya melahirkan *game game* baru yang lebih praktis dan menarik untuk dimainkan terutama pada tipe *game battle royal*. Dan kemunculan *game Call of Duty: Mobile-Garena* ini mencoba untuk bersaing dengan *game-game* setipe seperti *PUBG Mobile* dan *Free Fire*. Namun melihat statistik peringkat *Call of Duty: Mobile-Garena* pada *apps store* dan *playstore* yang terus mengalami penurunan, Maka dari itu peneliti ingin

melakukan penelitian mengenai “Analisis Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease to Use*, *Game Features*, *Trust Game Developer*, *Attitude Toward Playing*, *Subjective Norm*, dan *Intention to Play*: Pada *Call of Duty: Mobile*”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat dan dijabarkan sebelumnya, bahwa minat bermain *game Call of Duty: Mobile-Garena* kurang diminati karena dapat dilihat data-data pada App.SensorTower.com pada gambar 1.16. Dan *Game Call of Duty: Mobile-Garena* ini kali bersaing dengan *game-game* lainnya seperti *PUBG Mobile* dan *Free Fire* yang di mana secara permainan lebih praktis dan efisien.

Dari sisi pendapatan yang terus menurun dan jumlah pemain aktif yang semakin berkurang mengindikasikan minat dan keinginan dalam bermain *game Call of Duty: Mobile-Garena*. Oleh karena itu, peneliti ingin mengkaji faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi *intention to play* dalam memainkan *game Call of Duty: Mobile-Garena*.

Menurut Wei dan Lu (2014) *intention to play* adalah kebutuhan seseorang yang dipenuhi melalui hiburan (permainan) yang bertujuan untuk memberikan rasa puas dan nyaman kepada para pemain. Sedangkan menurut Wu dan Liu (2007) *intention to play* adalah fungsi kepercayaan pada situs web *online game*, sikap terhadap bermain *online game*, kesenangan bermain *online game*, dan norma subyektif. Berbeda dengan Plass, O’Keefe, Homer, dan Hayward (2013) yang

mengatakan bahwa *intention to play* adalah permainan kolaboratif yang meningkatkan niat pemain untuk memainkan *game* lagi dan merekomendasikan *game* tersebut kepada yang lain. Sedangkan Koo (2009) berpendapat lain bahwa *intention to play* pada *online game* didefinisikan sebagai pemain yang sangat mudah terpengaruh untuk memainkan *game online*. Berdasarkan teori yang telah diungkapkan tersebut, dapat dikatakan bahwa *intention to play* yaitu pengaruh niat terhadap seseorang dalam memainkan permainan yang disukai.

Mengarah pada analisis dan fenomena yang telah diuraikan pada latar belakang penelitian, maka diperlukan ada penelitian pada permainan *game Call of Duty: Mobile-Garena* yang akan dilakukan secara spesifik. Peneliti ingin meneliti faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dalam ketertarikan untuk mendownload dan memainkan *game Call of Duty: Mobile-Garena* ini.

Oleh karena itu, peneliti ingin menyusun beberapa pertanyaan sebagai berikut :

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *attitude toward Call of Duty: Mobile-Garena*?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *attitude toward playing Call of Duty: Mobile-Garena*?
3. Apakah *game features* berpengaruh positif terhadap *attitude toward playing Call of Duty: Mobile-Garena*?

4. Apakah *trust in game developer* berpengaruh positif terhadap *attitude toward playing Call of Duty: Mobile-Garena*?
5. Apakah *attitude toward playing Call of Duty: Mobile-Garena* berpengaruh positif terhadap *intention to play Call of Duty: Mobile-Garena*?
6. Apakah *subjective norm* berpengaruh positif terhadap *intention to play Call of Duty: Mobile-Garena*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, peneliti memiliki tujuan penelitian :

1. Untuk mengetahui apakah *perceived usefulness* positif berpengaruh terhadap *attitude toward playing Call of Duty: Mobile-Garena*.
2. Untuk mengetahui apakah *perceived ease of use* positif berpengaruh terhadap *attitude toward playing Call of Duty: Mobile-Garena*.
3. Untuk mengetahui apakah *game features* positif berpengaruh terhadap *attitude toward playing Call of Duty: Mobile-Garena*.
4. Untuk mengetahui apakah *trust in game developer* positif berpengaruh terhadap *attitude toward playing Call of Duty: Mobile-Garena*.

5. Untuk mengetahui apakah *attitude toward playing Call of Duty: Mobile-Garena* positif berpengaruh terhadap *intention to play Call of Duty: Mobile-Garena*.
6. Untuk mengetahui apakah *subjective norm* positif berpengaruh terhadap *intention to play Call of Duty: Mobile-Garena*.

1.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis melakukan cakupan dan kriteria yang disesuaikan berdasarkan hal relevan terhadap penelitian, sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 7 variabel, yakni *perceived usefulness, perceived ease of use, game features, trust in game developer, attitude toward playing, subjective norm, dan intention to play*.
2. Objek penelitian yang dipilih oleh penulis adalah orang-orang yang bermain *game mobile* dan orang tidak bermain *Call of Duty: Mobile-Garena*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Diharapkan bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) agar penelitian ini dapat menjadi bahan untuk pembelajaran dan bermanfaat untuk penelitian yang selanjutnya apabila memiliki hubungan dengan *game intention to play*.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini terdapat lima bab, dengan sistem penulisan penulis sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Pada bagian pendahuluan, laporan penelitian berisikan tentang latar belakang mengenai pokok permasalahan dan persoalan, dan rumusan masalah yang dijadikan acuan sebagai dasar rumusan untuk melakukan penelitian, tujuan dan manfaat dari penulisan penelitian ini, serta sistematika dalam penyusunan skripsi.

BAB II: Landasan Teori

Pada bab ini, berisikan teori-teori yang dijadikan sebagai dasar dan acuan teoritis dalam penelitian untuk membahas kajian atau topik permasalahan dalam penelitian ini.

BAB III: Metodologi Penelitian

Dalam bab ini, berisikan gambaran objek penelitian secara umum, penjelasan terkait teknik yang digunakan dalam menentukan sampel terhadap objek penelitiannya, pendekatan yang digunakan, prosedur pengambilan data, dan teknik analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah.

BAB IV: Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini membahas mengenai analisis data dan pembahasannya mengenai responden, hasil penelitian yang didapat dari pengumpulan kuesioner, pembahasan hasil dan implikasi dalam aspek manajerialnya.

BAB V: Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan akhir yang didapatkan dari hasil penelitian, dan saran untuk objek penelitian yang telah diteliti oleh peneliti, serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

