

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2023, data.ai merilis sebuah laporan berjudul State of Mobile Gaming 2023 (2023). Di dalam laporan tersebut, dicantumkan bahwa pada tahun 2022, Indonesia merupakan pasar *mobile game* terbesar ketiga di dunia berdasarkan *downloads* di Google Play, di belakang India dan Brazil. Ada banyak jenis *mobile game* yang populer di Indonesia, salah satunya adalah Mobile Legends: Bang Bang, dimana Indonesia juga menyumbang pemain terbanyak di dunia dengan angka *download* mencapai 190 juta (Taufik, 2022). Menurut laporan State of Mobile 2023 yang juga dirilis oleh data.ai (2023), Mobile Legends: Bang Bang adalah *mobile game* dengan jumlah pembelanjaan konsumen tertinggi di Indonesia. Jumlah tersebut merupakan peringkat kedua di seluruh dunia, menghasilkan 69,2 juta dolar Amerika, atau 14 persen dari total (Sensor Tower, 2020).

*In-game purchases* atau *microtransactions* adalah model bisnis dimana pemain dapat membeli barang virtual menggunakan uang asli. Mobile Legends: Bang Bang menggunakan model bisnis tersebut, di mana berdasarkan studi oleh Rahmadiani dkk. (2021), banyak orang Indonesia membeli *in-game purchases* tersebut dan kebanyakan didominasi oleh pembelian *skin/cosmetic* karakter *game*-nya. Jumlah pembelanjaan *microtransactions* yang tinggi di Indonesia diiringi dengan banyaknya kasus pencurian, penyalahgunaan dana, tagihan utang yang menumpuk, dan lain sebagainya yang terjadi di Indonesia karena keinginan untuk *top-up* di Mobile Legends. Salah satu kasus tersebut adalah saat seorang remaja berumur 17 tahun di Malang mencuri sebuah motor dan *handphone* agar dapat melakukan *top-up* di *game* Mobile Legends (Isnainiyah, 2023). Lalu ada juga kasus dimana seorang anak mendapatkan uang 800 ribu rupiah tanpa sepengetahuan orangtuanya dan menggunakannya untuk *top-up game* di Indomaret (Damarjati, 2021). Selain itu, pada tahun 2019, ada seorang ibu dari Kediri yang dikejutkan

dengan tagihan pembayaran *game online* lebih dari 11 juta rupiah (Hakim, 2019). Tagihan tersebut rupanya berasal dari anaknya yang berumur 12 tahun untuk pembelian barang *in-game* di *game* Minecraft, Mobile Legends, dan Free Fire. Selain itu, setelah melakukan wawancara dengan Ririn Ike Wulandari, ia juga menyatakan bahwa banyak orangtua yang menghubunginya karena tertimpa kejadian yang mirip atau serupa dengan kejadian yang ia alami, yaitu anaknya memakai uangnyanya tanpa ijin untuk membeli barang di dalam *game*.

Calado dkk. (2017), melakukan riset yang hasilnya adalah bahwa anak, remaja, dan dewasa awal yang melakukan *microtransactions* merupakan grup yang paling rentan terhadap problem gambling. Umur 13-15 tahun dipilih karena pada kasus-kasus yang telah terjadi sekarang, banyak anak dalam rentang usia tersebut yang melakukan *top-up online* secara berlebihan (Oktaviansyah, F. D. & Tutiasri, R. P., 2023). Ini selaras dengan penelitian oleh Anggreyani dkk. (2020) bahwa sebanyak 64,45% remaja laki-laki dan 47,85% remaja perempuan berumur 12-22 tahun yang bermain *game online* menyatakan bahwa mereka memiliki kecanduan terhadap *game online*. Maka, dapat disimpulkan bahwa ada tingkat adiksi *game online* yang tinggi pada remaja Indonesia. Ini berhubungan dengan Studi Kasus pada Game Mobile Legend di kota Jawa Tengah oleh Syahmaulana dan Indriana (2022) yang menyatakan bahwa pemain Mobile Legend tertarik untuk membeli barang *in-game* karena memiliki adiksi terhadap *game* tersebut, dimana keinginan untuk melakukan *microtransaction* ini juga disebabkan adiksi tersebut. Misalnya, *shop* yang menjual karakter, *sticker*, emblem-emblem, dan *membership* yang memiliki visual yang sesuai dengan target market mereka serta harga yang relatif terjangkau. Selain karena masalah adiksi *game*, edukasi tentang *microtransactions* di *game* masih minim, sehingga kasus-kasus di atas terjadi. Maka dari itu, kesadaran pemain *mobile game* terhadap bahaya *microtransactions* berlebihan perlu ditingkatkan.

Maka dari itu, solusi yang diajukan adalah perancangan kampanye interaktif mengenai cara mengatur pembelian *microtransactions* di dalam *game* Mobile Legends, sehingga pemain *game* tersebut dapat membatasi pengeluaran mereka dan

tidak membayar lebih dari yang mereka mampu untuk *microtransaction* di *game-game* tersebut. Kampanye interaktif dipilih karena interaktivitas dalam sebuah media membuatnya lebih efektif dalam menyampaikan pesan. Berdasarkan riset oleh Qian Xu dan S. Shyam Sundar (2016), interaktivitas ditemukan mempunyai dampak langsung yang kuat terhadap pengguna, sehingga lebih interaktivitas yang lebih tinggi meningkatkan ingatan dan pengenalan informasi yang disajikan secara interaktif. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan perancangan kampanye interaktif mengenai bahaya *microtransactions* dalam *mobile game*.

### 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana perancangan sebuah kampanye interaktif mengenai cara mengatur pembelian *microtransactions* di *mobile game*?

### 1.3 Batasan Masalah

Berikut adalah batasan masalah yang akan diikuti dalam perancangan Tugas Akhir ini:

- 1) *Game* yang dimaksud terbatas pada *game* Mobile Legends saja.
- 2) Target utama dari media yang dirancang adalah pemain *game mobile* yang berumur 13-15 tahun.

Calado dkk. (2017), melakukan riset yang hasilnya adalah bahwa anak, remaja, dan dewasa awal yang melakukan *microtransactions* merupakan grup yang paling rentan terhadap *problem gambling*. Umur 13-15 tahun dipilih karena pada kasus-kasus yang telah terjadi sekarang, banyak anak dalam rentang usia tersebut yang melakukan *top-up online* secara berlebih (Oktaviansyah, F. D. & Tutiasri, R. P., 2023)

- 3) Target sekunder dari media yang dirancang adalah orangtua yang kurang mengerti mengenai pembelian dalam *game* namun khawatir dengan pengeluaran anaknya.
- 4) Lokasi: Jabodetabek  
Menurut Konferensi Pers MPL Indonesia, sebanyak 52 persen pemain Mobile Legend di Indonesia berasal dari Pulau Jawa, sedangkan daerah-

daerah yang memiliki basis penggemar paling tinggi ada di Jakarta, Banten, Yogyakarta, Bandung, Surabaya, dan Semarang.

- 5) Target dari media yang dirancang adalah orang yang pernah menghabiskan uang untuk *microtransactions* di game Mobile Legends
- 6) SES B-C  
SES ini diambil karena jika terjadi pengeluaran uang besar-besaran, SES tersebut yang akan mendapatkan akibatnya.

#### **1.4 Tujuan Tugas Akhir**

Merancang sebuah media informasi interaktif mengenai bahaya *microtransactions* di *mobile game*.

#### **1.5 Manfaat Tugas Akhir**

Ada berbagai manfaat yang bisa didapat dari pelaksanaan tugas akhir ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Penulis, dapat menjadi cara untuk mengukur kemampuan serta mengaplikasikan hal-hal yang sudah pernah dipelajari.
2. Bagi Orang Lain, dapat menjadi contoh atau rujukan jika ingin melakukan perancangan yang serupa (pembaruan) atau perancangan dengan topik yang mirip.
3. Bagi Universitas, dapat menjadi tolak ukur pencapaian kinerja dari program studi, terutama untuk mengukur kemampuan mahasiswa untuk menyusun laporan dan melakukan perancangan proyek tugas akhir.

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