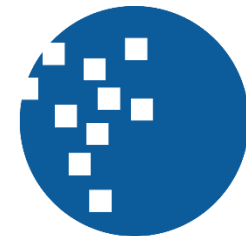


**ANALISIS INTERPRETIF IKLAN *GAME* GENSHIN IMPACT
DALAM MEMPROMOSIKAN MIKROTRANSAKSI**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

GABRIELLE SERUNI ENDRIPUTRI

00000065942

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**ANALISIS INTERPRETIF IKLAN *GAME* GENSHIN IMPACT
DALAM MEMPROMOSIKAN MIKROTRANSAKSI**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**GABRIELLE SERUNI ENDRIPUTRI
00000065942**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gabrielle Seruni Endriputri

Nomor Induk Mahasiswa : 00000065942

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:

ANALISIS INTERPRETIF IKLAN *GAME* GENSHIN IMPACT DALAM
MEMPROMOSIKAN MIKROTRANSAKSI

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 22 Mei 2025



Gabrielle Seruni Endriputri

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
ANALISIS INTERPRETIF IKLAN *GAME* GENSHIN IMPACT DALAM
MEMPROMOSIKAN MIKROTRANSAKSI

Oleh
Nama : Gabrielle Seruni Endriputri
NIM : 00000065942
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Telah diujikan pada hari Jumat, 30 Mei 2025
Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

 Date:
2025.06.1
3 11:22:18
+07'00'

Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A.
NIDN 0320109004

Penguji



Khairul Syafuddin, S.I.Kom., M.A.
NIDN 0309109302

Pembimbing


Mujiono, S.I.Kom.
NIDN 0315108802

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

 Digitally signed
by Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.06.16
09:52:22 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gabrielle Seruni Endriputri

NIM : 00000065942

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Analisis Interpretif Iklan *Game* Genshin
Impact dalam Mempromosikan Mikrotransaksi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ R Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
- ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 22 Mei 2025



Gabrielle Seruni

Endriputri

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi berbasis penelitian ini dengan judul: **“ANALISIS INTERPRETIF IKLAN *GAME* GENSHIN IMPACT DALAM MEMPROMOSIKAN MIKROTRANSAKSI”** yang dilakukan guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Ilmu Komunikasi pada fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik dari masa perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

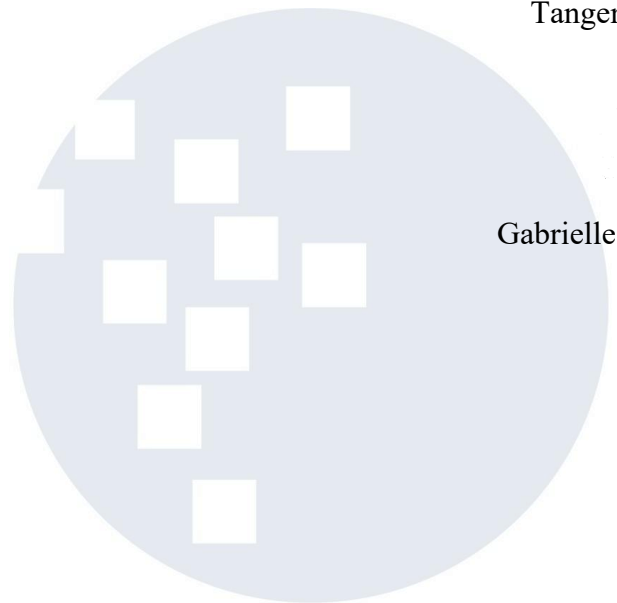
1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Mujiono Sandim, S.I.Kom., M.I.Kom., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku ketua sidang dan Bapak/Ibu selaku Penguji yang telah memberikan masukan dan arahan ketika sidang skripsi.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-teman saya, Rachel Skolastica Putri, Nadhira Indah A., Dira Wirjodiharjo, Shafira Fitriani Putri, dan yang belum disebutkan, yang telah menemani, membimbing, dan berdiskusi bersama sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Game Genshin Impact yang menemani penulis selama pengerjaan tugas akhir hingga selesai.

Semoga tugas akhir ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 22 Mei 2025



Gabrielle Seruni Endriputri



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ANALISIS INTERPRETIF IKLAN *GAME* GENSHIN IMPACT DALAM MEMPROMOSIKAN MIKROTRANSAKSI

Gabrielle Seruni Endriputri

ABSTRAK

Transaksi yang merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari tidak hanya melibatkan penukaran mata uang, namun pertukaran informasi baik audio maupun visual juga termasuk. Salah satunya pada iklan trailer patch 5.4 pada game Genshin Impact yang bertujuan untuk mempromosikan mikrotransaksi dengan mengenalkan konten dan karakter baru, Yumemizuki Mizuki yang merepresentasikan budaya Jepang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana iklan *game* Genshin Impact mempromosikan mikrotransaksi dengan menggunakan strategi bahasa persuasif. Metode yang digunakan adalah analisis interpretatif untuk mengidentifikasi iklan serta memahami makna tersirat dan simbolik. Iklan juga memiliki tujuan tersembunyi untuk mendorong individu agar membeli barang yang ditawarkan sehingga bahasa iklan berfokus pada pengaruh yang diterima dan bersifat persuasif. Penelitian ini menemukan *game* Genshin Impact mempromosikan mikrotransaksi dengan menggunakan strategi bahasa persuasif yang imperatif, *storytelling*, dan pemain yang terpengaruhi dalam jalur sentral. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya untuk melakukan penelitian mengenai analisis wacana dengan batasan waktu yang lebih baik dan pemilihan bahasa yang universal.

Kata kunci: Genshin Impact, mikrotransaksi, analisis interpretatif, strategi komunikasi persuasif, simbolik

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

INTERPRETIVE ANALYSIS OF GENSHIN IMPACT GAME ADVERTISEMENT IN PROMOTING MICROTRANSACTIONS

Gabrielle Seruni Endriputri

ABSTRACT

Transactions that are part of everyday life not only involve the exchange of currency, but also the exchange of information both audio and visual. One of them is the patch 5.4 trailer advertisement in the Genshin Impact game which aims to promote microtransactions by introducing new content and characters, Yumemizuki Mizuki who represents Japanese culture. This study aims to determine how the discourse of Genshin Impact game advertisements promotes microtransactions using persuasive language strategies. The method used is interpretive analysis to identify the advertisement and understand the implied and symbolic meanings. Advertisements also have the hidden purpose of encouraging individuals to buy the products offered so that the language of the advertisement focuses on the influence received and is persuasive. This research found that the game Genshin Impact promotes microtransactions by using imperative persuasive language strategies, storytelling, and influenced players in the central line. For future researchers, it is recommended to conduct research on discourse analysis with better time constraints and universal language selection.

Keywords: *Genshin Impact, microtransaction, interpretive analysis, persuasive communication strategies, symbolic*



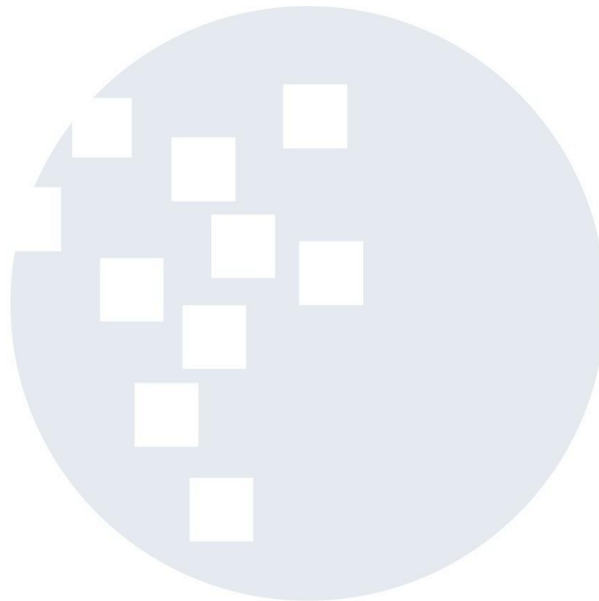
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.5.1 Kegunaan Akademis	11
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	11
1.6 Batasan Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	21
2.3 Landasan Konsep.....	22
2.3.1 Digital Marketing.....	22
2.3.2 Mikrotransaksi.....	23
2.3.3 Konten Pemasaran	24
2.4 Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Paradigma Penelitian.....	26
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	26

3.3	Metode Penelitian.....	26
3.4	Unit Analisis.....	27
3.5	Teknik Pengumpulan Data	27
3.5.1.	Data Primer.....	28
3.5.2.	Data Sekunder	29
3.6	Keabsahan Data	29
3.7	Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	31
4.1.1.	Subjek Penelitian	31
4.1.2.	Objek Penelitian	31
4.2	Hasil Penelitian.....	31
4.2.1.	Analisis Interpretif	32
4.3	Pembahasan	32
4.3.1.	Struktur Naratif	33
4.3.2.	Representasi Karakter dan Unsur Mikrotransaksi	37
4.3.3.	Distribusi dan Konsumsi Teks	40
4.3.3.	Konteks Sosial dan Budaya	42
4.3.4.	Elaboration Likelihood Model	43
4.3.5.	Strategi Komunikasi Persuasif.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		55
5.1	Kesimpulan	55
5.2	Saran.....	55
5.2.1	Saran Akademis.....	56
5.2.2	Saran Praktis	56
DAFTAR PUSTAKA		57
LAMPIRAN.....		59

DAFTAR TABEL

2.1. Tabel Penelitian Terdahulu.....	14
--------------------------------------	----



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

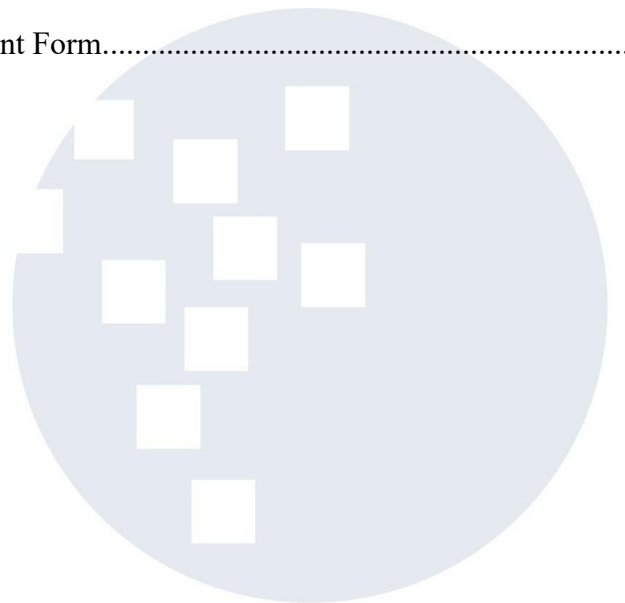
Gambar 1.1 <i>revenue game populer tahun 2024</i>	1
Gambar 1.2 <i>screenshot ulasan Genshin Impact di Google Play Store</i>	2
Gambar 1.3 ulasan pengguna “X” di Google Play Store	3
Gambar 1.4 <i>banner karakter baru</i>	3
Gambar 1.5 <i>limited banner fase 2, Furina & Wriothesley</i>	4
Gambar 1.6 akun resmi Genshin Impact memberi notifikasi saat <i>banner</i> sudah berganti.....	5
Gambar 1.7 <i>limited time event</i>	6
Gambar 1.8 penawaran <i>battle pass</i>	7
Gambar 1.9 penawaran <i>welkin moon</i>	8
Gambar 1.10 unggahan promosi <i>event</i> di media sosial X.....	9
Gambar 2.1 kerangka pemikiran penelitian	24
Gambar 3.1 trailer event patch 5.4	28
Gambar 4.1 karakter pada iklan Genshin Impact <i>patch 5.4</i>	33
Gambar 4.2 <i>trailer visual event dalam domain pengerjaan</i>	33
Gambar 4.3 <i>trailer visual pengerjaan event</i>	34
Gambar 4.4 <i>trailer character introduction Yumemizuki Mizuki</i>	34
Gambar 4.5 visual <i>trailer character introduction Yumemizuki Mizuki</i>	35
Gambar 4.6 visual <i>story quest Yumemizuki Mizuki</i>	36
Gambar 4.7 visual <i>event</i>	36
Gambar 4.8 <i>trailer visual event</i>	37
Gambar 4.9 transkrip <i>voice line</i>	38
Gambar 4.10 transkrip <i>voice line</i> iklan Genshin Impact.....	39
Gambar 4.11 <i>caption</i> penulisan iklan di <i>reply section</i>	40
Gambar 4.12 <i>caption</i> penulisan iklan	41
Gambar 4.13 <i>reply section</i> iklan Genshin Impact	44
Gambar 4.14 opini pemain terhadap <i>banner Yumemizuki Mizuki</i>	45
Gambar 4.15 <i>kit explanation</i> pada 5.4 <i>Special Program</i>	45
Gambar 4.16 perbandingan karakter Yumemizuki Mizuki dengan karakter lain .	46
Gambar 4.17 seorang pengguna melakukan <i>pull</i> pada <i>banner Yumemizuki Mizuki</i>	48

Gambar 4.18 seorang pengguna melakukan <i>pull</i> pada <i>banner</i> Yumemizuki Mizuki	49
Gambar 4.19 konten YouTube mengenai karakter Yumemizuki Mizuki	50
Gambar 4.20 konten YouTube mengenai karakter Yumemizuki Mizuki	50
Gambar 4.21 opini pemain terhadap <i>banner</i> Yumemizuki Mizuki.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin.....	59
Lampiran B. Konsultasi Form.....	62
Lampiran Transkrip.....	66
Lampiran Unit Analisis.....	68
Lampiran Consent Form.....	69



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA