

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PlayerUnknown's Battleground atau yang lebih dikenal dengan sebutan PUBG adalah sebuah permainan penembak survival kompetitif yang secara resmi dikembangkan oleh perusahaan Bluehole. Namun belakangan ini telah hadir permainan PUBG yang bisa dimainkan melalui *smartphone* dengan sebutan PUBG Mobile. Pada dasarnya, kedua permainan ini adalah sama hanya saja dibedakan dari perangkat yang digunakan untuk bermain. Untuk versi *mobile* atau *smartphone*, perusahaan yang mengusung permainan ini adalah Lightspeed dan Quantum Studio. PUBG Mobile sendiri menyediakan dua *platform* yaitu untuk versi Android dan versi iOS. (Sumber: [pubg.gamepedia.com](http://pubg.gamepedia.com), 2019)



Gambar 1.1

Logo PlayerUnknown's Battlegrounds Mobile

(Sumber: <https://www.pubgmobile.com/en-US/> tanggal 11 Februari 2019 pukul 03.06 WIB)

PUBG Mobile sendiri adalah sebuah *game* beraliran *Battle Royale* yang dibuat oleh seseorang bernama Brendan Greene. Menurut [esportnesia.com](http://esportnesia.com), *game* beraliran *Battle Royale* pada dasarnya adalah sebuah konsep permainan dimana sekumpulan pemain dikumpulkan pada sebuah area yang cukup terbatas dan memaksa para pemainnya untuk saling mengeliminasi satu sama lain hingga menyisakan seorang pemenang (Kevino, 2018; [Esportsnesia.com](http://Esportsnesia.com), 2018). Meskipun beraliran *battle royale*, PUBG Mobile bukanlah pencetus awal dari permainan dengan aliran tersebut. *Game* dengan aliran serupa sudah pernah dibuat beberapa tahun sebelumnya namun mulai terkenal sesaat *game* PUBG diperkenalkan (Usmanda, 2018; [Kincir.com](http://Kincir.com), 2018). Namun seiring dengan

berjalannya waktu dan disertai dengan berkembangnya *platform* yang dilakukan oleh PUBG, *game* ini berhasil memasuki pasar *game* pada *smartphone*.

PUBG Mobile mempunyai beberapa mode permainan diantaranya adalah *Training Mode*, *Classic Mode* dan *Arcade Mode*. *Training Mode* sendiri adalah sebuah mode dimana pemain bisa mempelajari cara menggunakan senjata, perlengkapan senjata, dan kendaraan. Lebih tepatnya mode ini disediakan untuk para pemain yang ingin memperdalam kemampuan mereka dalam bermain PUBG Mobile.



**Gambar 1.2**  
**Tampilan *Training Mode* Pada Game PUBG Mobile**  
**Sumber: *Game* PUBG Mobile (2019)**

Untuk *Classic Mode*, para pemain akan dikumpulkan dengan 100 orang pemain lainnya di dalam tempat yang sama. Para pemain akan menaiki sebuah pesawat dan bisa terjun untuk menentukan lokasi dimana para pemain ini ingin mendarat. Pemain harus bisa bertahan hidup dan mencari senjata terlebih dahulu sebelum peperangan dimulai. Untuk bertahan hidup, para pemain harus mampu mengeliminasi pemain lain serta harus selalu berada pada zona aman yang telah ditetapkan. Jika pemain terlalu lama berada di luar zona aman, pemain akan tereliminasi dan dipastikan tidak akan bisa memenangkan permainan.



**Gambar 1.3**  
**Tampilan Awal Classic Mode Pada Game PUBG Mobile**  
 Sumber: *Game PUBG Mobile (2019)*

*Arcade Mode* adalah sebuah mode dimana para pemain bisa menguji kemampuan mereka dalam melawan player asli lainnya. Mode ini jauh lebih singkat dari *Classic Mode* dikarenakan terdapat zona bermain dan waktu yang lebih terbatas. Untuk *Arcade Mode* sendiri dibagi menjadi empat bagian yaitu *War*, *Quick Match*, *Sniper Training*, dan juga *Mini Zone*. (Sumber: *Game PUBG Mobile (2019)*)



**Gambar 1.4**  
**Tampilan Awal Arcade Mode Pada Game PUBG Mobile**  
 Sumber: *Game PUBG Mobile (2019)*

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan akan *game online* sangat pesat di dunia khususnya di Indonesia. Saat ini, Indonesia adalah negara pada urutan ke-17 di dunia dengan jumlah penghasilan tertinggi dari bermain *game online*. Sebuah artikel dari IDN Times yang mengutip dari laman Newzoo menyebutkan bahwa per Januari 2019, negara Indonesia berada pada peringkat ke tujuh belas dunia dengan adanya 82 juta pengguna Internet dengan total pendapatan sebesar US\$1 Miliar (Lutfia, 2019; IDN Times, 2019).

*Electronic Sports* atau e-sports saat ini telah menjadi sebuah fenomena yang berkembang. Berdasarkan data dari Niko Partners yang dilansir oleh pikiran-rakyat.com, 41% dari total 266 Juta orang di Indonesia pemain *game online* termasuk *mobile gamer* (Ratna, 2019; Pikiran Rakyat, 2019). Di dalam *game online* itu sendiri, terdapat sebuah aliran yang biasa disebut dengan istilah *Battle Royale*. Dilansir melalui esportnesia.com, *Battle Royale* adalah sebuah permainan dimana para pemainnya akan dikumpulkan pada sebuah area yang terbatas dan mereka dipaksa untuk saling mengeliminasi satu sama lain hingga menyisakan seorang pemenang (Kevino, 2018; Esportsnesia.com, 2019). Secara umum, aliran *game* tersebut akan menuntut para pemainnya untuk bisa bertahan hidup hingga akhir permainan. *Game* dengan aliran seperti ini biasanya dapat dimainkan di *platform* PC (*Personal Computer*), dan konsol (Playstation, Xbox dan Nintendo). Namun, selain terdapat pada dua *platform* tersebut, *game* jenis ini juga terdapat di *platform mobile* atau yang lebih dikenal *game smartphone* yang dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja.

Kemunculan *smartphone* saat ini menjadi sebuah peluang bisnis baru bagi sebagian perusahaan *game* di dunia, termasuk di negara Indonesia. Dikutip dari laman Tek.id, terdapat tiga lembaga yaitu Pokkt, Decision Lab dan MMA (Mobile Marketing Association) menyebutkan saat ini di Indonesia terdapat 60 Juta orang pemain *game online* pada *smartphone* atau yang biasa disebut dengan *Mobile Gamers* dan diperkirakan akan menembus angka 100 Juta pemain pada tahun 2020. Dari sisi usia, jumlah pemain *game mobile* terbanyak di Indonesia adalah dari rentang usia 16-24 tahun dan 25-34 tahun yaitu mencapai persentase sebanyak 27%, diikuti dengan pemain dari rentang usia 35-44 tahun yaitu dengan persentase

sebanyak 24%, dan sisanya adalah pemain dari rentang usia 45-54 tahun (Maulidia, 2018; Tek.id, 2019).

Salah satu *game* yang diadaptasi dari *platform* PC dan *console* ke dalam *smartphone* adalah PUBG Mobile. Secara umum, PUBG Mobile adalah sebuah permainan *Battle Royale* dimana terdapat 100 pemain yang harus saling mengeliminasi dan bertahan hidup hingga menjadi satu-satunya pemain yang masih betahan. Berdasarkan data-data yang sudah dijelaskan diatas, peneliti memilih PUBG Mobile sebagai objek penelitian yang akan diteliti dikarenakan PUBG Mobile adalah satu-satunya *game* beraliran *Battle Royale* yang diadaptasi dari *platform* PC dan konsol ke dalam *smartphone* yang dapat diakses oleh hampir seluruh pengguna *smartphone*. Selain itu, PUBG Mobile juga mendapatkan penghargaan dari Google Play sebagai “*Best Community Building Game*” dan “*Best Breakthrough Hit*” tahun 2018.



**Gambar 1.5**  
**Press Release Penghargaan Google Play Kepada PUBG Mobile Tahun 2018**  
(Sumber: <https://www.pubgmobile.com/en-US/media.shtml> tanggal 19 Februari 2019  
pukul 19.34 WIB)

*Game online* memiliki sebuah fitur dimana para pemainnya memiliki pilihan untuk melakukan pembelian virtual di dalam *game* dengan menggunakan uang sungguhan. Pembelian yang dilakukan ini dibutuhkan untuk bisa melakukan kustomisasi pada *game*. Salah satu *game online* yang menggunakan fitur ini adalah PUBG Mobile. Pada *game* PUBG Mobile, para pemain bisa melakukan pembelian dengan cara *top-up* menggunakan voucher *game*, transfer antar bank, dan juga pemotongan melalui pulsa pada telepon genggam. Ada beberapa kustomisasi yang bisa dilakukan dengan pembelian virtual didalam *game* PUBG Mobile diantaranya adalah kustomisasi pada avatar, bingkai avatar, kostum, serta *skin* pada senjata,

kendaraan, parasut, helm dan juga tas. Selain itu para pemain *game* PUBG Mobile bisa mendapatkan hak istimewa yang disebut dengan Royal Pass dimana setelah membeli Royal Pass, para pemain bisa mendapatkan *skin* khusus yang hanya ada pada Royal Pass.



**Gambar 1.6**

***Skin* Istimewa Royal Pass Season 6**

(Sumber: <http://www.pubgmobile.com/id/event/royalepass6/> tanggal 23 Mei 2019 pukul 21.49 WIB)

Selain karena bisa membuat tampilan pada *game* menjadi lebih menarik, fitur pembelian virtual ini juga merupakan bisnis yang begitu besar keuntungannya bagi para *developer game*. Berdasarkan riset dari Sensor Tower yang dikutip oleh kompas.com, pada bulan November 2018 PUBG Mobile telah mendapatkan keuntungan sebesar \$34,5 Juta yang dimana para pemain PUBG Mobile di Amerika Serikat telah menghabiskan sebesar \$1,1 Juta dalam waktu satu hari (Pratomo. 2018: Kompas.com, 2019).

Pada tahun 2018, Indonesia juga memperoleh pendapatan dari *mobile game* sebesar US\$ 624 Juta atau setara dengan Rp. 9,36 Triliun (Setyaningsih, 2019; Warta Kota, 2019). Tak hanya itu, di Indonesia pun *game* PUBG Mobile memiliki catatan rekor yang luar biasa dalam jumlah pemain *game*-nya. Berdasarkan hasil wawancara dengan *Marketing Director of SEA* PUBG Mobile, Oliver Ye, yang dilansir dari laman Kompas.com, Indonesia menempati urutan kedua sebagai pemain *game* PUBG Mobile di dunia dari total 100 Juta pengguna aktif *game* tersebut (Dennis, 2019; Kompas.com, 2019).

Mengutip dari situs kompasiana.com, hal yang memicu para *gamers* bermain *game mobile* adalah dikarenakan *smartphone* di era sekarang dianggap sudah memiliki kemampuan yang mendekati dengan *personal computer* (PC). Perangkat

*smartphone* bisa menjadi perwujudan dari *personal computer* (PC) yang akhirnya menjadi tren hingga saat ini. Pernyataan ini juga dianggap menjadi “alasan” bahwa *game mobile* lebih diminati jika dibandingkan dengan *game* konsol. Pasalnya, sudah banyak pihak-pihak ketiga yang membuat perangkat lunak (*software*) berbasis *emulator* yang memungkinkan para pemain *game* tersebut bisa memainkan berbagai *game* konsol pada *smartphone*-nya. *Game mobile* juga memiliki keunggulan tersendiri yaitu bisa dimainkan kapan saja dan dimana saja. Tidak seperti *game* konsol yang memerlukan televisi atau *monitor*, sambungan listrik, dan alat yang cukup besar saat ingin memainkannya. (Dendy, 2018; kompasiana.com, 2018)

Hubungan antara motivasi dan pembelian virtual di dalam *game* sebenarnya sudah pernah diteliti oleh peneliti lainnya. Salah satunya, pada tahun 2018 terdapat sebuah jurnal (Marder, Gattic, Collins, Pitt, Kietzmann, dan Erz, 2018) yang meneliti tentang motivasi hedonisme dan motivasi sosial pada 32 pemain *game online* di Skotlandia, Inggris, Denmark, dan Kanada yang dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi hedonisme para pemain tersebut adalah sebagai bentuk rasa terima kasih yang ditujukan kepada pembuat ataupun penyedia *game online* karena telah memberikan rasa kepuasan pribadi kepada para pemain *game* sebagai orang yang telah melakukan pembelian virtual di dalam *game online* tersebut. Sedangkan dari sisi motivasi sosial yang dimiliki oleh para pemain tersebut adalah untuk diakui atau dilihat oleh orang lain sebagai orang yang mampu menghargai pembuat atau penyedia *game online* yang telah memberikan *game* tersebut secara gratis untuk dimainkan. Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat, maka penulis ingin mengetahui tingkat motivasi hedonisme, motivasi sosial, dan perbedaan tingkat motivasi antara motivasi hedonisme dan motivasi sosial oleh pemain *game* dalam pembelian virtual pada *game* PUBG Mobile di Indonesia.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa tinggi tingkat motivasi hedonis yang dilakukan oleh pemain *game* dalam pembelian virtual pada *game* PUBG Mobile di Indonesia?

2. Seberapa tinggi tingkat motivasi sosial yang dilakukan oleh pemain *game* dalam pembelian virtual pada *game* PUBG Mobile di Indonesia?
3. Seberapa tinggi perbedaan tingkat motivasi antara motivasi hedonis dan motivasi sosial yang dilakukan oleh pemain *game* dalam pembelian virtual pada *game* PUBG Mobile di Indonesia?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat motivasi hedonis yang dilakukan oleh pemain *game* dalam pembelian virtual pada *game* PUBG Mobile di Indonesia.
2. Untuk mengetahui tingkat motivasi sosial yang dilakukan oleh pemain *game* dalam pembelian virtual pada *game* PUBG Mobile di Indonesia.
3. Untuk mengetahui perbedaan tingkat motivasi antara motivasi hedonis dan motivasi sosial yang dilakukan oleh pemain *game* dalam pembelian virtual pada *game* PUBG Mobile di Indonesia.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan dari aspek teoritis, antara lain dapat dijadikan salah satu pengembangan, memperkaya dan melengkapi ilmu bidang komunikasi, khususnya yang terkait dengan motivasi pembelian serta dapat memberikan tambahan informasi dan wawasan ilmu sekaligus referensi bagi para pembaca sesama mahasiswa atau masyarakat umum pada bidang komunikasi.

##### **1.5.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan dari aspek praktis, antara lain yaitu dapat menjadi informasi untuk pihak *developer* khususnya *game* PUBG Mobile dan umumnya untuk pengembangan *game* agar bisa mempertimbangkan strategi dalam menjual barang virtual yang ditawarkan sehingga bisa memenuhi keinginan konsumen dalam *game*.