BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di dalam konten *review games* di Indonesia sudah banyak di jumpai akun-akun yang membahas konten *review skin* virtual. Salah satunya konten review game *mobile legends*. Konten dari game *mobile legends* membahas *review skin* virtual yang memperlihatkan bagaimana cara bermain dan menggunakan *skin* tersebut. Adanya konten tersebut dapat mengetahui berbagai informasi, seperti mengetahui harga dan cara membeli beli *skin* virtual melalui youtuber, dan cara menggunakan *skin* hero, efek skill recal, efek eliminasi, efek skin karakter, dan masih banyak lainya. Di dalam *review* tersebut menggunakan salah satu platform media sosial, yaitu *Youtube*. Hootsuite and we are social telah melakukan survei mengenai media sosial, survey tersebut menunjukan bahwa *Youtube* menjadi media sosial yang paling banyak digunakan secara global dengan total jumlah orang yang mengakses internet melalui perangkat seluler 370,1 juta orang indonesia tidak dapat dipisahkan dari internet dan perangkat seluler setiap hari. Menurut Hootsuite and we are social, bahwa perangkat sosial situs web paling banyak dikunjungi di dunia dalam hal total lintas situs web, *Youtube* sendiri menempati peringkat di belakang *Google* karena kebutuhan informasi di era globalisasi ini mendorong para pengguna internet dan kehidupan di masyarakat yang sangat modern.

#	WEBSITE	TOTAL VISITS	UNIQUE VISITORS	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	583M	52.6M	23M 41S	6.06
02	YOUTUBE.COM	241M	37.6M	11M 52S	4.85
03	DETIK.COM	119M	21.1M	16M 37S	3.87
04	FACEBOOK.COM	103M	17.4M	20M 35S	6.74
05	TRIBUNNEWS.COM	102M	21.9M	10M 49S	2.87
06	KOMPAS.COM	91.6M	21.6M	22M 26S	2.65
07	BLOGSPOT.COM	83.9M	25.0M	10M 41S	2.20
08	WIKIPEDIA.ORG	72.0M	20.9M	10M 10S	2.12
09	GOOGLE.CO.ID	50.3M	13.7M	16M 40S	6.59
10	BRAINLY.CO.ID	46.6M	12.5M	12M 23S	2.79
11	SHOPEE.CO.ID	46.1M	15.4M	23M 09S	4.98
12	TOKOPEDIA.COM	42.0M	14.0M	18M 28S	3.77
13	ZOOM.US	41.6M	13.3M	13M 51S	2.67
14	INSTAGRAM.COM	38.2M	10.3M	18M 09S	6.35
15	KLIKBCA.COM	32.9M	3.98M	11M 07S	8.74
16	BIT.LY	31.8M	11.4M	10M 09S	1.39
17	TWITTER.COM	31.2M	7.55M	19M 37S	8.43
18	YAHOO.COM	30.6M	8.17M	17M 47S	3.66
19	LIPUTAN6.COM	30.2M	15.2M	5M 21S	2.01
20	SUARA.COM	30.0M	12.2M	6M 14S	1.60

Gambar 1.1 Survei World Most Visited Website 1

Sumber: https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia (di akses pada 26 Oktober 2022)

Youtube salah satu platform paling sering di gunakan oleh para *youtubers* karena sangat mudah untuk menyampaikan berbagai informasi dengan video durasi yang cukup lama. serta mudah di akses untuk semua kalangan. Banyak yang beranggapan *Youtube* merupakan situs web yang informatif, karena dengan media sosial *Youtube* bisa mendapatkan berbagai banyak referensi. Oleh karena itu *Youtube* tidak hanya berisi tentang video music, film, dan hiburan, bisa juga memuat pengetahuan, mengenai adanya video seperti tutorial, mulai dari belajar memasak, bermain music, sampai bidang pembelajaran sekolah, teknologi informasi (Haryanto, 2009, p. 188).

Pemanfaatan dengan sejumlah platform besar media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan *Youtube* sebagai media sosial dengan memberikan pengaruh yang tepat dalam mempublikasikan informasi produk dan promosi terbaru kepada pengikut (Markethub, 2016). Dalam konten review skin virtual mobile legends di youtube bisa saja masuk kedalam digital *marketing*, karena digital marketing adalah bentuk usaha dalam melakukan pemasaran dan mempromosikan sebuah produk atau brand dengan memelalui internet atau dunia digital. Maka tujuannya dapat menjangkau calon konsumen maupun para konsumen dengan cepat dan juga tepat waktu. Bisa dengan melalui iklan di media sosial dan jaringan internet, banyak digunakan oleh para bisnis seperti *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, *Youtube*, dan media sosial lainnya (Fahmi, 2017).

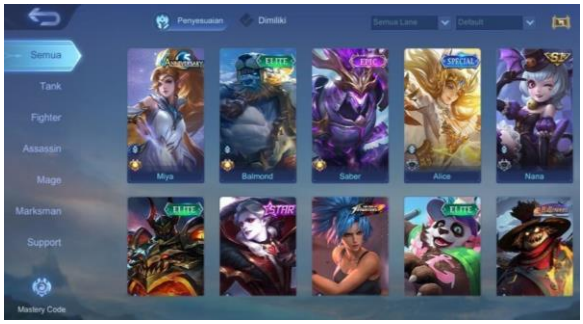
Konten *review* secara umum menjadi patokan para gamers dalam mencari referensi karakter *skin* terbaik. konten *review* memberikan alternatif dalam mencari sebuah informasi mengenai suatu hal. Di dalam *review* mampu mempengaruhi opini para penonton, terhadap objek yang di *review*. Menurut (Abdi, 2022) jika aktivitas *review* bisa sangat berpengaruh dalam berbagai bidang, seperti utamanya pendidikan, seni, dan pemasaran. Meskipun bisa dapat dilakukan oleh siapa saja, *review* merupakan ulasan dengan memberikan nilai. pernyataan ini memiliki tujuan, *review* memiliki manfaat untuk diri sendiri juga penonton (Mustafa, 2020). *Review* skin game mobile legends ini terdapat cerita di dalam game dengan memiliki visual grafik yang unik, pada proses pengontrolan karakter sangat berpengaruh besar pada kesenangan ketika bermain, dan kepuasan pada pemain dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam memilih karakter *skin* produk virtual dalam online game (Jiming, Pengtao, & Rao, 2008, p.3).

Menurut (Mustafa, 2020) bahwa konten *review* adalah suatu bentuk konten yang melakukan ulasan produk, seperti pada konten *Youtube* dari autonetmagz yang merupakan konten terkait otomotif yang berisikan terkait *review* atau ulasan. Dalam konten tersebut dalam melakukan *review* dilakukan secara tiga kali, sepeti *review* secara langsung, *review* disertai komparasi, atau *review* dan test drive kendaraan berbagai jenis dan merek. *Review* yang telah dilakukan oleh autonetmagz tersebut dipublikasi secara dua bentuk yaitu dalam bentuk tulisan artikel di situs web dan secar audio visual di *Youtube*. Autonetmagz mempublikasikan kotennya melalui akun bernama autonetmagz, seluruh konten autonetmagz yang ada di *Youtube* berbentuk audio visual.

Menurut (Mustafa, 2020) menjelaskan jika adanya hal menarik dari *review* konten untuk dijadikan objek penelitian komunikasi. Hal tersebut dalam *review* konten adanya bentuk yang unik, seperti dalam *review* konten adanya opini dan penilaian tersendiri untuk memberikan informasi terkait suatu produk kepada audiens. Dalam penelitian saya konten *review* ini khusus untuk materi tentang mengenai *skin* virtual games karena menurut saya *skin* virtual ini memiliki pasarnya tersendiri yang diminati oleh pemain gamers.

Menurut (Mustafa, 2020) jika penilaian dan ulasan didalam konten *review* dapat mempengaruhi opini dari penonton konten tersebut, pada objek yang telah di *review*nya. Oleh karena itu *review* harus bisa membagikan sebuah penjelasan yang sejujurnya dan sebenar-benarnya agar tidak adanya kesalah paham atau menyesatkan. Menurut (Tysara, 2021) megungkapkan *review content* merupakan ulasan atau respon dan memberikan banyak manfaat, dalam dunia pendidikan, dan mengarah pada perkembangan ilmu pengetahuan. Jika didalam pemasaran mengarah kepada sebuah produk dan jasa serta dibidang perfilman, akan mengarah pada karya seni yang di buat bisa lebih kreatif dan menciptakan hal-hal baru agar bisa didapatkan di kemudian hari.

Gambar 1.2 Game Mobile Legends 1
(Sumber: Aplikasi Mobile Legends)



Gambar 1.3 Game Mobile Legends 1

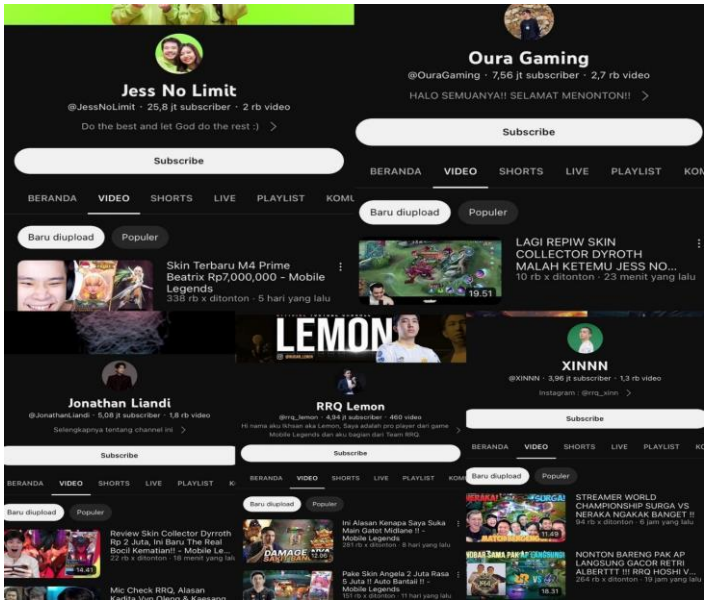
(Sumber: Aplikasi Mobile Legends)

Gambar diatas adalah berbagai macam *skin virtual* mobile legends, jika *audience* telah menonton koten review skin virtual mobile legends maka bisa saja menimbulkan adanya penjualan, karena menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, maka akan timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya (Kotler, 2013). Oleh karena itu jika ingin *skin mobile legends* ini tidak gratis melainkan ada juga yang mengharuskan berbayar, sehingga membuat saya peneliti penasaran dan perlu untuk melihat, apakah dari konten-konten yang mereka sampaikan bisa masuk terhadap penjualan atau hanya me*review* biasa tidak terdapat unsur penjualan. Maka dari itu saya ingin melihat apakah terdapat pengaruh terhadap penjualan atau tidak. memberikan sebuah dampak terhadap penjualan atau ke inginan seseorang untuk memiliki suatu produk yang telah diinginkannya

Menurut (Prasetio, 2022) menjelaskan sebelum melakukan pembelian *skin mobile legends*, para pengguna karapkali mengalami kebingungan banyaknya jenis, model, dan

tingkatan *skin* hero. Pada situasi ini pengguna perlu memperdalam pengetahuannya untuk menemukan skin yang sesuai mereka inginkan, sehingga perlu untuk menyimak *review skin* sebelum menggunakan karena sangat penting untuk dilakukan. *Review skin mobile legends* ini dapat ditemukan, salah satunya pada konten youtuber gaming. *Youtuber* gaming merupakan salah satu tipe *influencer* yang memiliki pengaruh besar dalam kalangan penyuka *games* sehingga pihak pengembang game pun memanfaatkan pengaruh mereka untuk mempromosikan produk dalam *games* salah satu caranya bisa dengan membuat konten *review* atau ulasan (Prasetio, 2022).

Dalam games *Mobile Legends* masih banyakya orang yang mencari referensi dan informasi terkait konten *review skin virtual Mobile Legends*. Sehingga, dalam mencari konten *review skin Mobile Legends* adanya lima akun *Youtube* dengan *subscriber* terbanyak yang isi dari sebagian kontenya membahas *review skin* virtual *Mobile Legends* di akun *Youtube*-nya.



Gambar 1.4 Akun-Akun Youtube 1

(Sumber: Aplikasi Youtube)

Apakah dengan asumsi *subscriber* terbanyak memiliki pengaruh jangkauan yang lebih banyak, serta mempunyai kekuatan dalam untuk mepengaruhi orang-orang terhadap pengambilan keputusan dalam memilih karakter *skin*. Didalam penelitian ini peneliti menggunakan lokasi di Kota Bandung, karena peneliti ingin melihat gambaran bagaimana

pengaruh *review* terhadap pemilihan karakter skin dalam lokus pemain *games* di Kota Bandung. Berdasarkan pada latar belakang di atas, peneliti tertarik dengan melakukan penelitian lebih mendalam mengenai faktor yang dapat mempengaruhi tindakan pengambilan keputusan dalam menggunakan *skin* virtual. Demikian penelitian ini mengangkat judul. **"Pengaruh Konten *Review Skin* Virtual Mobile Legengd Di *Youtube* Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Karakter *Skin* Pada Komunitas Gamers Di Kota Bandung".**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas oleh penulis merumuskan masalah. Apakah konten *review skin* virtual Mobile Legends di *Youtube* dapat mempengaruhi terhadap pengambilan keputusan dalam memilih karakter *skin*?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya pada penelitian ini, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten *review* pada akun *Youtube* yang sering para viewers tonton terhadap pengambilan keputusan dalam memilih karakter *skin.*

1.4. Kegunaan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan adanya kegunaan. Sehingga, berikut adalah kegunaan dari penelitian ini, yaitu:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian diharapkan akan dapat memberikan pandangan, menambah pemahaman, wawasan, dan pengembangan ilmu peengetahuan seperti dapat digunakan sebagai panduan oleh peneliti selanjutnya terutama dalam bidang Ilmu komunikasi khususnya komunikasi digital yang berhubungan secara tidak langsung atau bertatap muka, dengan menggunakan aplikasi komunikasi yang dibuat seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, Line, Youtube, dan lainnya.

1.4.2 Kegunaan Praktisi

Bagi Peneliti dengan melakukan penelitian akan menambah wawasan melalui sebuah komunikasi massa bagi masyarakat untuk menilai konten manakah yang sering

para *viewers* tonton. Selain itu, memberi masukan kepada penggemar *game Mobile Legends* dalam pengembangan strategi dan sistem yang lebih baik.

1.5. Waktu dan Periode Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dijadwalkan berlangsung selama delapan bulan yang dilaksanakan mulai bulan Oktober 2022 hingga bulan Juli 2023. Sehingga, berikut adalah tabel waktu dan periode penelitian skripsi:

No.	Tahapan Penelitian	Bulan									
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli
1.	Mencari tema dan topik penelitian										
2.	Pencarian dan pengumpulan data										
3.	Bab 1										
4.	Bab 2										
5.	Bab 3										
6.	Evaluasi Bab 1-3										
7.	Pendaftaran Desk Evaluation										
8.	Menyebarkan Kuesioner										
9.	Olah Data										
10.	Bab 4										
11.	Bab 5										
12.	Pendaftaran Sidang										
13.	Pelaksanaan Sidang										

Tabel 1.1 Waktu dan Periode Penelitian 1

Sumber: Olahan Peneliti, 2023