

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan *game online* di Indonesia sangat pesat mulai dari tahun 1980-an. Pada awalnya *game online* dikenal sebagai *game* jaringan dengan menghubungkan beberapa perangkat di komputer. *Game* jaringan yang populer saat itu adalah *counter strike*. *Game* jaringan tersebut mampu membuat beberapa anak hingga kalangan dewasa bermain berjam-jam untuk mendapatkan suatu kepuasan. Seiring berkembangnya teknologi, *game* juga ikut berkembang menjadi lebih pesat. Hal itu, menyebabkan *game* jaringan tergantikan oleh *game online* pada masa ini.

*Game online* dan *game* jaringan memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaannya *game* tersebut yaitu dapat bermain dengan menggunakan PC atau *gadget*. Sedangkan perbedaannya, *game online* dapat bermain bersama orang yang lebih luas seperti orang ada di sekitar, di lokasi lain, bahkan orang yang cukup jauh hingga di negara lain. *Game online* yang pertama kali populer yaitu *game* bergenre *action* seperti aksi pukul-pukulan, tabrak, goresan, dan jebakan. Pada saat itu, *game online* yang pertama kali populer adalah *game Snake* hingga 400 juta orang tertarik untuk bermain. Tahun 2000 *game online* mulai berkembang ke negara-negara yang sudah ada jaringan telekomunikasi modern.

*Game online* lebih berkembang pesat di tahun 2008 ketika *Apple Inc* meluncurkan *AppStore iOS*. Akibat dari hal itu berbagai perusahaan mulai menyebarkan *game* yang lebih menarik dan canggih dalam bentuk perangkat lunak dan menjual ke pasar yang lebih luas. Selain itu juga memicu persaingan pada industri *game*, serta membentuk peluang bagi perusahaan dan pengembangan *game* untuk menciptakan *game* yang lebih menarik dan beranekaragam.

*Game online* terdapat di *platform iOS (AppStore)* dan *android (PlayStore)*. *Game* tersebut dapat diunduh serta dimainkan secara gratis ataupun berlangganan. Pada saat ini *game online* dalam berbagai jenis sudah dikembangkan. Berikut ini beberapa *game online* yang sedang populer

**Tabel 1.1**  
**Game yang sedang populer**

No	Nama Game
1	Dota 2 (PC)
2	Mobile Legends: Bang Bang (Android)
3	Arena of Valor (Android)
4	League of Legends (PC)
5	Vainglory (Android)
6	Smite (Laptop)
7	Heroes Evolved (Android)
8	Marvel Super War
9	Battlerite (PC)
10	Onmyoji Arena (Android)
11	Legend of Ace (Android)
12	Awesomenauts (Computer)

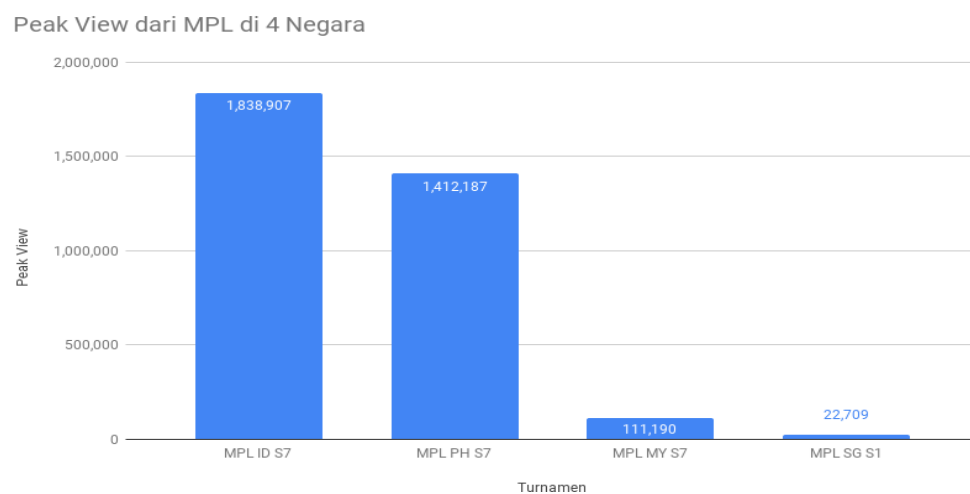
Sumber: Jalantikus.com

Dari berbagai *game* populer di atas, *mobile legends* yang rilis pada tahun 2016 menjadi salah satu *game* terpopuler di berbagai negara termasuk Indonesia. *Game mobile legends* digemari oleh berbagai kalangan usia mulai dari anak sekolah, mahasiswa, pekerja, bahkan orang tua. *Mobile legends* pada saat ini masuk ke dalam salah satu *game* terpopuler di Indonesia. Selain itu, *mobile legends* juga menjadi kandidat *game android* terbaik. Menurut Pratama (2021) hasil survei kepada 10 *game online* terpopuler di Indonesia menemukan bahwa *game mobile legends* berada pada peringkat pertama dalam kategori pengguna aktif terbanyak di Indonesia. *Moonton* yang menjadi *developer game* menyatakan bahwa pengguna aktif bulanan *game* ini di Indonesia mencapai 31 juta orang.

Popularitas *mobile legends* tidak hanya pada posisi game terbanyak diunduh tetapi juga mendapatkan pendapatan paling besar dari pembelian aplikasi. Selain itu penayangan MPL menjadi salah satu hal yang dapat menarik masyarakat. Dari empat liga nasional *mobile legends* MPL ID dan MPL PH mempunyai jumlah penonton paling banyak. Jumlah penonton berasal MPL ID dan MPL PH mencapai lebih dari satu juta orang.

Jumlah *peak viewers* berasal MPL ID menembus 1,8 juta orang dan MPL PH 1,4 juta orang. *Total hours watched* berasal masing-masing liga tadi mencapai puluhan juta jam yaitu MPL ID menerima 54,5 juta jam serta MPL PH 33,1 juta jam. Dari segi jumlah penonton rata-rata, MPL ID punya kurang lebih 321 ribu penonton, *ad interim* MPL PH 201,7 ribu orang.

### Total PEAK VIEWERS dari penonton MPL di 4 negara



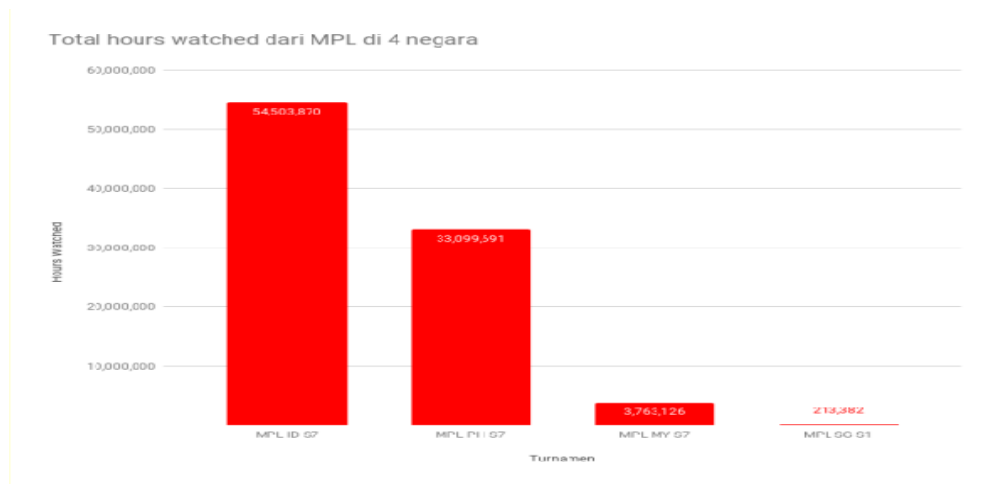
**Gambar 1.1**

Sumber: Esports Charts

Jumlah *hours watched* berasal MPL MY mencapai 3,8 juta jam, menggunakan jumlah penonton rata-homogen 20,7 ribu orang. Jumlah penonton MPL MY mencapai 111,2 ribu orang. Sedangkan MPL SG mempunyai total jam menonton hingga 213,4 ribu jam serta jumlah penonton homogen-homogen 2,6 ribu orang. Total *peak viewers* berasal MPL SG hanya mencapai 22,7 ribu orang. Meskipun begitu, tahun 2021 menjadi tahun

*Moonton* mengadakan perserikatan nasional untuk Singapura. Sebelumnya, *moonton* menyatukan perserikatan nasional untuk Malaysia dan Singapura

### Jumlah HOURS WATCHED dari MPL di 4 negara



**Gambar 1.2**

Sumber: Esports Charts

Dapat dilihat bahwa jumlah penonton MPL ID dan MPL PH jauh lebih banyak asal MPL MY atau MPL SG. Hal itu dapat terjadi dikarenakan Indonesia dan Filipina memiliki jumlah penduduk yang jauh lebih banyak. Dari data asal *Worldometer*, populasi Indonesia di 2020 mencapai 273 juta orang serta populasi Filipina 109 juta orang. Sedangkan jumlah penduduk Malaysia hanya 32 juta orang dan Singapura 5,8 juta orang. Oleh karena itu, tidak adil apabila membandingkan jumlah penonton atau *hours watched* asal empat perserikatan nasional *mobile legends* begitu saja.

Dalam penayangannya *moonton* tidak hanya menyiarkan MPL dalam satu bahasa saja. Melainkan menyiarkan ke dalam bahasa Inggris. MPL PH dan MPL MY bahkan juga ditayangkan dalam Bahasa Indonesia. Jadi, untuk mengetahui perserikatan nasional *mobile legends* mana yang paling populer akan membandingkan jumlah *peak viewers* berasal masing-masing MPL sesuai siaran berbahasa Inggris.

*Mobile legends* menjadi *game* terpopuler dikarenakan banyak faktor diantaranya popularitas *e-sport*, penayangan MPL, *gameplay* yang tergolong

simpel, memiliki banyak fitur yang menarik, serta memiliki berbagai macam hero. Salah satu cara *moonton* yang membuat *mobile legends* terkenal di Indonesia yaitu ada hero lokalnya. Ada dua hero lokal yang pertama Gatot Kaca menggunakan *role Tank* yang kini di *revamp* dan bisa menggantikan *role Fighter*). Hero yang kedua yaitu Kadita Ratu Pantai Selatan untuk *role Mage*.

*Game mobile legends* tersebut dimainkan dengan cara mengontrol salah satu karakter yang disebut hero dari daftar hero yang sudah dimiliki. Kerjasama tim yang baik dan kompak menjadi kunci dalam permainan ini. Setiap hero yang digunakan memiliki *skill* yang berbeda-beda. Oleh karena itu memahami karakter-karakter hero yang dipergunakan menjadi hal yang sangat penting untuk para pemain.

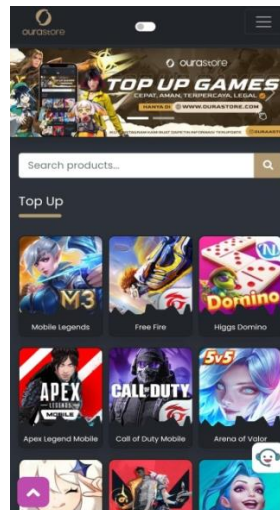
Banyaknya masyarakat yang menggunakan *mobile legends* juga dikarenakan adanya beberapa iklan yang muncul di berbagai media seperti *instagram*, *youtube*, *facebook*, *tv*, dan lainnya. Iklan digunakan untuk menarik perhatian masyarakat sehingga seringkali dijadikan media promosi. Iklan merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan penjualan (Ciawi, 2016). Dengan adanya iklan, konsumen akan mendapatkan informasi-informasi mengenai suatu produk. Iklan membuat media yang tepat agar lebih dapat diterima dan diperhatikan masyarakat sehingga tepat pada sasaran konsumen.

Salah satu media iklan yang digunakan oleh *mobile legends* yaitu *instagram*. *Instagram* saat ini salah satu aplikasi yang digemari oleh masyarakat. *Mobile legends* membuat iklannya menarik di *instagram* dengan menampilkan karakter atau hero yang ada di dalam *game*, menampilkan *video-video* pertandingan, hingga menampilkan musik atau suara yang identik dengan *mobile legends*. Hal itu dilakukan untuk menarik perhatian masyarakat untuk menggunakan *game mobile legends*. Selain itu, digunakan juga sebagai media promosi produk penjualan diamond seperti yang dilakukan oleh *ekoju* di *instagram @ouraastore* dengan jumlah *followers* 164K. *Ouraastore* memanfaatkan *Instagram* sebagai iklan dan media promosi untuk melakukan penjualan diamond

Pembelian diamond dapat dilakukan melalui *instagram* yang nantinya akan terhubung ke *www.ourastore.com*. *Oura Store* merupakan tempat *Top Up Games* yang aman dan murah. *Oura Store* menyediakan layanan 24 Jam *Top Up Games* seperti *Diamond Mobile Legends*, *FF*, *Genshin Impact*, *AOV*, dan lainnya. Pembayaranannya pun dapat dilakukan mudah dengan berbagai metode melalui *Alfamart*, *Bank BCA*, *Bank Mandiri*, *Bank BNI*, *Bank Bri*, *DANA*, *OVO*, *Gopay*, *Shopee Pay*, *Link Aja*, dan lainnya. Cara membeli diamond di *Oura Store* dilakukan dengan proses otomatis dengan mengisi:

1. Memasukkan ID (SERVER)
2. Pilih Nominal Diamond
3. Pilih Metode Pembayaran
4. Tulis nomor WhatsApp yang benar
5. Klik Beli dan lakukan Pembayaran
6. Tunggu 1 sampai 3 menit. Setelah pembayaran terdeteksi oleh sistem *Oura Store* diamond akan masuk.

### Web Pembelian Diamond Ekooju



**Gambar 1.3**

Sumber: *www.ourastore.com*

Dengan membeli diamond, pengguna *mobile legends* dapat memiliki hero, *skin*, dan *starlight*. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ekonomi keuangan, politik, budaya, harga, teknologi, dan iklan. Iklan menjadi salah satu faktor keputusan membeli seseorang dikarenakan adanya informasi yang terserap mengenai suatu produk.

Berdasarkan uraian diatas, dapat diketahui bahwa iklan adalah salah satu media penting yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan untuk menarik perhatian konsumen dalam membeli suatu produk. Lebih lanjut, peneliti belum menemukan penelitian tentang pengaruh iklan *mobile legends* di *instagram* terhadap keputusan pembelian diamond. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan studi lanjutan mengenai pengaruh iklan *mobile legends* di *instagram* terhadap keputusan pembelian diamond.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah yang akan diteliti adalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan *game* di Indonesia?
2. Bagaimana perkembangan *mobile legends* di Indonesia?
3. Bagaimana iklan *mobile legends* yang dilakukan oleh @ouraastore
4. Pengaruh iklan *mobile legends* di *Instagram* terhadap keputusan pembelian *diamond*

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, pembatasan masalah dilakukan agar penelitian ini berfokus pada topik yang menjadi pokok permasalahan. Maka dari itu penelitian ini dibatasi hanya pada pengaruh iklan *mobile legends* di *Instagram* @ouraastore terhadap pembelian diamond.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana iklan *mobile legends* yang dilakukan @ouraastore di *Instagram*?
2. Bagaimana keputusan pembelian diamond pada *followers instagram* @ouraastore?
3. Adakah pengaruh iklan *mobile legends* di *Instagram* @ouraastore terhadap keputusan pembelian diamond?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian ini yaitu:

1. Iklan *mobile legends* di *Instagram*
2. Keputusan pembelian diamond pada *followers Instagram* @ouraastore
3. Pengaruh iklan *mobile legends* terhadap keputusan pembelian diamond pada *followers Instagram* @ouraastore

#### **F. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini peneliti berharap dapat memberikan manfaat baik secara akademis ataupun praktis.

##### **1.1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ilmu komunikasi khususnya untuk memperkaya riset terkait keputusan pembelian dan iklan, menambah pengetahuan dalam ranah *advertising*, serta dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai keputusan pembelian dan periklanan



## **1.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, pemahaman, masukan, dan pertimbangan dalam mengembangkan iklan *mobile legends* yang dilakukan oleh *Instagram @ouraastore* terhadap keputusan pembelian *diamond*