

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Konteks Penelitian

Industri *Games* merupakan salah satu industri yang dinilai Perkembangannya cukup cepat dan signifikan di era *digital*, pada awalnya *Game* hanyalah media hiburan yang cukup sederhana yang dinikmati oleh segelintir orang, namun dari perkembangan teknologi di bidang komputer dan kemunculan Internet menjadi loncatan yang sangat besar di dalam industri *Game*, orang-orang tidak lagi melihat *Game* sebagai media hiburan, namun lebih luas lagi, apabila dulu orang membeli *Game* berbentuk kaset dan dimainkan sendiri atau berdua di rumah menggunakan *Console* seperti *Playstation* atau *Nintendo*, sekarang setiap bisa memainkan *Game* dengan siapapun dan dimanapun di seluruh dunia, mereka pemain *Game* atau disebut *Gamers* bisa saling berkomunikasi dengan *Gamers* lainnya di seluruh dunia dengan bantuan koneksi internet. *Game* yang membuat *Gamers* saling terhubung ini di sebut dengan *Game Online*.

Game online merupakan penggabungan dari dua suku kata dalam bahasa Inggris yaitu *Game* yang berarti permainan dan *Online* yang berarti dalam jaringan (daring) *Game Online* bisa disebut juga suatu *Game* yang dimainkan dalam sebuah jaringan baik itu berupa jaringan *LAN* ataupun jaringan yang lebih luas. *Game Online* yang mulai populer pada awal tahun 2001 memiliki banyak jenis seperti First Person Shooter (*FPS*) mengambil sudut pandang orang pertama sehingga seolah-olah kita sendiri yang berperan sebagai pelaku di *Game*

tersebut, *Role Play Game (RPG) Game* ini akan menjalankan tokoh buatan dan menjalankan serangkaian cerita yang ada, dan masih banyak jenis-jenis *Game* tergantung dan menyesaikan minat dari setiap pemain *Game*. tercatat lebih dari dua puluh *Game* online tercatat beredar di indonesia contohnya seperti *Counter Strike*, *DOTA 2*, *Player Unknown Battle Ground (PUBG)*, *APEX Legend*, *Point Blank*, dan *Fortnite*.

Industri *Game* yang semakin luas membuka peluang yang luas pula di banyak aspek yang menguntungkan baik dari *Developer Game* ataupun *Gamers*. Pada awalnya *Game* hanya dijual pada platform terbatas seperti Nintendo atau playstation, namun sejak kemunculan *internet Game* online telah berkembang menjadi multiplatform. *Developer Game* kemudian menciptakan algoritma baru dalam penjualan *Game* online guna mempengaruhi konsumen yang dalam hal ini adalah *Gamers*, dimana *Game* tidak lagi hanya bisa dibeli dalam bentuk fisik melainkan dalam bentuk digital. *Game-Game* ini di pasarkan di dalam suatu market *online* barang digital, market online ini dibuat sebagai pengumpul atau penyalur data *Game* dari *Developer*, salah satu pasar *online* barang digital yang terkenal adalah *steam*, *steam* adalah platform distribusi digital yang dibuat oleh *Valve Corporation* yang menawarkan layanan permainan video multipemain, manajemen hak digital, jejaring sosial dan streaming video. *Steam* adalah platform distribusi digital terbesar untuk permainan video di komputer pribadi, dengan pangsa pasar sekitar 75% pada tahun 2013. Pada 2017, penjualan melalui *Steam* mencapai \$4,3 miliar, yaitu sekitar 18% penjualan permainan video komputer

secara global. Pada awal 2018, layanan ini memiliki total pengguna sebanyak 150 juta orang, dengan puncak jumlah pengguna yang aktif daring pada saat bersamaan sebanyak 18,5 juta orang.

Metode jual beli yang ditawarkan oleh Developer yang menjual *Gamennya* di *Steam* adalah *Microtransactions* atau transaksi Mikro. Transaksi mikro merupakan model bisnis di mana pengguna dapat membeli barang virtual melalui pembayaran mikro. Transaksi mikro seringkali digunakan dalam permainan gratis untuk menyediakan sumber pendapatan bagi para pengembang. Sementara transaksi mikro merupakan hal yang umum pada pasar aplikasi ponsel, mereka juga tersedia pada platform komputer seperti Steam pada *Valve*.

Permainan gratis yang menyertakan transaksi mikro terkadang disebut sebagai "freemium". "*Pay-to-win*" terkadang juga digunakan sebagai istilah yang merendahkan yang mengacu kepada permainan dengan model membayar untuk barang dalam-permainan (*in-Game items*) dapat memberikan pemain keuntungan lebih dari pemain lain, terutama jika barang tersebut tidak dapat diperoleh dengan cara gratis. Tujuan model transaksi mikro pada permainan gratis adalah untuk mendapatkan lebih banyak pemain ke dalam permainan dan menyediakan barang-barang yang diinginkan atau fitur yang dapat dibeli pemain jika mereka tertarik, dengan harapan keuntungan jangka panjang dari sistem transaksi mikro akan lebih besar daripada keuntungan dari permainan satu kali pembelian (*one-time-purchase Game*).

Barang dan fitur yang tersedia oleh transaksi mikro dapat beragam dari kosmetik (seperti pakaian pemain yang bersifat dekoratif) hingga fungsional (seperti senjata dan barang). Beberapa permainan membolehkan pemain untuk membeli barang yang dapat diperoleh melalui cara normal, namun beberapa permainan lainnya menyertakan barang yang hanya dapat diperoleh melalui transaksi mikro. Beberapa pengembang memastikan bahwa barang kosmetik yang tersedia dengan cara ini untuk menjaga *Gameplay* yang adil.

Harga barang yang di jual di *STEAM* atau ditawarkan di dalam *Game* yang menggunakan transaksi mikro cukup beragam dan memiliki tingkatan dari yang sangat murah sampai ke tingkatan yang paling mahal. di beberapa *Game* terkenal transaksi mikro menjadi fitur yang sangat diGemerslkan untuk meraup keuntungan dari konsumen. dari sudut pGamersng konsumen transaksi mikro menjadi fitur yang menarik karena menghadirkan beragam *item* dan hiburan menarik di dalam *Game*. Namun yang menjadi masalah adalah di beberapa *Game* yang ada di steam harga-harga dari *item* transaksi mikro sangatlah mahal bahkan untuk sebuah *Game* berbayar harga *item* yang disediakan sering hampir menyamai atau melebihi harga *Game* itu sendiri, harga *Game* di *Steam* memang beragam dari yang paling murah sampai mahal, namun rata-rata *Game* yang memiliki sistem transaksi mikro di tawarkan dengan harga yang cukup mahal untuk ukuran sebuah *Game*, dengan alasan yang telah dipaparkan peneliti tertarik untuk meneliti Persepsi *Gamers* tentang transaksi Mikro di pasar *Game Steam* untuk mengetahui apa motivasi dari seorang *Gamers* untuk mengeluarkan dan menukarkan uangnya untuk barang yang tidak memiliki fisik seperti *item* atau kosmetik yang disediakan

oleh *Game* dengan fitur transaksi mikro. Peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *Gamers* sehingga melakukan transaksi mikro di dalam *Game*.

1.2. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan mana yang tidak relevan (Moleong, 2010). Pembatasan dalam penelitian kualitatif ini lebih didasarkan pada tingkat kepentingan/urgensi dari masalah yang dihadapi dalam penelitian ini.

Dari uraian Latar belakang yang telah di paparkan di atas dapat dirumuskan fokus penelitian yaitu Bagaimana persepsi *Gamers* tentang fitur *Microtransactions* yang ditawarkan oleh *Game* dan apa yang menjadi alasan seorang *Gamers* sehingga memiliki kemauan untuk melakukan transaksi mikro di dalam *Game*.

1.2.1. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Sensasi *Gamers* terhadap *Microtransactions* di pasar game *steam* ?
2. Apa Atensi *Gamers* Terhadap *Microtransactions* di pasar game *steam* ?
3. Bagaimana Interpretasi *Gamers* terhadap *Microtransactions* di pasar game *steam*?
4. Bagaimana Persepsi *gamers* tentang *Microtransactions* di pasar game *steam*?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana Senasi, Atensi, Interpretasi ,dan Persepsi *gamers* tentang Fitur *Microtransactions* yang ada di dalam game yang di jual di *steam*
2. Untuk mengetahui apa motivasi *gamers* Sehingga melakukan *Microtransactions* di pasar game steam
3. Untuk mengetahui bagaimana bentuk dari sistem *Microtransactions* di pasar game *Steam*.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan persepsi *Gamers* tentang *Microtransactions*, diharapkan penelitian ini juga menjadi informasi tentang apa motivasi *Gamers* melakukan *Microtransactions* di pasar *Game online*.

2. Kegunaan secara Akademis

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi bagi mahasiswa dalam menggunakan fitur transaksi mikro.
- b. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan terkait dengan transaksi mikro yang ada di dalam *Game*.