

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Peneliti melakukan sebuah penelitian yang berfokus kepada motif remaja Surabaya dalam mengakses *website* [www.duniagames.co.id](http://www.duniagames.co.id). Fokus penelitian yang dipilih oleh peneliti mengenai motif remaja Surabaya dalam mengakses *website* [www.duniagames.co.id](http://www.duniagames.co.id). Penelitian ini berlandaskan dengan fenomena yang berasal dalam diri individu yang menggunakan sebuah media untuk mencapai sebuah tujuan atau hasil tertentu.

Teori yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian kali ini adalah menggunakan teori *Uses and Gratification (U&G)*. Teori ini dipilih oleh peneliti karena cocok dengan zaman sekarang yang masyarakat di dunia, bebas untuk melakukan pemilihan terhadap sebuah media yang dianggap sesuai dengan dirinya. Herbert Blumer dan Elihu Katz merupakan ahli yang menciptakan teori *Uses and Gratification* ini. *Uses and Gratification* memiliki pengertian yaitu dimana *audience* mempunyai peran yang aktif untuk memilih dan mengakses media yang sesuai dengan individu (Nurudin, 2014: 192).

*Audience* dalam memenuhi kebutuhannya, memiliki peranan aktif dalam pemilihan dan mengakses sebuah media. *Uses and Gratification* ini awalnya untuk meneliti kebutuhan yang dibutuhkan oleh individu dari segi sosial maupun psikologis. Penyebab munculnya teori *Uses and Gratification* ini karena adanya pandangan yang melihat bahwa *audience* seringkali terbentuk oleh kesamaankepentingan, kesamaan kebutuhan, dan kesamaan selera

individu. Bila, individu memiliki sebuah pandangan seperti itu akan memiliki sebuah dorongan dalam sebuah pemenuhan berbagai kebutuhan.

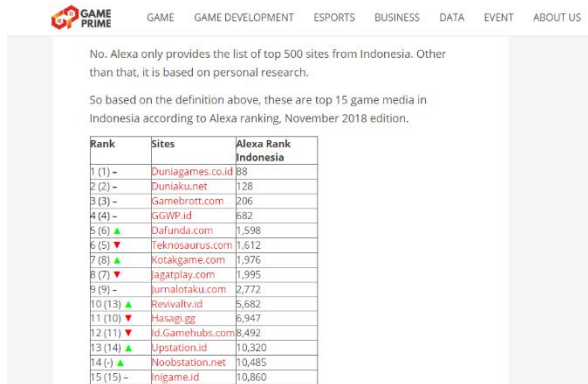
Konsep yang digunakan peneliti sebagai pengukuran dari motif dan kepuasan ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*). *Gratification Sought* yang dimana memiliki arti yaitu sebuah motif yang dimana dapat mendorong manusia untuk mengakses sebuah media tertentu. Sedangkan *Gratification Obtained* memiliki arti yaitu kepercayaan individu ini dibentuk dari apa yang disampaikan oleh evaluasi diri sendiri dan media terhadap isi media (Kriyantono, 2016:210). Peneliti hanya terbatas pada konsep *Gratification Sought*, karena fokus penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah untuk mengukur motif remaja Surabaya dalam mengakses *website* [www.duniagames.co.id](http://www.duniagames.co.id).

Survei yang dilansir oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) berpendapat bahwa pada tahun 2016 mengenai penetrasi dari pengguna internet di Indonesia, memiliki pengguna internet dengan total 132.7 juta pengguna. Lalu pada tahun 2017, pengguna internet sudah mencapai 143,26 juta jiwa dari total keseluruhan populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 262 juta orang. Arifin (2013: 196) berpendapat bahwa, data yang berasal dari *World Bank* mengatakan pada tahun 2010 pengguna internet di negara Indonesia sebesar 9,9% dari 100 orang. Data yang dilansir oleh KOMINFO mengatakan bahwa pengakses *world wide web* di negara kita mencapai angka sebesar 45 juta orang. Penggunaan *world wide web* juga dimanfaatkan oleh beberapa perusahaan *gaming*.

*Game* diartikan sebagai permainan. Permainan adalah kegiatan kompleks yang didalamnya terdapat peraturan, *play* dan budaya. Sebuah permainan adalah sistem yang membuat setiap pemain terlibat konflik

buatan. Disini pemain berinteraksi dengan sistem dan konflik dalam permainan merupakan rekayasa atau buatan (Pratama, 2014: 5).

Gambar I.1. Rank *Website Gaming* di Indonesia November 2018.



No. Alexa only provides the list of top 500 sites from Indonesia. Other than that, it is based on personal research.

So based on the definition above, these are top 15 game media in Indonesia according to Alexa ranking, November 2018 edition.

Rank	Sites	Alexa Rank Indonesia
1 (1) -	Duniagames.co.id	88
2 (2) -	Duniaku.net	128
3 (3) -	Gamebrott.com	206
4 (4) -	GGWP.id	682
5 (6) ▲	Dafunda.com	1,598
6 (5) ▼	Teknosaurus.com	1,612
7 (8) ▲	Kotakgame.com	1,376
8 (7) ▼	lagatplay.com	1,395
9 (9) -	Jurnalotaku.com	2,772
10 (13) ▲	Revivaltv.id	5,682
11 (10) ▼	Hasagi.gg	6,947
12 (11) ▼	id.Gamehubs.com	8,492
13 (14) ▲	Upstation.id	10,320
14 (-) ▲	Noobstation.net	10,485
15 (15) -	Inigame.id	10,860

Gambar I.1. menunjukkan dimana duniagames.co.id menempati posisi pertama di Indonesia. Posisi kedua yaitu duniaku.net diikuti dengan Gamebrott.com, GGWP.id, Dafunda.com. rank ini didapatkan dari Alexa yang merupakan lembaga survei dan dilansir oleh gameprime.org.

Tabel I.1. Perbandingan Fitur *Website Gaming*

No	<i>Website Gaming</i>	Fitur
1.	www.duniagames.co.id	-Menyediakan informasi tentang video game, industri <i>gaming</i> , <i>E-sports</i> , <i>tech</i> , dan <i>pop culture</i> -Dapat melakukan <i>share</i> , <i>bookmark</i> , <i>top up voucher game</i> , membuat dan mengikuti <i>tournament</i> , dan <i>reseller voucher game</i> .
2.	www.duniaku.net	-Menyediakan informasi tentang <i>Anime&amp;Manga</i> , <i>Game</i> , teknologi, film, <i>geek</i> -Tidak dapat melakukan <i>comment</i> -Dapat melakukan <i>share</i>
3.	www.gamebrott.com	-Menyediakan informasi tentang <i>game</i> , teknologi -Dapat melakukan <i>comment</i> , <i>share</i>
4.	www.ggwp.id	-Menyediakan informasi <i>game</i> -Dapat melakukan <i>comment</i> dan <i>share</i>
5.	www.dafunda.com	-Menyediakan informasi <i>game</i> , <i>movie</i> , komik, <i>entertainment</i> , teknologi, <i>manga</i> -Dapat melakukan <i>share</i> dan <i>comment</i>

Sumber: Observasi Peneliti

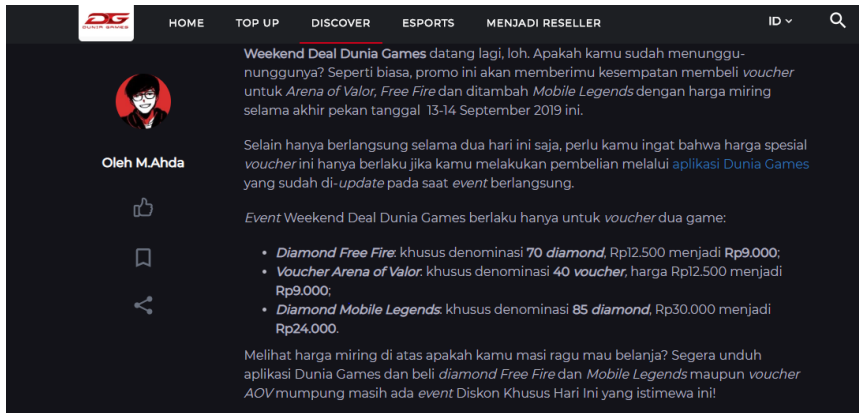
Dunia Games merupakan portal berita yang ada di Indonesia. duniagames.co.id menyediakan informasi yang menarik dan terbaru

mengenai video game, industri *gaming*, *E-sports*, *tech*, dan *pop culture*. Selain itu duniagames.co.id juga menyediakan layanan *live streaming* pertandingan *E-sports* dan pembelian voucher *gaming*. Dalam duniagames.co.id memiliki kelebihan yaitu kita bisa melakukan pembuatan *tourname*t dan ikut *tournament* yang sedang berlangsung di *website* tersebut. Selain itu, kita juga bisa melakukan bisnis yaitu menjadi *reseller* dari *voucher game*.

Dilansir oleh suara.com, pengguna duniagames.co.id ini memiliki pengunjung dengan jumlah 10 juta pengguna setiap bulannya. Duniagames.co.id ini menyediakan pembayaran Dunia Games DCB (*direct carrier billing*) yang menghubungkan lebih dari 100 pengembang dan penerbit game. Rachel selaku Direktur Pemasaran Telkomsel, mengatakan bahwa agar ekosistem game lokal semakin beragam, Dunia Games akan terus menghadirkan game dari berbagai macam *genre* baru, sekaligus menghidupkan *E-sports* lewat kompetisi.

Dunia Games ini merupakan perwujudan dukungan dari Telkomsel sebagai operator seluler terbesar di Indonesia pada industri *game* yang sudah dimulai sejak 2009. Telkomsel merupakan operator seluler pertama yang mendukung berkembangnya industri game di Indonesia. Pada tahun 2013, dengan memperkenalkan sistem pembelian *Direct Carrier Billing* (DCB) untuk pembelian aplikasi dan konten digital. Dilanjutkan lagi di tahun 2016, Telkomsel mengembangkan paket data khusus Gamers yang dikenal sebagai GamesMax yang memberikan banyak kelebihan yaitu kuota khusus dalam bermain *games* dan bonus *voucher* untuk berbagai jenis *games*. Tahun berikutnya yaitu 2017, Telkomsel menyajikan *Indonesia Games Championship* sebagai bentuk kompetisi *game* tahunan terbesar di *Indonesia* dilansir oleh SWA.co.id.

Gambar I.2. Promo Dunia Games 13-14 September 2019.



Gambar 1.2 merupakan sebuah promo dari Dunia Games yang menawarkan voucher game dengan potongan harga yang menarik yaitu : untuk diamond game *Free Fire* 70 diamond dari harga Rp 12.500 menjadi Rp 9.000. Kedua, 40 voucher game *Arena of Valor* dari harga Rp 12.500 menjadi 9.000. Ketiga, 85 diamond *Mobile Legends* dari harga Rp 30.000 menjadi Rp 24.000. Telkomsel memberikan kemudahan untuk para gamers dalam pembelian voucher-voucher game yang diinginkan.

Selain itu, seperti yang dilansir oleh detiknews.com, voucher game online tidak selalu gratis sehingga pemain terus menerus harus membeli item tertentu yang ia inginkan bila ini dibiarkan terus-menerus maka pembeli voucher game online akan mengalami kerugian yang besar. Sekarang di duniagames.co.id memiliki program berhadiah untuk setiap pelanggan seluler yaitu Telkomsel yang dimana kita membeli voucher atau top up games. Program ini ada berjalan dalam dua periode. Selain itu, ada juga promgram undia untuk pelanggan yang memiliki minimal 40 kupon. Kupon ini bisa didapatkan jika melakukan transaksi pembelian voucher games atau

*top up games*. Hadiahnya ada PlayStation 4, Nintendo Switch, Samsung S9 dan untuk *grand prize* yaitu Yamaha Nmax.

Ririn Ike Wulandari (37) merupakan seorang ibu yang terkejut akibat tagihan kartu kredit akibat pembayaran *voucher game online* sebesar Rp 11 Juta. Ririn mendapatkan tagihan ini diakibatkan oleh anaknya yang berusia 12 tahun dan masih duduk di bangku kelas enam Sekolah Dasar. Anak tersebut membeli *voucher game online*. Ada tiga *game online* yaitu Minecraft dengan total tagihan Rp 789.000, Mobile Legends total tagihan Rp 3.431.000, dan Free Fire total tagihan Rp 6.557.000. Untuk menyelesaikan masalah tagihan ini Ibu Ririn sudah mencoba untuk pergi ke *Grapari* untuk meminta bantuan dan ternyata tidak membantu banyak. “Ririn berharap kasus ini tidak terulang lagi kepada orang tua lainnya dan mengajak orang tua lebih dekat dan membangun komunikasi dengan anak-anak mereka”, ujar Ririn dilansir oleh Kompas.com

Dua remaja dari Bekasi, Jawa Barat telah terkena penyakit kecanduan *game* di telepon seluler. Kedua remaja terdiri dari Nv (17) yang berasal dari Cikarang selatan dan Ty (17) asal Cibitung. Informasi dari keluarga mengatakan bahwa mereka berdua menggunakan *handphone* dari pagi sejak bangun tidur hingga menjelang tidur lagi pada malam hari. Terkadang mereka berdua juga membolos sekolah, marah dan melawan orang tuannya dilansir oleh CNNIndonesia.com.

Dilansir oleh mediaindonesia.com, PT Telkom Indonesia berusaha memberikan produk dan layanan yang terbaik bagi pelanggannya. Telkom mempersembahkan sebuah paket internet yaitu IndiHome Paket Premium dengan kecepatan 200 Mbps dan 300 Mbps yang akan di luncurkan dengan bekerjasama dengan komunitas *gamer* di Surabaya. Direktur *Cosumer*

*Service* Telkom yaitu Siti Choiriana mengatakan “ Komunitas yang membutuhkan internet super cepat yaitu komunitas *gamer* yang belakangan ini berkembang sangat cepat dan tersebar tidak hanya di kota besar tetapi juga di daerah dan juga mencotohkan Surabaya sebagai salah satu kota dengan komunitas *gamer* terbanyak dan ‘militan’ selain kota Jakarta”.

Kompas.com mengeluarkan berita yang menyatakan 60 juta *gamers* yang memiliki segmen *mobile gaming* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan diperkirakan menyentuh setidaknya 100 juta *mobile gamers* pada tahun 2019-2020. Basis *gamers* di Indonesia terdiri dari 49 persen pengguna *handphone* laki-laki dan 51 persen pengguna *handphone* perempuan. *Gamers* dari segment usia yaitu golongan usia 16-24 tahun dan 25-34 tahun sama-sama sebesar 27 persen atau seperempat dari basis keseluruhan para *gamers*, dengan mereka yang berusia 35-44 tahun sebesar 24 persen dari basis tersebut. Pengguna ponsel berusia 45-54 tahun juga merupakan *mobile gamer* yang aktif dan mencatatkan 17 persen dari basis *gamers* Indonesia. 56 persen ibu dengan anak di bawah usia 10 tahun juga sering bermain *mobile game*. Hasil ini menyimpulkan bahwa *game* tidak hanya populer di kaum laki-laki saja melainkan perempuan.

*Decision Lab* dan *Mobile Marketing Association* (MMA) melakukan studi terkait *game* di negara Indonesia yang menyebutkan bahwa, mayoritas aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat melalui *smartphone* yaitu bermain *game* (25%). Masyarakat bermain *game* melalui *mobile* dengan durasi selama 53 menit. Selain itu, aktivitas yang dilakukan adalah sosial media (17%), *streaming* video (12%), *browsing* (10%), dan belanja *online* (7%) dilansir oleh Tek.id.



Kemunculan internet memberikan dampak baik dan buruk. Dampak baiknya adalah masyarakat bisa mendapatkan informasi secara cepat tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Maksud dari terbatas oleh ruang dan waktu adalah kita bisa mengakses kapanpun informasi dan dimana pun kita berada. Lalu untuk dampak negatifnya sebagai salah satu contoh adalah kita menggunakan internet untuk melakukan *browsing* mengenai konten game.

Pada penelitian kali ini, peneliti memilih informan yang merupakan remaja Surabaya yang memiliki rentang umur dari 16 tahun hingga 24 tahun. Pemilihan rentang umur 16-24 tahun ini berdasarkan data-data yang tersajikan di atas.

Anak-anak atau remaja yang merupakan generasi *millennial* memiliki kecenderungan lebih adaptif dalam perkembangan sebuah teknologi komunikasi. Penyebabnya adalah mereka lahir dan tumbuh dalam perkembangan sebuah teknologi komunikasi yang sangat cepat, apalagi dalam waktu satu dekade terakhir, dan adanya sebuah penetrasi internet dan teknologi digital yang semakin tinggi (Rachmaniar, Puji & Preciosa, 2018: 2).

Selain itu diperkuat dengan pernyataan oleh Young (2009: 72-355) yang mengatakan bahwa remaja merupakan sebuah periode yang dimana terjadinya pertumbuhan dan perkembangan yang pesat baik secara fisik, psikologis, dan intelektual. Sifat khas dari remaja adalah keingintahuan yang besar, menyukai petualangan dan tantangan serta cenderung berani melakukan perbuatan tanpa didahului oleh pertimbangan yang secara matang. Salah satu bentuk kegiatan dari remaja ini adalah bermain *game online* (Young, 2009: 72-355).

Peneliti melakukan penelitian menggunakan objek motif karena ingin mengetahui apa yang di cari oleh remaja Surabaya dalam mengakses *website* [www.duniagames.co.id](http://www.duniagames.co.id). Peneliti mengira-ngira apakah remaja Surabaya ini mengakses *website* [www.duniagames.co.id](http://www.duniagames.co.id) tersebut untuk sekedar mencari informasi ? atau melainkan mempunyai motif lain.

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode survei. Metode survei yang dimana ini dilakukan dengan membagikan kuesioner dan kuesioner sebagai bentuk instrumen dari pengumpulan data, dan tujuan dari pembagian kuesioner ini untuk mendapatkan informasi dari responden yang dipilih oleh peneliti yaitu remaja dan sebagai perwakilan dari populasi tertentu (Kriyantono, 2016: 59).

Jurnal terdahulu dengan judul “Motif Remaja Pengguna Facebook Dalam Memainkan *Game Farmville 2*”.Perbedaan yang dapat dilihat adalah menggunakan media sosial yaitu *Facebook* untuk bermain *game Farmville 2*. Subjeknya adalah remaja. Penelitian ini menggunakan satu variable yaitu motif. Selain itu subjek penelitian adalah remaja Surabaya dan juga [duniagames.co.id](http://duniagames.co.id) merupakan *website game*.

Peneliti melakukan perbandingan dengan penelitian lainnya mengenai *new media* yaitu milik Sugiarto (2017) yang membahas mengenai perkembangan media pada saat ini. Media internet ini adalah *website* sebagai produk dari *public relation*. Perbedaan dari penelitian ini adalah subjek penelitian yang peneliti gunakan adalah remaja Surabaya, sedangkan penelitian milik sugiarto menggunakan subjek anggota *member CGV*

Selain itu, membandingkan penelitian lainnya yang telah dilakukan oleh Purbowo (2016) yang dimana penelitiannya menggunakan teori *Uses &*

*Gratification social media* Pappacharissi, namun peneliti menggunakan *Uses & Gratification* milik Kaye yang berfokus pada *website*.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

“Apa motif remaja Surabaya dalam mengakses *website* [www.duniagames.co.id](http://www.duniagames.co.id)?”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif remaja Surabaya dalam mengakses *website* [www.duniagames.co.id](http://www.duniagames.co.id).

## **1.4. Batasan Masalah**

Subjek dalam penelitian ini adalah remaja Surabaya yang mengakses *website* [www.duniagames.co.id](http://www.duniagames.co.id) yang berumur 16-24 tahun. Objek yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah motif. Penelitian ini menggunakan metode survei.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis:**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta pemahaman teori pada studi Ilmu Komunikasi, yakni pemahaman lebih mendalam mengenai teori *Uses and Gratifications* salah satunya adalah motif remaja Surabaya dalam mengakses *website* [www.duniagames.co.id](http://www.duniagames.co.id).

### **2. Manfaat Praktis:**

Dengan meneliti motif remaja Surabaya dalam mengakses *website* [www.duniagames.co.id](http://www.duniagames.co.id) diharapkan dapat memberi masukan kepada TELKOMSEL untuk terus mengembangkan pengamanan

terkait konten *gaming* yang beredar di internet agar remaja dapat menggunakan dengan baik dan benar.