

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini teknologi informasi dan komunikasi telah mengalami kemajuan yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir sehingga menuntut kita untuk selalu jeli dalam menilai dan memilah informasi yang didapatkan melalui internet. Internet menyediakan beragam konten yang dapat disesuaikan berdasarkan minat dan ketertarikan dari pengguna internet, salah satu contohnya konten hiburan seperti *game online*.

Game online merupakan sebuah permainan yang dimainkan di dalam jaringan internet, permainan ini bisa dimainkan di mana saja dan kapan saja secara bersamaan dengan pemain yang tidak terbatas banyaknya. Menurut Adams dan Rollings (dalam Pratama, 2017), *Game Online* merupakan permainan yang dapat diakses oleh banyak pemain, dimana mesin yang mereka gunakan terhubung ke jaringan internet. Dapat dikatakan *game online* adalah permainan yang dalam memainkannya harus terhubung dengan internet agar penggunanya dapat terhubung dengan pengguna lain dalam *game* yang sama (Meldawati, 2022). Secara singkat *game online* berkaitan dengan banyak pemain yang tersebar diberbagai wilayah dan saling terhubung pada jaringan internet.

Game online saat ini tentunya berbeda dengan *game online* saat pertama kali muncul. Perkembangan *game online* tidak terlepas dari perkembangan teknologi komputer dan jaringan komputer itu sendiri. kehadiran *game online* menjadi cerminan dari pesatnya jaringan komputer yang awalnya berskala kecil (*Small Local Network*) hingga menjadi internet dan terus mengalami perkembangan sampai saat ini. *Game online* pertama kali diperkenalkan pada tahun 1960-an dan kebanyakan berupa game simulasi perang. Di awal kemunculannya, komputer hanya bisa digunakan oleh 2 orang saja untuk bermain game. Seiring berjalannya waktu,

munculnya komputer dengan teknologi *Time-Sharing* sehingga pemain yang bisa memainkan game menjadi lebih banyak dan tidak harus berada di satu ruangan yang sama. Pada tahun 1970 ketika jaringan komputer berbasis paket (*Packet Based Computer Networking*) muncul, jaringan komputer menjadi lebih luas dan tidak hanya sebatas LAN (*Local Area Network*) saja tetapi sudah menjadi WAN (*World Area Network*). *Game online* kemudian terus dikembangkan hingga tahun 2000-an, yang kemudian menjadi permainan berbasis *Massively Mupltiplayer Online Game* (MMO). Seiring dengan berjalannya waktu, munculah *game* yang dapat dimainkan melalui *smartphone*, yaitu *game mobile*. Kemajuan *game mobile* melesat cepat seiring dengan kemunculnya ponsel layar sentuh (*touchscreen*) di awal tahun 2009.

Saat ini *game online* semakin digemari oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Indonesia merupakan salah satu pasar industri *game* terbesar di dunia, khususnya gim *mobile* atau permainan video yang dimainkan melalui *smartphone*, komputer tablet, atau konsol. Pada pertengahan tahun 2023, Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa jumlah penduduk di Indonesia kini mencapai 278,69 juta jiwa. Sementara itu, Niko Partners memperkirakan, jumlah *gamers* di Indonesia pada tahun 2022 mencapai angka 180 juta orang (Amalia, 2023).

Seiring dengan perkembangan teknologi *internet*, *game online* juga mengalami perkembangan yang pesat. Dampak dari perkembangan tersebut adalah munculnya berbagai *genre game online* yang semakin beragam. Di Indonesia terdapat banyak *genre game*, misalnya MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*), *Battle Royale*, RPG (*Role Playing Game*) dan masih banyak lagi. Berdasarkan pada hasil survei digital yang dilakukan oleh Telkomsel, tSurvey.id, *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) menjadi *genre mobile game* yang paling digemari di Indonesia dengan presentase sebesar 65%. *Game* MOBA Android yang paling banyak dimainkan di Indonesia adalah *Mobile Legends: Bang Bang* atau disingkat sebagai

MLBB dengan jumlah pemain aktif per bulannya mencapai 34 juta pemain (Annur, 2023). Berdasarkan pada data yang didapatkan, rata-rata usia pemain *game online* adalah 12 – 30 tahun dengan presentase 80% berada di usia 12 – 21 tahun (Pitakasari dkk, 2019).

Mobile Legends merupakan *game* yang dirilis oleh Moonton pada pertengahan tahun 2016. Tujuan utama permainan ini adalah untuk menghancurkan basis musuh, dan permainan akan berakhir ketika salah satu basis tim telah berhasil dihancurkan (Wahyudi, 2022). Sejak awal perilisannya, *Mobile Legends* terus mengalami perkembangan, hingga pada tahun 2020, *Mobile Legends* berhasil mencapai 1 milyar unduhan secara global dengan unduhan terbanyak berasal dari Indonesia, yaitu sebesar 100 juta unduhan atau sekitar 36% dari total unduhan di tahun tersebut (Sutjipto, 2020). Dikutip dari *sekitarkita.id*, di Indonesia terdapat lebih dari 60 juta orang sudah memainkan *Mobile Legends*. Angka ini jauh lebih banyak dibandingkan dengan negara lain. Meningkatnya jumlah pemain *mobile legends* di Indonesia pada akhirnya menciptakan komunitas pencinta *mobile legends*. Komunitas *Mobile legends* di Indonesia tidak hanya berisi *player* biasa, tapi juga *streamer*, *caster*, dan penggemar lainnya. Seiring dengan berkembangnya komunitas *mobile legends* di Indonesia, *developer* ML, yakni Moonton, akhirnya memutuskan untuk mengadakan turnamen atau liga tertinggi *esport mobile legends* di Indonesia yakni MPL (*Mobile Legends Profesional League*).

Mobile Legends Profesional League (MPL) pertama kali di adakan pada April 2018, saat itu tim pertama yang mendapatkan gelar juara adalah King Slayer (NXL) (Lim, 2020). Sampai saat penelitian ini dibuat, MPL sudah memasuki musim ke tiga belasnya dan sudah banyak tim yang berhasil mendapatkan gelar juara dari turnamen ini. Pada musim MPL ke tiga belas, terdapat 9 tim yang bertanding untuk memperebutkan gelar juara, salah satunya adalah tim dengan *fanbase* terbesar di Indonesia, yaitu Rex Regum Qeon atau dikenal sebagai di RRQ, dengan jumlah *subscriber*

mencapai 3,77 juta pada *channel* Youtube Team RRQ. *Fanbase* RRQ dijuluki “Kingdom”. RRQ Kingdom kini tersebar di berbagai daerah di Indonesia, salah satunya adalah RRQ Kingdom regional Daerah Istimewa Yogyakarta. Akun *instagram* RRQ Kingdom DIY diikuti oleh 4,907 pengikut. Peneliti mengamati perilaku anggota komunitas melalui grup *WhatsApp* dengan jumlah anggota pada 27 Mei 2024 adalah sebanyak 883 orang. Peneliti sudah bergabung dengan grup *whatsapp* RRQ kingdom DIY sejak pertengahan 2023 yang lalu, dan peneliti melihat bahwa sebagian besar anggota komunitas adalah pemain *game mobile legends* yang bermain menggunakan atribut dalam *game* seperti *skin*.

Sebenarnya, *Mobile Legends* merupakan *game* yang bisa diunduh secara gratis, namun untuk mendapatkan pengalaman yang berbeda, *player* biasanya melakukan pembelian dalam *game* berupa *skin*. *Skin* merupakan atribut yang membuat tampilan karakter pengguna menjadi lebih menarik dengan efek visual khusus tergantung pada jenis *skin*. Walaupun *skin* tidak mempengaruhi *gameplay* atau meningkatkan kekuatan karakter, banyak *player* yang rela mengeluarkan uang untuk sekedar membeli *skin* yang disukai, padahal kemenangan sebenarnya ditentukan oleh *skill* atau keterampilan dari *player* dalam memainkan karakter atau *hero* (Wahyudi, 2022). Per april 2024, jumlah *skin* di *Mobile Legends* telah mencapai angka 700an unit yang terdiri dari berbagai tingkatan. Misalnya, *skin normal*, *elit*, *epic*, *special*, *skin collector*, *skin squad*, *skin legends*, *skin Zodiac* dan lain sebagainya (Riswan, 2024). Pada awalnya, umumnya, pemain *mobile legends* tidak menggunakan *skin* selama mereka bermain *game*. Seiring dengan berjalannya waktu, mereka kemudian menggunakan *skin* untuk bermain *mobile legends* karena terdapat efek visual. Untuk memudahkan memahami pengantar ini, penulis akan menyampaikan beberapa gambaran tentang *skin* dari salah satu karakter di *mobile legends*.



Gambar 1. 1 Tanpa Skin



Gambar 1. 2 Skin Christmas

Sumber: Mobile Legends: Bang Bang, diakses pada Mei 2024

Tampilan di atas merupakan gambar salah satu karakter atau *hero* di *Mobile Legends*. Karakter di atas bernama Lancelot yang tergolong ke dalam *role assassin*. Gambar 1.1 merupakan tampilan karakter tanpa menggunakan *skin* tertentu, sedangkan gambar 1.2 menampilkan Lancelot dengan *skin* khusus bertema natal. Selanjutnya peneliti akan menampilkan efek visual dari kedua *skin* di atas.



Gambar 1. 3 Tanpa Efek



Gambar 1. 4 Efek skin Christmas

Sumber: Mobile Legends: Bang Bang, diakses pada Mei 2024

Efek visual pada gambar 1.3 merupakan efek bawaan yang bisa diperoleh *player* tanpa harus melakukan pembelian. Tidak ada yang istimewa dari efek bawaan tersebut, berbeda halnya dengan efek pada gambar 1.4. Gambar tersebut memperlihatkan *skin* dengan nuansa natal yang identik dengan salju, kado, dan permen natal yang berwarna merah putih. *Skin* tersebut tidak bisa diperoleh di hari-hari biasa, dan hanya bisa diperoleh pada hari natal.

Dalam *game mobile legends*, umumnya para pemain dapat membedakan mana pemain yang sering melakukan pembelian *skin* dengan pemain yang tidak atau jarang melakukan pembelian *skin*. Hal ini dapat dilihat dari jumlah *skin* dan jenis *skin* apa saja yang dimiliki seorang *player*. Sebagai pemain *mobile legends*, peneliti menyadari bahwa secara tidak langsung *skin* memiliki nilai sosial berdasarkan jenis dan kelangkaan *skin*. Semakin mahal dan semakin langka suatu *skin*, maka *player* tersebut akan dilihat sebagai orang yang rela mengeluarkan banyak uang untuk membeli *skin*. *Player* seperti ini dijuluki oleh *player* lainnya dengan panggilan “Sultan”. Selain itu, pemain melakukan pembelian *skin* biasanya untuk mencari kepuasan. Sebagai pemain yang pernah melakukan pembelian *skin*, peneliti akan merasa puas saat berhasil membeli *skin* yang diinginkan, dan saat *skin* tersebut digunakan, peneliti lebih menikmati jalannya permainan. Berdasarkan pada pengamatan yang dilakukan, peneliti melihat bahwa sebagian besar anggota dari RRQ Kingdom DIY merupakan *player mobile legends* dan mereka adalah orang-orang yang bermain menggunakan *skin*. Peneliti tidak tau jumlah pasti para pemain yang melakukan pembelian *skin*, tapi peneliti ingin mengetahui mengenai kepuasan yang dirasakan oleh pemain *mobile legends*. Oleh karena itu, populasi dalam penelitian ini akan menggunakan populasi tak terhingga atau *infinite population*.

Terlepas dari berbagai penjelasan mengenai *Mobile Legends*, penelitian ini hendak membahas mengenai permasalahan sosial dan psikososial yang dapat terjadi akibat dari adanya penggunaan *video game*

yang berlebihan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Lemmens *et al*, kesejahteraan psikososial yang rendah, seperti kompetensi sosial yang rendah, harga diri yang rendah, dan kesepian, merupakan prediktor signifikan dari permainan patologis. Pada penelitian yang sama, kesepian yang tinggi merupakan salah satu konsekuensi yang timbul dari penggunaan *game* secara berlebihan. Hal ini dapat terjadi karena pemain menggantikan interaksi sosial di dunia nyata dengan interaksi dalam *game* yang mengakibatkan hubungan memburuk dan meningkatnya kesepian (Lemmens *et al*, 2011). Individu terlalu nyaman dengan dunia *game* sampai akhirnya interaksi sosial di dunia nyata menjadi menurun. Peneliti lain juga pernah membahas mengenai kekhawatiran bahwa *game online* bisa mengurangi interaksi sosial di kehidupan nyata, hal tersebut diteliti oleh Kowert *et al*. Hasil dari penelitian tersebut adalah bermain *game* secara berlebihan dapat mengakibatkan kurangnya teman di kehidupan nyata (Kowert *et al*, 2014). Hal ini bisa terjadi karena para pemain lebih memilih untuk menghabiskan waktu dengan bermain *game* secara *online*.

Permasalahan sosial dan psikososial di atas merupakan alasan mengapa peneliti tertarik untuk mengangkat topik ini. Peneliti melihat bahwa pembelian dan penggunaan *skin* dalam *game mobile legends* bisa menjadi salah satu bentuk perpindahan dari dunia nyata ke dunia digital. Meskipun begitu, penelitian ini hanya akan membahas mengenai seperti apa tingkat kepuasan yang dialami oleh para pemain akibat dari perpindahan tersebut. Kepuasan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan yang diperoleh dari penggunaan *skin* tingkat khusus, seperti *skin starlight*, *skin epic*, *skin kolaborasi*, *skin legends*, dan lain sebagainya.

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan aneka artikel yang mengangkat *game online* sebagai topik utama penelitian. Artikel-artikel tersebut berfungsi sebagai pengarah dan sekaligus menjadi pembeda dengan penelitian yang sekarang dilakukan. Penelitian sebelumnya mengkaji mengenai bagaimana teknologi (VR) *virtual reality* dapat

memberikan kepuasan bagi para pemain. Tujuan utama dari penelitian ini adalah membandingkan *playstation VR* dengan monitor komputer tradisional. Pengukuran kepuasan dalam penelitian ini menggunakan konsep *Game User Experience Satisfaction Scale* (GUESS) (Shelstad *et al*, 2017). Penelitian berikutnya dilakukan oleh Guldager *et al* (2023) yang secara khusus membahas mengenai pengalaman pengguna dan kepuasan bermain yang diperoleh dari VR *FestLab*. Selain itu, terdapat juga artikel yang membahas mengenai dampak bermain *game online* terhadap sosialisasi pengguna (Kowert *et al*, 2014).

Dalam penelitian ini, peneliti akan secara khusus membahas mengenai kepuasan (*satisfaction*) yang diukur dengan konsep (GUESS) *Game User Experience Satisfaction Scale*. Peneliti berusaha mengetahui mengenai tingkat kepuasan yang dialami oleh para *player*, khususnya para *player ML* di RRQ Kingdom regional DIY dengan metode penelitian kuantitatif. Hal inilah yang belum dibahas oleh beberapa penulis di atas.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah disampaikan, peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

Secara kuantitatif, seperti apakah tingkat kepuasan yang dirasakan oleh *player mobile legends* di RRQ Kingdom regional DIY selama menggunakan *skin*?

Penelitian ini akan mendeskripsikan secara univariat tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pemain ML di RRQ Kingdom regional DIY selama menggunakan *skin*. Tingkat kepuasan diukur dengan berpatokan pada *Game User Experience Satisfaction Scale* (GUESS). Penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif, bukan kausal, karena tidak berbasis pada hubungan antarvariabel dalam mempelajari topik penelitian. Paparan deskriptif akan disampaikan sebagai jawaban terhadap rumusan masalah yang diangkat.

C. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan bagian yang mencakup ulasan atau tinjauan terhadap literatur yang relevan dengan topik penelitian. Tujuan dari kajian pustaka adalah untuk mengetahui perbedaan tentang kelebihan serta kekurangan penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang dilakukan oleh peneliti, di samping manfaat konsep, unsur-unsurnya, definisi konseptual dan metode penelitian yang dipakai bagi penulisan penelitian ini. Berikut ini adalah kajian pustaka yang berhubungan dengan penelitian yang hendak dilakukan oleh penelitian.

Pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Shelstad, Smith, dan Chaparro pada tahun 2017 dengan judul *Gaming on the rift: How virtual reality affects game user satisfaction*. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana teknologi *Virtual Reality* (VR) dapat memberikan kepuasan bagi pengguna *game*. Penelitian ini hendak membandingkan antara *playstation VR* dengan monitor komputer tradisional. Kepuasan dalam penelitian ini diukur dengan skala *Game User Experience Satisfaction Scale* (GUESS). Peserta dalam penelitian ini akan diberikan kesempatan untuk bermain dengan menggunakan teknologi VR yakni *Oculus Rift* terlebih dahulu. Setelah bermain dengan menggunakan perangkat tersebut, peserta kemudian mengisi kuesioner yang berpatokan pada GUESS. Setelahnya, peserta diberikan kesempatan untuk bermain lagi namun di perangkat yang berbeda, dan kemudian mengisi kuesioner lagi. Hasil akhir yang didapatkan adalah bermain *game* dengan menggunakan *Oculus Rift* menghasilkan persepsi keasyikan, kenikmatan, kebebasan berkreasi, estetika audio dan estetika visual yang lebih tinggi, jika dibandingkan dengan bermain *game* dari monitor tradisional.

Kedua merupakan penelitian yang dilakukan oleh Guldager *et al* (2023) dengan judul *User experience, game satisfaction and engagement*

with the virtual simulation VR FestLab for alcohol prevention: A quantitative analysis among Danish adolescents. Penelitian ini mengkaji mengenai pengalaman pengguna dan kepuasan bermain game yang diperoleh dari *virtual reality* (VR) *FestLab*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang mana objek penelitiannya adalah pemain *game* remaja (usia 15 - 18) di Denmark. Hasil dari penelitian ini adalah pengalaman pengguna dinilai positif dan sebagian besar peserta penelitian memiliki kepuasan bermain yang positif. Penelitian ini juga menyatakan bahwa tidak ada pengalaman negatif yang dilaporkan.

Artikel **Ketiga** ditulis oleh Kowert, Homahidi, Festl, dan Quandt pada tahun 2014 dengan judul *Social gaming, lonely life? The impact of digital game play on adolescents' social circles.* Penelitian ini hendak mengkaji mengenai dampak bermain *online video game* terhadap sosialisasi pengguna. Lebih jauh, penelitian ini ingin melihat mengenai pergeseran kontak sosial *offline* ke *online* akibat dari *online video game*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengeksplor hubungan linier antara permainan serta lingkaran sosial *offline* pada kalangan pemain remaja. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah, bermain *video game online* bisa menyebabkan menyusutnya lingkaran sosial di dunia nyata. Selain itu, lingkaran sosial akan jadi kurang berkualitas. Namun, peneliti menegaskan bahwa perlu ada penelitian lebih lanjut apakah *game online* dapat menyebabkan masalah sosial secara langsung.

Dari aneka artikel yang ada di atas, peneliti mendapatkan beberapa informasi yang bermanfaat dalam menyusun penelitian ini. Mengenai topik penelitian ini, semua artikel di atas memiliki kesamaan dengan topik penelitian yang akan dikaji, yaitu membahas mengenai *game online*. Meskipun artikel ketiga membahas mengenai *game online*, tapi fokus kajiannya berbeda dari ketiga artikel lainnya. Artikel pertama dan kedua membahas mengenai kepuasan yang diperoleh dari pengalaman penggunaan teknologi *virtual reality*, sedangkan artikel ketiga membahas

mengenai dampak dari bermain *game online* terhadap sosialisasi penggunaannya.

Dengan membaca artikel-artikel di atas, peneliti memperoleh informasi mengenai pengukuran tingkat kepuasan yang bisa digunakan dalam penelitian ini. Konsep yang dimaksud oleh peneliti adalah (GUESS) *Game User Experience Satisfaction Scale*. Peneliti akan menggunakan konsep tersebut untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh para pemain *mobile legends*. Penelitian ini akan secara khusus mengkaji secara kuantitatif deskriptif mengenai tingkat kepuasan yang dirasakan oleh *player* gim *Mobile Legends* dalam menggunakan *skin*.

D. Kerangka Konseptual dan Kerangka Berpikir

1. Game User Experience Satisfaction Scale (GUESS)

GUESS merupakan skala permainan yang komprehensif dan sudah tervalidasi secara psikometrik dengan Sembilan subskala di dalamnya yang mencakup kegunaan (*Usability*), narasi (*Narratives*), keasikan bermain (*Play Engrossment*), kenikmatan (*Enjoyment*), kebebasan kreatif (*Creative Freedom*), estetika audio (*Audio aesthetics*), kepuasan pribadi (*Personal Gratification*), konektivitas sosial (*Social Connectivity*) dan estetika tampilan (*Visual aesthetics*). Secara umum GUESS ditujukan untuk mengevaluasi pengalaman yang diperoleh dalam bermain *game*. Konsep ini dikembangkan dan divalidasi berdasarkan penilaian terhadap lebih dari 450 *video game* dari berbagai jenis gim yang populer. Maka dari itu, konsep ini dapat diterapkan pada kajian tentang pengalaman menggunakan berbagai jenis gim.

2. Skin

Skin salah satu atribut yang terdapat dalam *game mobile legends*. Fungsi utama dari *skin* adalah mengubah tampilan visual karakter (*hero*)

yang dipilih agar semakin menarik. Sampai saat penelitian ini dibuat, jumlah *skin mobile legends* telah mencapai angka 751 unit yang terbagi ke dalam berbagai tingkatan. Tingkatan *skin* pada gim *mobile legends* dimulai dari *skin normal*, *skin elit*, *skin special*, *skin starlight*, *skin epic*, *skin collector*, *skin legend*, dan *skin limited* lainnya yang hanya bisa diperoleh lewat *event* tertentu yang hadir pada waktu tertentu (Jessica, 2020). Pada *skin* di tingkatan *normal* dan *elit* tidak terdapat efek visual khusus. Biasanya *skin* dengan tingkatan itu hanya mengalami perubahan warna dan tidak ada efek visual tambahan. Berbeda dari *skin normal* dan *skin elit*, tingkatan *skin starlight* ke atas umumnya mendapatkan “perubahan warna” serta “efek visual tambahan”. Semakin tinggi tingkat sebuah *skin* maka semakin bagus pula efek visual yang dihasilkan, meskipun, tentu saja, biaya yang harus dikeluarkan cenderung lebih besar jika dibandingkan dengan membeli *skin normal* atau *skin elit*.

Dalam penelitian ini, peneliti akan fokus pada *skin* dengan efek visual tambahan yang berarti mulai dari tingkatan *skin starlight* ke atas. Peneliti ingin mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh para *player* selama penggunaan *skin* dengan efek visual khusus ini.

Berdasarkan pemahaman konseptual di atas, di bawah ini peneliti akan menyusun kerangka berpikir yang diharapkan mampu menjadi pengarah peneliti dalam mengumpulkan aneka data lapangan guna menjawab rumusan masalah di muka. Dalam penyusunan kerangka berpikir ini, peneliti memodifikasi jumlah unsur dari konsep GUESS itu agar sesuai dengan *player* yang hendak peneliti kaji. Unsur-unsur konsep yang tidak dipakai adalah *usability*, *narrative*, dan *creative freedom* karena penggunaan *skin* tidak berkaitan dengan ketiga unsur tersebut. Misalnya pada unsur *usability* (kegunaan), *skin* tidak memiliki kegunaan yang berdampak secara langsung pada pengalaman bermain, maka dari itu peneliti tidak menggunakan unsur tersebut. Unsur

berikutnya adalah *narrative* (narasi) yang berkaitan dengan cerita dalam *game*. Pembuatan dan pemberian *skin* kepada suatu karakter tidak ada sangkut pautnya dengan cerita dalam *game*, hal ini juga tidak mempengaruhi pengalaman bermain sama sekali. Unsur terakhir yang kurang relevan menurut peneliti adalah *Creative freedom* (kebebasan kreatif). *Skin* hanya memberikan perubahan visual dan tidak mempengaruhi cara bermain atau memberikan kebebasan berkreasi yang signifikan kepada para pemain. Dengan demikian konsep ini hanya akan diikuti dengan 6 unsur di dalamnya, sebagaimana tampak pada kerangka berpikir di bawah ini.

Gambar 5.1 Kerangka Berpikir



Keterangan:

- > : Sensasi Kepuasan
 -----> : Penggunaan berulang
 -----> : Menyatakan alur

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara deskriptif kuantitatif tentang tingkat kepuasan yang dirasakan *player mobile legends* di RRQ Kingdom regional Daerah Istimewa Yogyakarta pada saat menggunakan *skin*.

F. Sistematikan Penelitian

Pada sub bab ini, peneliti akan melampirkan bagian penelitian yang terbagi menjadi empat, sebagai berikut:

Bab pertama, berisikan latar belakang masalah yang diteliti, rumusan masalah, kajian Pustaka, kerangka konsep dan kerangka berpikir, serta tujuan penelitian.

Bab kedua, adalah metode penelitian yang berisikan jenis dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, operasionalisasi konsep, metode pengumpulan data yang digunakan, dan jenis data serta cara analisis data.

Bab ketiga, memuat hasil dan pembahasan dari apa yang diperoleh penelitian lewat pengumpulan data. Pembahasan kemudian dijabarkan berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan melalui SPSS dan Microsoft Excel.

Bab keempat, berisikan inti temuan penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.