

Studi Faktor Pendukung Popularitas *Multiplayer Online Battle Arena* dengan Pendekatan Kuantitatif

Tony Wibowo

Sistem Informasi, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia
tony.wibowo@uib.ac.id

Diterima 15 Februari 2020

Disetujui 09 Juni 2021

Abstract—One of the most popular video game genre nowadays is Multiplayer Online Battle Arena (MOBA). This genre has become the one genre to go in a multiplayer and competitive setting. This study aims to answer what makes this genre become so popular compared to another genre. The quantitative approach was used to gather a consensus of respondents that will give insight to the population's condition. By using Both DeLone & McLean and UTAUT2 model, it was found that the factors that influence MOBA popularity are Information Quality, Service Quality, Habit, Hedonic Motivation and Social Motivation. These findings show that MOBA usage is still very much influenced by social factor rather than mechanic aspect of video game.

Index Terms—DeLone & McLean; MOBA; UTAUT2

I. PENDAHULUAN

Permainan Komputer atau Video Game sebagai media telah mengalami transformasi yang sangat drastis selama hampir 4 dekade terakhir dan telah menjadi salah satu industri hiburan di dunia yang mampu menandingi platform video *online* dan jaringan televisi dari segi jumlah; dan industri film dan musik dari segi nilai secara finansial [1]–[3]. Sekarang ini bisa dikatakan semua orang didunia ini bermain atau setidaknya pernah bermain video game dalam formatnya yang beragam. Dalam studi sebelumnya disebutkan bahwa adopsi penggunaan *smartphone* akan disertai dengan adopsi penggunaan video game *mobile*. Perilaku pemain pada game *mobile* pun berubah setiap saat sesuai dengan motivasi intrinsik [4]. Banyak penelitian menunjukkan bahwa ada kecenderungan untuk beralih dari platform tradisional video game (PC dan *console*) menjadi *mobile* [5].

Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) adalah salah satu genre yang paling populer pada video game *mobile*. Genre ini memiliki karakteristik dimana kita mengendalikan 1 karakter yang dapat dikustomisasi oleh pemain, dan bekerjasama dengan sejumlah pemain lainnya untuk mengalahkan tim lawan dalam sebuah arena yang luas namun tertutup. Setiap pemain

mendapat akses terhadap sumber daya yang sama pada awalnya, namun perbedaan pada gaya bermain, kemampuan kerja sama dan penggunaan mekanik dari video game membuat setiap pertandingan adalah pengalaman bermain yang unik [6]. Beberapa game MOBA yang populer antara lain League of Legends (LOL), DOTA 2 dan CS: GO yang ada pada platform tradisional dan Mobile Legend, Vainglory dan Arena of Valor yang ada pada platform *mobile* [7].

Di Indonesia, video game mulai diakui sebagai industri yang bisa dikatakan cukup terkemuka, inklusi eSport dalam Sea Games 2019 dan pengakuan presiden Joko Widodo mengenai video game sebagai penggerak industri kreatif yang perlu diperhitungkan [8]. Salah satu video game yang paling sering digunakan sebagai barometer eSport adalah League of Legends, sebuah game bergenre MOBA. Ini menjadi katalis popularitas dari game MOBA di tanah air. Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa ada anggota komunitas pemain game Moba di Depok yang menganggap Moba (sebutan populer untuk video game Mobile Legends) tidak hanya sebagai video game semata melainkan kegiatan wajib setiap hari yang juga menjadi sumber pendapatan [9].

Mengapa video game dengan genre MOBA menjadi sangat populer di Indonesia? Penelitian sebelumnya menyebutkan elemen kompetisi pada video game DOTA 2 membuat timbulnya rasa iri antar pemain apalagi ketika dikalahkan, akan muncul rasa penasaran dan tertantang yang membuat pemain kembali bermain [10]. Tantangan tersebut akan menjadi faktor yang mempengaruhi peningkatan penggunaan video game MOBA secara berkala. Aspek kompetitif yang sangat terintegrasi pada mekanik video game MOBA membuat pengguna tidak akan pernah mencapai kepuasan optimal. Pemain lama akan ditantang oleh pemain baru dan bersama-sama meningkat kompetensi dalam video game ini. Kompetisi informal pada video game MOBA ini membuat relevansinya tetap tinggi. Penelitian lain menyebutkan aspek ketidakseimbangan dari video game bergenre MOBA dapat

mengganggu jalannya permainan dan oleh karena itu menurunkan pengalaman bermain. Mereka juga menyebutkan sekali lagi aspek kompetitif dari video *game* dengan genre MOBA dan ketimpangan antara pemain veteran dan pemain baru yang mana disebutkan sangat mengganggu sehingga perlu adanya diterapkan sistem *match-up* yang lebih adil [11]. Kedua penelitian tersebut belum mampu menjawab secara definitif mengapa video *game* dengan genre MOBA begitu populer di Indonesia secara khususnya dan dunia secara umumnya. Studi ini tertarik untuk mencoba menjawab pertanyaan berikut dengan penelitian yang berjudul “Studi Faktor Pendukung Popularitas *Multiplayer Online Battle Arena* dengan Pendekatan Kuantitatif”.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini dilakukan berdasarkan penelitian sebelumnya yang berfokus pada *meta-analysis* dari penelitian terkait video *game* bergenre MOBA. Penelitian ini mengidentifikasi artikel yang relevan dari tahun 2011 dan menemukan beberapa temuan yang menarik. Video *game* League of Legends (LOL) menjadi video *game* yang paling sering diteliti dalam genre ini. Temuan yang lebih menarik adalah fakta bahwa begitu sedikit artikel penelitian yang membahas video *game* MOBA. Ini menjadi kesempatan untuk penelitian mendatang untuk berfokus pada bagaimana genre ini dan para pemainnya saling berinteraksi. Salah satu pertanyaan yang belum dijawab adalah bagaimana pengalaman bermain dan perilaku bermain dalam genre ini saling mempengaruhi satu sama lain untuk mendefinisikan model prediksinya [6].

Penelitian berikutnya berfokus pada studi terhadap pengalaman bermain pada *game* mobile dengan genre MOBA. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis *big data* yang berasal dari perilaku pemain dan aspek teknis yang diambil dari salah satu *game* mobile MOBA terbesar di China. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengalaman bermain tergantung pada dukungan infrastruktur jaringan ketimbang dari konten video *game* itu sendiri. Pemain yang memiliki koneksi yang baik kendati tidak memiliki kemampuan teknis bermain video *game* bisa mengalami kepuasan dan pengalaman bermain yang baik. Namun pada penelitian tersebut tidak bisa menjawab bagaimana perilaku pengguna bisa menjadi parameter yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan bermain [12].

Penelitian berikutnya berfokus pada aspek emosional pemain pada video *game* bergenre MOBA yaitu League of Legend (LOL). Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis *big data* yang diambil dari *subreddit* komunitas pemain *game* LOL secara global berkumpul dan berinteraksi satu sama lain. Hasil temuan dari penelitian tersebut menunjukkan aspek emosional seperti rasa

pencapaian, bangga pada tim bermainnya, kritik pada desain dari *game* dan identitas sosial sebagai bagian dari komunitas; berhubungan dengan pandangan yang positif terhadap video *game* meskipun aspek emosional yang dirasakan negatif sekalipun. Hasil penelitian menunjukkan aspek emosional dari pemain video *game* berbeda dari interpretasi psikologi tradisional dimana aspek emosional tidak selalu dapat diartikan konotasi negatif dan emosi yang ekstrim tidak selalu dapat diartikan menjadi perilaku yang ekstrim pula [13].

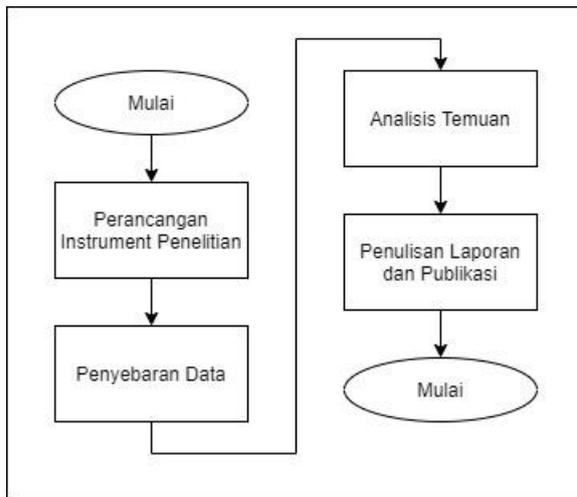
Penelitian berikut adalah penelitian kuantitatif mengenai penerimaan terhadap *game* dengan genre MOBA. Dengan menggunakan model UTAUT2. Dengan berdasarkan data dari 373 responden dan pengujian statistik dengan Structured Equation Modelling (SEM) dengan Partial Least Square (PLS) ditemukan bahwa hampir semua pemodelan UTAUT seperti *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy* dan *Facilitation Condition* tidak berpengaruh secara signifikan dalam konteks video *game*. Malah parameter lainnya yaitu *Social Influence*, *Hedonic Motivation* dan *Habit* menjadi parameter yang berpengaruh. Mereka memberikan rekomendasi berupa model UTAUT yang disederhanakan untuk digunakan pada penelitian selanjutnya [14].

Penelitian berikut berfokus pada pemodelan IS Success Model yang dikembangkan oleh DeLone dan McLean dalam koridor video *game*. Penelitian dilakukan secara deskriptif dengan menggunakan *meta-analysis* dari penelitian sebelumnya. Hasil penelitian mereka adalah model IS Success Model dengan modifikasi dimensi pada konstruk penelitian untuk digunakan pada kesuksesan video *game*. Mereka juga menyebutkan bahwa dari sudut pandang holistik, alasan mengapa beberapa video *game* lebih sukses dari yang lain belum terjawab secara definitif dan perlu dilakukan penelitian selanjutnya untuk memberikan pengetahuan yang lebih konkrit terkait cabang ilmu ini [15].

Dari kelima penelitian tersebut, peneliti berusaha menjawab tantangan dari akhir penelitian [6] mengenai perlunya penelitian lebih lanjut mengenai video *game* berbasis MOBA. Secara spesifik studi ini berusaha menarik kesimpulan dari bagaimana genre MOBA menjadi sangat populer. Penelitian ini juga mencoba menjawab hal yang tidak bisa dijawab pada penelitian [12] terkait hubungan perilaku pengguna dengan pengalaman bermain dan mengkonfirmasi temuan pada penelitian [13] terkait aspek emosional dari pemain khususnya pada genre MOBA. Didalam studi ini juga mencoba untuk menkonfirmasi pemodelan kesuksesan video *game* yang disampaikan oleh [15] yang berdasarkan IS Success Model. Dan terakhir, melalui penelitian ini juga hendak menguji ulang temuan dari penelitian [14] yang menggunakan model UTAUT sebagai dasar penelitian.

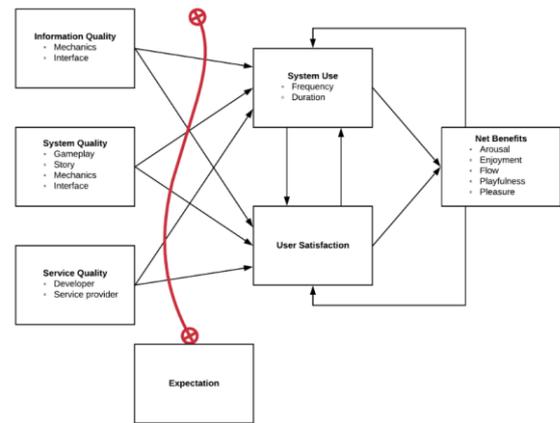
III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dimana penelitian ini akan menjawab masalah penelitian dengan pembuktian seara statistik [16]. Metode yang digunakan adalah *closed questionnaire* yang pertanyaan ditujukan untuk mengetahui faktor popularitas *game* MOBA dari segi elemen video *game* maupun elemen sosial pada video *game* tersebut. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat yang pernah atau sedang bermain *game* MOBA secara aktif dari usia 15-35 tahun. Populasi ini dipilih sesuai dengan laporan [17] yang menyebutkan segmen masyarakat tersebut adalah segment dengan penetrasi video *game* tertinggi yaitu hampir 60.2%. Perhitungan sampel yang dibutuhkan akan menggunakan rumus Slovin. Secara umum penelitian akan dilakukan sesuai alur pada Gambar 1.

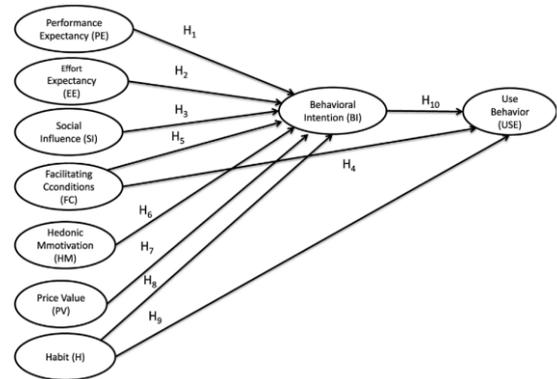


Gambar 1. Alur penelitian

Penelitian dilakukan dengan merancang instrumen penelitian sesuai dengan model penelitian IS Success Model dari DeLone dan McLean [15], [18] dan UTAUT2 [14], [19] (lihat Gambar 2 dan Gambar 3). Semua pertanyaan dibuat dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan skala Likert. Hasil analisis akan ditampilkan dalam bentuk relasi regresi yang dihasilkan dari kedua model.



Gambar 2. Model DeLone dan McLean



Gambar 3. Model UTAUT 2

Pertanyaan yang akan dimasukkan kedalam instrumen penelitian ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Pertanyaan kuesioner

Performance Expectation (PE)	
PE1	Saya merasa bermain MOBA berguna bagi saya
PE2	Saya merasa ketika bermain MOBA meningkatkan kesempatan saya mencapai hal yang saya inginkan
PE3	Ketika bermain MOBA, saya termotivasi untuk menyelesaikan pekerjaan saya lebih cepat
PE4	Bermain MOBA membuat produktivitas saya meningkat
Effort Expectation (EE)	
EE1	Mempelajari cara bermain MOBA gampang buat saya
EE2	User interface pada <i>game</i> MOBA jelas dan mudah dipahami
EE3	Saya merasa MOBA bisa dimainkan dengan mudah
EE4	Saya bisa dengan cepat menjadi ahli di <i>game</i> MOBA
Social Influence (SI)	
SI1	Teman-teman saya merasa saya perlu bermain MOBA
SI2	Keluarga saya mendukung saya bermain MOBA
SI3	Pacar/pasangan saya mendukung saya bermain MOBA
SI4	Banyak teman-teman saya juga bermain MOBA

SI5	Teman dekat saya sering bermain MOBA dengan saya
Facilitating Condition (FC)	
FC1	Saya memiliki handphone yang cukup kuat untuk memainkan MOBA dengan lancar
FC2	Saya memiliki koneksi jaringan internet yang cukup kuat untuk memainkan MOBA dengan lancar
FC3	Saya memiliki kekuatan finansial yang cukup kuat untuk memainkan MOBA dengan lancar
FC4	Saya memiliki tempat untuk berdiskusi ketika saya mengalami kesulitan bermain MOBA
Hedonic Metovation (HE)	
HE1	Bermain MOBA menyenangkan
HE2	Bermain MOBA itu seru
HE3	Bermain MOBA itu menghibur
Price	
PR1	Harga yang harus dibayar untuk bermain MOBA cukup layak
PR2	Nilai yang saya dapatkan layak dari uang yang saya habiskan untuk MOBA
PR3	Saya sanggup mengeluarkan uang untuk bermain MOBA
Habit	
HA1	Menggunakan MOBA menjadi kebiasaan untuk saya
HA2	Saya memiliki jadwal untuk bermain MOBA
HA3	Bermain MOBA sudah menjadi rutinitas saya
Information Quality	
IQ1	Saya senang dengan konsep permainan pada MOBA
IQ2	Saya dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang saya inginkan pada tampilan layar
IQ3	MOBA yang saya mainkan memiliki tampilan yang bagus
IQ4	MOBA yang saya mainkan memiliki tampilan yang mudah dipahami
IQ5	MOBA yang saya mainkan mudah untuk dimainkan
System Quality	
SQ1	MOBA yang saya mainkan memiliki tantangan permainan yang bisa diselesaikan
SQ2	MOBA yang saya mainkan memiliki strategi bermain yang sangat luas
SQ3	MOBA yang saya mainkan memiliki strategi bermain yang seimbang
SQ4	MOBA yang saya mainkan memiliki kesempatan menang bagi siapa saja
SQ5	Saya mengetahui cerita/naratif dari MOBA yang saya mainkan
SQ6	Saya senang membaca cerit/naratif dari MOBA yang saya mainkan
SQ7	Saya senang dengan tampilan karakter dan animasi pada game MOBA yang saya mainkan
SQ8	Saya senang dengan tampilan visual efek pada game MOBA yang saya mainkan
SQ9	Saya senang dengan tampilan visual pada game MOBA yang saya mainkan
SQ10	Saya senang dengan suara dan efek suara pada game MOBA yang saya mainkan
Service Quality	
ServQ1	Pengembang Game MOBA yang saya mainkan memberikan Update pada game secara berkala
ServQ2	Saya bisa memberi masukan pada pengembang game MOBA dengan mudah
ServQ3	Saya senang berinteraksi dengan pemain lain dalam komunitas MOBA yang saya mainkan
ServQ4	Masalah teknis yang saya alami selama bermain MOBA bisa diselesaikan dengan mudah
Use Behavior	
USE1	Saya Sering bermain MOBA
USE2	Saya menghabiskan waktu yang cukup banyak

	untuk bermain MOBA
USE3	Saya akan bermain MOBA di masa yang akan datang
USE4	Saya berencana untuk bermain MOBA pada minggu ini

Uji regresi yang dilakukan pada kedua model akan diproses dengan aplikasi SPSS, yang mana versi yang digunakan dalam penelitian ini adalah versi 22.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 376 responden. Jumlah ini memenuhi jumlah sampel yang disarankan sesuai dengan rumus Slovin yaitu sebesar 377 untuk populasi >20.000 dan margin error 5%. 82,2% atau 309 responden adalah laki-laki dan 17,8% atau 67 responden adalah perempuan. Mayoritas responden dengan persentasi 76,6% atau 288 responden adalah umur 18-25 tahun dengan 64,6% atau 243 responden adalah pelajar dan mahasiswa diikuti oleh 32,2% atau 121 responden adalah wirausaha atau *entrepreneur*. 64,6% atau 243 responden berasal dari wilayah sumatera dan 32,2% atau 121 berasal dari wilayah jawa dan sisanya 3% atau 12 responden dari wilayah Kalimantan dan Sulawesi. 50,3% atau 189 responden mengaku bermain MOBA dibawah 2 jam diikuti 35,1% atau 132 responden bermain MOBA selama 2-4 jam dan 14,6% atau 55 responden bermain lebih dari 4 jam dengan 43,1% adalah pemain aktif yang bermain setiap hari. Platform pilihan pemain adalah sebesar 69,7% atau 262 responden bermain di platform *mobile* atau *smartphone*.

Untuk *game* dengan genre MOBA yang paling sering dimainkan. 323 responden atau 85,90% menyebutkan Mobile Legend Bang Bang. Hasil ini sudah diprediksi sebelumnya dan sesuai dengan penelitian sebelumnya yang mendiskusikan genre sejenis [7], [9], [10]. 48,67% atau 183 responden juga menyebutkan bahwa DOTA 2 adalah *game* MOBA yang sering dimainkan. Sedangkan League of Legends salah satu *game* MOBA terbesar di dunia hanya berada di posisi 5 dibawah DOTA 1 dan Arena of Valor.

Untuk menguji data yang diperoleh terlebih dahulu dilakukan pengujian kualitas data dengan menggunakan uji korelasi Pearson Product sebagai uji validitas setiap indikator instrumen penelitian. Hasil dari uji validitas pada setiap indikator menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai signifikansi pada koefisien korelasi Pearson dibawah 0,005 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada instrument penelitian adalah valid. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas data dengan menggunakan uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha*. Konstruk penelitian yang reliabel sebaiknya memenuhi standar *Cronbach's Alpha* diatas sama dengan 0,7 [20]. Dari hasil uji reliabilitas seluruh konstruk mendapatkan

hasil diatas sama dengan 0,7 dengan demikian dapat disimpulkan seluruh kontruk penelitian adalah valid.

Uji regresi dilakukan sebanyak 2 kali dengan menggunakan 2 model: Delone dan McLean dan UTAUT2. Hasil dari uji regresi pertama menghasilkan 2 konstruk memiliki pengaruh yang dominan dalam popularitas moba yaitu *Information Quality* (IQ) dan *Service Quality* (ServQ), keduanya memiliki nilai signifikansi 0.000 dengan nilai *B* sebesar 0,464 untuk IQ dan 0.465 (ServQ). Model regresi ini memiliki nilai uji *F* sebesar 78,546 dengan *p*-value 0,000, nilai Durbin-Watson sebesar 1.834 dan Adjusted R^2 sebesar 0,383 menunjukkan model ini memiliki hubungan yang signifikan secara statistik, tidak memiliki hubungan autokorelasi antar variabel independent dan menjelaskan 38,3% dari total variabilitas. Persamaan regresi dari model DeLone dan McLean ditunjukkan pada (1).

$$USE = -1.019 + 0.464IQ + 0.151SQ + 0.465ServQ \quad (1)$$

Uji regresi dengan model UTAUT 2 menunjukkan terdapat 3 konstruk utama yang menjadi faktor popularitas dari *game* MOBA di Indonesia. Yang pertama dan paling mendominasi adalah faktor *Habit* atau kebiasaan dilanjutkan *Hedonic Motivation* atau motivasi hedonis dan *Social Influence* atau pengaruh sosial. Dan 2 kontruk yang paling tidak berpengaruh adalah *Effort Expectancy* atau harapan atas usaha yang dikeluarkan dan *Price* atau harga. Model regresi ini memiliki nilai uji *F* sebesar 89,677 dengan *p*-value 0,000, nilai Durbin-Watson sebesar 1,906 dan adjusted R^2 sebesar 0,623 menunjukkan model ini juga memiliki hubungan yang signifikan secara statistik, tidak memiliki hubungan autokorelasi antar variabel independent dan menjelaskan 62,3% dari total variabilitas. Persamaan regresi dari model UTAUT2 dapat dilihat pada (2).

$$USE = -0.323 + 0.75PR + 0.002EE + 0.2 SI + 0.036 FC + 0.267 HE - 0.004PR + 0.504HA \quad (2)$$

Dari kedua hasil uji regresi pada kedua model menunjukkan hal yang sangat menarik, terutama dalam mendeskripsikan pemain genre MOBA di Indonesia. Salah satu hal yang sangat kentara seperti ditunjukkan pada model DeLone dan McLean. Kontruk IQ yang lebih tinggi dari SQ dalam kasus *game* dengan genre MOBA, pemain lebih memberikan nilai pada mekanik *game* dan interface dari *game* ketimbang grafis dan cerita. Apabila kita melakukan observasi pada perilaku pemain MOBA cenderung tidak lagi membaca cerita atau *lore* dari setiap karakter namun berfokus pada bagaimana mekanik penggunaan sebuah karakter dalam cakupan genre MOBA. Misalnya saja pada video *game* Mobile Legends Bang Bang, inklusi karakter "Gatot Kaca" secara konsep cerita adalah sesuatu yang konyol namun pemain tidak begitu peduli dan lebih mementingkan cara menggunakan karakter tersebut. Variabel yang juga

memiliki pengaruh yang besar adalah layanan yang baik dari pengembang terutama layanan terkait masalah yang ditemui juga menjadi salah satu faktor populernya genre MOBA dikalangan pemain.

Menurut model UTAUT 2, yang juga menghasilkan temuan yang menarik adalah menjelaskan mengapa MOBA begitu terkenal dikalangan milenial dan generasi Z di Indonesia. Faktor kebiasaan menjadi salah satu faktor yang sangat dominan dan menjadi salah satu sebab mengapa "game online" memiliki konsepsi yang jelek di mata guru dan orang tua karena pelajar memiliki kecanduan dengan *game online*. Dengan meningkatnya teknologi *mobile* dan semakin mudah diaksesnya *smartphone* dan teknologi infrastruktur yang semakin baik, "game online" beralih ke "mobile gaming". Seperti pada awal tahun 2000-an dimana semua warnet adalah bermain *game online* dan *multiplayer* (termasuk didalamnya Counter Strike dan DOTA 1), kebiasaan itu berlanjut pada era *mobile gaming* dan *game multiplayer* yang paling populer dari zaman PC ke *Mobile* adalah genre MOBA dan FPS. Ini adalah transisi yang logis dan menjadi dinding yang sulit ditembus oleh genre lainnya. Mobile Legends Bang Bang menjadi yang paling populer karena menjadi salah satu *game* dengan genre MOBA pertama yang tersedia di platform *mobile*. Pada model yang sama menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi adalah pengaruh sosial. Semakin meningkatnya popularitas dan genre MOBA apalagi genre ini dirancang untuk lebih optimal dimainkan bersama orang lain. Istilah "mabar" atau main bareng pada konteks *mobile gaming* mayoritas didefinisikan menjadi bermain MOBA bersama-sama.

Faktor yang juga mendukung adalah motivasi hedonis. Ini menunjukkan bahwa video *game* secara umum bertujuan sebagai faktor hiburan dan hampir tidak ada maksud lain dari video *game*, terutama genre MOBA. Tingginya faktor ini tidak diturunkan oleh faktor kompetitif dari genre MOBA, dengan artian kalah adalah bagian dari kesenangan tersendiri dalam genre MOBA. Permainan yang dilakukan antar pemain yang saling mengenal akan meningkatkan motivasi hedonis. Tingginya investasi waktu yang dilakukan pada video *game* dengan genre MOBA membuat setiap kekalahan dan kemenangan adalah sesuatu yang perlu dirayakan. Inilah mengapa faktor *Effort Expectancy* atau harapan atas usaha yang dikeluarkan sangat tidak relevan pada popularitas MOBA. Seorang pemain genre MOBA bisa menghabiskan ratusan jam untuk menjadi ahli dalam *game* ini. Investasi waktu tersebut tidak menggambarkan motivasi karir, karena tidak semua akan menjadi atlit *e-sport*. Jumlah investasi usaha yang dilakukan tersebut hanya untuk digunakan untuk memuaskan motivasi hedonis. Harga selalu akan menjadi faktor bagi pemain di Indonesia yang memiliki masalah budaya pembajakan video *game*

yang besar, namun tidak sebesar itu dalam kasus genre MOBA. Beberapa pemain yang serius menghabiskan uang dalam cukup banyak secara rutin untuk tetap relevan sebagai pemain meski pengeluarannya murni untuk nilai kosmetik belaka dan tidak memberikan keuntungan dalam bermain.

Dari kedua model, terdapat sebuah kesamaan yang menarik. Kedua model memiliki posisi negatif pada konstanta model regresinya. Hal ini menunjukkan bahwa pemain *game* memulai dengan adalah perasaan negatif terhadap genre MOBA. Video *game* secara umum adalah sesuatu yang dinilai untuk anak-anak untuk budaya orang Indonesia. Indonesia tidak seperti negara seperti Korea Selatan, Jepang dan Amerika yang menganggap video *game* sebagai sesuatu yang serius. *E-sport* sebagai olahraga saja adalah sesuatu yang agak sulit diterima bagi penikmat olahraga meski catur sebagai cabang olahraga meja yang klasik juga mendapatkan perlakuan yang sama. Tidak semua orang bisa menikmati *game* MOBA seperti menikmati speak bola. Setiap karakter dalam *game* MOBA adalah unik dengan mekanik yang sangat berbeda. Untuk menikmati MOBA anda harus memiliki pengetahuan yang cukup mengenai MOBA karena jika tidak animasi dan pergerakan di genre MOBA bisa membuat penonton awam pusing.

V. SIMPULAN

Penelitian ini berfokus pada menjawab faktor yang menjadi alasan mengapa genre MOBA sangat populer di Indonesia. Dengan menggunakan model DeLone dan McLean dan UTAUT, penelitian kuantitatif ini mengumpulkan dan menganalisis data dari 376 responden. Hasil yang didapatkan menunjukkan menurut model DeLone dan McLean, faktor yang berpengaruh adalah *Information Quality* (mekanik dan *interface*) dan *Service Quality* (developer dan *service provider*). Sedangkan pada model UTAUT2, faktor yang berpengaruh adalah *Habit*, *Hedonic Motivation* dan *Social Influence*. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian [14], [15] yang mana menjadi validasi dari hasil penelitian sebelumnya. Hasil penelitian ini juga memberikan salah satu bukti empiris bagaimana perilaku pengguna menjadi faktor kepuasan dalam bermain video *game*, dengan dibuktikan dengan bagaimana kebiasaan menjadi faktor yang berpengaruh dalam pandangan yang positif terhadap video *game* MOBA.

Temuan ini menjadi hasil dari tujuan penelitian ini mengenai faktor popularitas video *game* dengan genre MOBA secara empiris. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembang video *game* atas persepsi dari pemain *game* Indonesia dan masukan bagi stakeholder pemain *game* terkait (orang tua, pendidik, pemerintah) bagaimana pemain video *game* modern beralih dari *game online* menjadi *mobile gaming*. Pengembangan video *game* selanjutnya bisa mempertimbangkan faktor kebiasaan

yang terbukti menjadi faktor yang membuat MOBA populer. Penelitian berikut bisa berfokus pada bagaimana cara membangun kebiasaan dalam video *game* dan bagaimana hubungannya dengan kecanduan video *game*. Mengenai faktor motivasi hedonis yang menjadi salah satu faktor dominan populernya MOBA akan menjadi salah satu titik yang menarik untuk penelitian berikutnya dalam mengukur bagaimana rasa senang dari bermain *game* berasal. Video *game* di Indonesia mengalami peningkatan yang luar biasa dan isu ini menjadi penting karena sudah banyak sekali penelitian sebelumnya yang menyebutkan bagaimana teknologi mempengaruhi perilaku manusia, video *game* akan menjadi faktor yang akan sangat berpengaruh dimasa yang akan datang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Dr. Hendi Sama, Deli Tan dan Herman untuk diskusi yang menarik mengenai studi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. A. Fox, "'It's a-me, Mario!' Exploring dynamic changes and similarities in the composition of early Nintendo video game music," *Fields J. Huddersf. student Res.*, vol. 2, no. 1, pp. 15–30, 2016.
- [2] A. Gupta, A. Gupta, S. Nicovich, S. Nicovich, T. Garrison, and T. Garrison, "Electronic Arts: gambling on the future of video games," *Emerald Emerg. Mark. Case Stud.*, vol. 6, no. 2, pp. 1–20, 2016.
- [3] J. Shi, M. N. Potenza, and N. E. Turner, "Commentary on: 'The Future of Gaming Disorder Research and Player Protection: What Role Should the Video Gaming Industry and Researchers Play?,'" *Int. J. Ment. Health Addict.*, vol. 18, no. 3, pp. 791–799, 2020.
- [4] O. Lopez-Fernandez, N. Männikkö, M. Kärräinen, M. D. Griffiths, and D. J. Kuss, "Mobile gaming and problematic smartphone use: A comparative study between Belgium and Finland," *J. Behav. Addict.*, vol. 7, no. 1, pp. 88–99, 2018.
- [5] C. S. Chen, H. P. Lu, and T. Luor, "A new flow of Location Based Service mobile games: Non-stickiness on Pokémon Go," *Comput. Human Behav.*, vol. 89, pp. 182–190, 2018.
- [6] M. Mora-Cantalops and M. Á. Sicilia, "MOBA games: A literature review," *Entertain. Comput.*, vol. 26, no. February, pp. 128–138, 2018.
- [7] R. T. Pantouw and D. T. H. Aruan, "Influence of Game Design and Playability Toward Continuance Intention Using TAM Framework," *IPTEK J. Proc. Ser.*, vol. 0, no. 5, p. 307, 2019.
- [8] N. Laksamana, "Turunkan 21 Atlet, Tim Esports Indonesia Bertekad Sabet Medali SEA Games 2019," *Kompas Bola*, 03-Dec-2019.
- [9] S. A. Sunarto, C. Wulandari, and E. Hartanto, "Communication Meaning in The Community Online Mobile Legends Based on Depok Players Realities," *Int. J. Multicult. Multireligious Underst.*, vol. 6, no. 4, pp. 43–48, 2019.
- [10] R. Soleh, R. I. Rokhmawati, and K. C. Brata, "Analisis Pengalaman Pengguna Permainan Multiplayer Online Battle Arena (Moba) Dengan Menggunakan Game Experience Questionnaire (GEQ) Pada Game Dota 2," *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 2, no. 9, pp. 3067–3076, 2018.
- [11] M. L. Adhitama, E. M. A. Jonemaro, and W. S. Wardhono, "Evaluasi User Experience Gim Defense of The Ancients 2 (DOTA 2) menggunakan Metode Flow Framework," *J.*

- Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 4, no. 1, pp. 17–24, 2020.
- [12] C. Mo, Z. Wang, G. Zhu, and W. Zhu, “Understanding Gaming Experience in Mobile Multiplayer Online Battle Arena Games,” *Proc. 28th ACM Work. Netw. Oper. Syst. Support Digit. Audio Video, NOSSDAV 2018*, pp. 25–30, 2018.
- [13] Y. Kou and X. Gui, “Emotion Regulation in Esports Gaming: a Qualitative Study of League of Legends,” *Proc. ACM Human-Computer Interact.*, no. October, 2020.
- [14] P. Ramírez-Correa, F. J. Rondán-Cataluña, J. Arenas-Gaitán, and F. Martín-Velicia, “Analysing the acceptance of online games in mobile devices: An application of UTAUT2,” *J. Retail. Consum. Serv.*, vol. 50, no. December 2018, pp. 85–93, 2019.
- [15] B. Hanus and B. George, “A Hedonic System Perspective of the Delone and McLean IS Success Model,” *AMCIS 2020 Proc.*, pp. 0–10, 2020.
- [16] J. W. C. N.-M. H. L.-S. L. H. C. Creswell, *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publication, 2013.
- [17] S. Kemp, “Digital 2021: Indonesia,” 2021.
- [18] F. Pai and K. Huang, “Applying the Technology Acceptance Model to the introduction of healthcare information systems,” *Technol. Forecast. Soc. Change*, vol. 78, no. 4, pp. 650–660, 2011.
- [19] V. Venkatesh, J. Y. L. Thong, and X. Xu, “Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology,” *MIS Q.*, vol. 36, no. 1, pp. 157–178, 2012.
- [20] J. F. Hair Jr, C. William, B. J. Babin, and R. E. Anderson, *on Multivariate Data Analysis Joseph F . Hair Jr . William C . Black Seventh Edition*. Edinburg: Pearson, 2014.

