

**PENGALAMAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KARAKTER PADA  
SISTEM *GACHA* DALAM *GAME* GENSHIN IMPACT**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu Ilmu  
Komunikasi**



**KEVIN YONDA PUTRA  
1141003006**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2021**

**HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS**

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Kevin Yonda Putra

NIM : 1141003006

Tanda Tangan :



Tanggal : 30 Agustus 2021

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Kevin Yonda Putra  
NIM : 1141003006  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul : Pengalaman Konsumen dalam Pembelian Karakter pada Sistem *Gacha* dalam *Game* Genshin Impact

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Adek Risma Dedees, S.S., M.A. (  )

Penguji 1 : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A. (  )

Penguji 2 : Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si. (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 30 Agustus 2021

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan nikmat yang dikaruniai-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengalaman Konsumen dalam Pembelian Karakter pada Sistem *Gacha* dalam *Game* Genshin Impact” ini.

Dalam penulisan ini penulis merasa sangat dibantu oleh teman – teman, rekan – rekan, dan dosen – dosen yang terlibat dengan penulis. Hal ini membuat penulis menyadari bahwa orang – orang sekitar lah yang bisa menciptakan motivasi dari diri yang sangat sering *proscasting* ini. Pengambilan *game* ini sebagai ide penulisan juga tidak lepas dari teman – teman SMA dan Kuliah yang mencoba untuk menjalin kembali hubungan sesama manusia, karena penulis menyadari ternyata teman – teman lama yang sebelumnya tidak pernah memiliki hobi yang sama, ternyata akhirnya memiliki hobi yang sama dengan penulis. Upaya teman – teman dan dosen – dosen yang walau sudah lelah, selalu mengingatkan penulis dengan prioritas yang harusnya diutamakan. Untuk menunjukkan rasa syukur itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih setulus – tulusnya kepada :

### 1. **Dicky Dwi Septian**

Terima kasih karena selalu mengingatkan penulis selama bertahun hingga akhirnya lelah dan menyerah setelah 2 tahun. Keinginan Dicky untuk selalu mengajak penulis untuk kumpul bersama merupakan salah satu alasan yang membuat penulis tidak merasa terpuruk.

### 2. **Vicky Anggia Ferdina dan Reverina Andeska**

Terima kasih Erin dan Vicky yang memberikan penulis motivasi untuk tidak memandang diri sendiri rendah. Pandangan kalian terhadap bagaimana individu menilai seseorang merupakan salah satu motivasi penulis agar tidak terpuruk pada diri. Walau mungkin hal tersebut hanya dapat memberikan rasa percaya diri yang semu pada saat itu, tetapi akhirnya hal tersebut membuahkan hasil.

**3. Arumtias Asti Ningsih**

Terima kasih karena Arum mencoba menghubungi penulis walau semester belum dimulai, dan selalu mengajak, membantu, dan mengingatkan penulis hingga akhirnya menyerah. Namun usaha Arum sangat membantu bagi penulis untuk mencapai sempro.

**4. Muhammad Adithya**

Terima kasih karena Adit walau jarang, mencoba untuk menghubungi penulis dengan menanyakan progres. Terima kasih karena selalu mencoba memberikan solusi kepada penulis. Terima kasih karena telah membantu hal yang sangat banyak di berbagai bidang.

**5. Beby Cantika dan Jeni Larasati**

Terima kasih Bebi dan Ayas karena telah menjadi teman kuliah paling dekat bagi penulis dari awal kenal hingga lulus. Terima kasih telah menjadi teman dan mengajari penulis cukup banyak hal dan pengalaman selama masa kuliah. Terima kasih karena tanpa kalian, penulis mungkin akan menjadi orang yang lebih canggung selama menjalankan kuliah.

**6. Miss Adek Risma Dedees, S.S., M.A.**

Terima kasih miss Ade yang mungkin sebenarnya sudah lelah melihat bagaimana cara kerja penulis. Terima kasih walau sudah lelah, tetap mau merespon apa yang telah penulis tuliskan walau penulis suka memberikannya pada waktu yang terdesak. Terima kasih telah mau bersabar menghadapi penulis dan selalu membantu dan mengingatkan mengenai apa yang harus dilakukan dengan detail. Karena detail tersebut benar – benar sangat membantu. Dan terima kasih karena menyuruh penulis untuk memikirkan judul baru di awal konsul, karena tanpa hal tersebut mungkin judul mengenai *game* ini tidak akan muncul dan penulis akan terjebak dalam topik yang kurang dimengerti.

**7. Miss Dr. Dessy Kania, B.A., M.A. dan Bapak Dr. Bambang Sukma Wijaya**

Terima kasih miss Dike dan pak Bambang yang telah memberikan arahan dari apa yang telah dikerjakan penulis. Terima kasih telah memberi masukan yang jelas terarah sehingga penulis dapat mengerjakan penulisan dengan lancar. Terima kasih untuk mau memberikan revisi dan pengesahan walau penulis suka memberikan pada waktu yang mendesak.

**8. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., M.Media Prac.**

Terima kasih bu Mirana yang telah menjadi pembimbing penulis selama kuliah. Terima kasih telah membantu penulis penulis dalam berbagai urusan, walau pada akhirnya penulis tidak pernah mendapatkan kelas yang bu Mirana ajarkan. Mungkin ibu Mirana sudah bingung melihat tingkah dari penulis, namun terima kasih karena hingga akhir penulisan tetap memberikan penulis agar menyegerakan yudisium, dan tidak memilih untuk mengundurnya.

**9. Ibu Suharyanti, M.S.M.**

Terima kasih bu Yanti yang akhirnya memberi banyak kemudahan bagi penulis dan mahasiswa lainnya yang seperti penulis. Terima kasih bu Yanti karena telah mengarahkan penulis kepada dosen pembimbing yang baik dan mengarahkan penulis agar menulis sesuatu yang dimengertinya.

**10. Mba Frieda**

Terima kasih mba Frieda karena telah memberikan banyak solusi – solusi ketika keadaan mendesak baik dari awal penulisan hingga akhir penulisan. Terima kasih karen responsif terhadap pertanyaan – pertanyaan penulis untuk mengejar sempro, sidang, dan yudisium.

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kevin Yonda Putra  
NIM : 1141003006  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### PENGALAMAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KARAKTER PADA SISTEM *GACHA* DALAM *GAME* GENSHIN IMPACT

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : Jakarta  
Pada tanggal : 30 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Kevin Yonda Putra

**PENGALAMAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KARAKTER PADA  
SISTEM GACHA DALAM GAME GENSHIN IMPACT**

Kevin Yonda Putra

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti fenomena pengalaman konsumen dalam pembelian karakter sebagai barang virtual di dalam *game* Genshin Impact melalui sistem undian keberuntungan yang dinamakan *gacha*. Pengalaman konsumen tersebut digambarkan melalui dimensi perilaku konsumen, yaitu faktor internal dan eksternal yang akan menggambarkan keinginan dari konsumen dan dikonfirmasi melalui dimensi nilai konsumsi untuk pembelian barang virtual pada *game*, yaitu nilai fungsional, emosional, dan sosial. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dengan pendekatan fenomenologi. Sumber data didapatkan melalui wawancara mendalam terhadap pemain Genshin Impact yang pernah melakukan pembelian *primogems*. Dapat disimpulkan bahwa keberadaan sistem monetasi *gacha* menciptakan pandangan dan pengalaman yang berbeda antara konsumen berpengeluaran kecil (*low spender*) dengan konsumen dengan pengeluaran besar (*high spender*) khususnya yang dijelaskan melalui indikator pada faktor internal perilaku konsumen, sedangkan indikator pada faktor eksternal tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan melakukan pengecekan dengan indikator pada nilai konsumsi, indikator faktor internal yang memiliki peran signifikan namun tidak dapat digolongkan dengan pengeluaran merupakan pengalaman yang dipengaruhi oleh preferensi afeksi pemain terhadap karakter itu sendiri baik dari kekuatan atau penampilan. Beberapa hal yang menarik adalah adanya konsumen yang melakukan pembelian untuk karakter yang telah dimilikinya, dan ada juga konsumen yang menjadikan *gacha* itu sendiri sebagai bentuk permainan.

Kata Kunci : Pengalaman Konsumen, *Game*, Genshin Impact, *Gacha*, Barang Virtual, Perilaku Konsumen, Nilai Konsumsi

**COSTUMER'S EXPERIENCE IN BUYING CHARACTERS THROUGH  
GACHA SYSTEM IN GENSHIN IMPACT GAME**

Kevin Yonda Putra

---

**ABSTRACT**

This study aims to examine the phenomenon of consumer experience in purchasing characters as virtual goods in the Genshin Impact game through a lucky draw system called gacha. The consumer experience is described through the dimensions of consumer behavior, namely internal and external factors that will describe the desires of consumers and confirmed through the dimensions of consumption value for purchasing virtual goods in games, namely functional, emotional, and social values. This research is a qualitative research, with a phenomenological approach. The data source was obtained through in-depth interviews with Genshin Impact players who had purchased primogems. It can be concluded that the existence of gacha as monetization system creates different views and experiences between low-spending consumers and high-spending consumers especially those explained by indicators of internal factors from consumer behavior, while external factors's indicator do not have much influence. significant. By checking with indicators on consumption values, indicators of internal factors that have a significant role but cannot be classified by expenditure are experiences that are influenced by the player's affection preferences for the character itself, either from it's strength or appearance. Some interesting things that there are consumers who make purchases for the characters they already have, and there are also consumers who make purchases through the gacha lottery itself as a form of game.

Keywords : Consumer Experience, Games, Genshin Impact, Gacha, Virtual Goods, Consumer Behavior, Consumption Value

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB 1 .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penulisan.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis .....	13
BAB II.....	14
2.1 Penelitian Sebelumnya.....	14
2.2 Tinjauan Pustaka .....	25
2.2.1 Perilaku Konsumen .....	25
2.2.2 Nilai Konsumsi akan Pembelian Barang Virtual.....	27
2.2.3 <i>Online Game, Mobile Game, Gacha, dan Virtual Item</i> .....	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III .....	32
3.1 Metode Penelitian.....	32
3.2 Subjek dan Objek Penelitian .....	32
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.3.1 Sumber Data.....	33
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep .....	37
3.4.1 Definisi Konseptual.....	37

3.4.2 Tabel Operasionalisasi Konsep .....	38
3.5 Teknik Analisis Data .....	41
3.6 Pengujian Keabsahan Data.....	42
3.7 Batasan Penelitian .....	42
BAB IV .....	44
4.1 Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian .....	44
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	44
4.1.2 Gambaran Subjek Penelitian .....	45
4.2 Hasil Penelitian .....	48
4.2.1 Perilaku Konsumen .....	48
4.2.2 Nilai Konsumsi akan Pembelian Barang Virtual.....	54
4.3 Pembahasan.....	57
4.3.1 Pembelian Beberapa <i>Copy</i> dari Karakter yang Sama demi <i>Constellation</i> .....	58
4.3.2 Pembelian Karakter untuk Memamerkan dan Memancing Orang Lain Melakukan Pembelian.....	60
BAB V.....	64
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA .....	66
LAMPIRAN.....	69

**DAFTAR TABEL**

Table 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	17
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep .....	38
Tabel 4.1 Hasil Penelitian Wawancara .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.01: Screenshot Game Genshin Impact Beserta Logo.....	5
Gambar 1.02: Penjualan Genshin Impact di Indonesia Kategori Grossing Keseluruhan, Grossing Game, dan Grossing Game/Adventure. Atas Android, Bawah Ios.....	7
Gambar 1.03 Contoh Argumen Pendapat Pemain Genshin Impact pada Forum mengenai Karakter yang baru rilis .....	8
Gambar 2.01: Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.01: Logo Aplikasi Genshin Impact.....	44

**DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1: TRANSKRIP WAWANCARA.....	69
Transkrip Wawancara – Narasumber 1 .....	69
Transkrip Wawancara – Narasumber 2 .....	73
Transkrip Wawancara – Narasumber 3 .....	77
Transkrip Wawancara – Narasumber 4 .....	80
Transkrip Wawancara – Narasumber 5 .....	83
LAMPIRAN 2 : DOKUMENTASI AKUN DAN BUKTI PEMBAYARAN .....	86