

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DITINJAU DARI
FAKTOR SOSIAL DALAM PEMBELIAN *ITEM* VIRTUAL
PADA KOMUNITAS DOTA II TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
(S1) Ilmu Komunikasi**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

WILDAN AULIA RAHMAN

1191923003

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

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORINISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya penulis sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Wildan Aulia Rahman

NIM : 1191923003

Tanda tangan



Tanggal : 24 Februari 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Wildan Aulia Rahman
NIM : 1191923003
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : ANALISIS PERILAKU KONSUMEN
DITINJAU DARI FAKTOR SOSIAL DALAM
PEMBELIAN ITEM VIRTUAL PADA
KOMUNITAS DOTA II TANGERANG
SELATAN

Dengan ini telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Pembimbing : Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si

Pembahas 1 : Suharyanti, M.S.M

Pembahas 2 : Ahmad Sadariskar, M.Si

28 Feb 2024
(.....)
(.....)
(.....)

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir berjudul “Analisis Perilaku Konsumen Ditinjau dari Faktor Sosial Dalam Pembelian Item Virtual Pada Komunitas DOTA II Tangerang Selatan” dengan baik dan pada waktu yang tepat untuk memenuhi mata kuliah skripsi pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Walaupun dalam proses penyusunan tugas akhir ini terdapat banyak kendala yang penulis hadapi. Tetapi, dengan adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menuntaskan tugas akhir ini. Untuk itu, penulis bermaksud untuk mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Diri Saya Sendiri**

Terima kasih kepada wildan yang telah berjuang dengan seluruh jiwa raganya, ditengah kesibukan dan hal-hal yang ingin kamu kejar ternyata masih bisa berkomitmen dan membagi waktununtuk menyelesaikan tugas akhir ini. Jadi berbanggalah!

2. **Dianingtyas Murtanti Putri, M.Si**

Terima kasih kepada Miss Dian selaku dosen pembimbing tugas akhir. Karena telah sabar membimbing saya sampai tugas akhir ini selesai. Terimakasih juga untuk ilmu dan nasihat yang Miss Dian berikan kepada saya, sangat berguna untuk kehidupan yang saya jalani. Begitu banyak jasa Miss Dian Untuk saya, sekali lagi terimakasih banyak Miss Dian.

3. **Dra. Suharyanti, M.S.M.**

Terima kasih kepada Ibu Yanti selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi dan pembahas pada penelitian ini yang telah memberikan banyak masukan, saran, dan bantuan hingga akhirnya

tugas akhir ini dapat selesai.

4. Keluarga Penulis

Terima kasih kepada Ibu dan Ayah telah mendoakan penulis selama penulis Tugas Akhir ini, banyak sekali jasa kedua kalian untuk penulis ini. Terimakasih juga untuk fikar dan ara untuk supportnya

5. Nabila Putri Agita

Terima kasih untuk segala jenis dukungan dan menjaga penulis tetap waras selama mengerjakan tugas akhir ini. terimakasih

6. Komunitas DOTA II

Terima kasih telah berkenan untuk menjadi bahan penelitian dan meluangkan waktu untuk direpotkan selama penulis mengerjakan Tugas Akhir.

7. Segenap Teman Kantor

Terima kasih Telah memberi support dan mengisi role dalam pekerjaan selagi penulis sibuk mengerjakan skripsi.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Wildan Aulia

Rahman NIM : 1191923003

Program Studi Fakultas : Ilmu

Komunikasi Jenis Tugas Akhir: Skripsi

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksekutive (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas tugas akhir saya yang berjudul:

Analisis Perilaku Konsumen Ditinjau Dari Faktor Sosial Dalam Pembelian Item Virtual Pada Komunitas DOTA II Tangerang Selatan

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti 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 di, Jakarta

Pada tanggal : 24 Februari 2024

Yang menyatakan



(Wildan Aulia Rahman)

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DITINJAU DARI FAKTOR SOSIAL DALAM PEMBELIAN *ITEM* VIRTUAL PADA KOMUNITAS DOTA II TANGERANG SELATAN

WILDAN AULIA RAHMAN

ABSTRAK

Seiring banyaknya pemain game online di Indonesia dan berkembangnya media hiburan Game Online, hal ini juga menyebabkan banyaknya transaksi Item virtual, terutama pada game DOTA II. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian *virtual item* dalam game DOTA II di komunitas DOTA II Tangerang Selatan. Penelitian ini akan berfokus pada analisis perilaku konsumen ditinjau dari faktor sosial. Metode penelitian yang digunakan untuk adalah metode kualitatif *focused interviews*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada enam hal yang mempengaruhi Keputusan pembelian dalam sebuah kelompok, yaitu : Cultural pressures, Fear of deviance, Commitment, Group unanimity, size, and expertise, Susceptibility to interpersonal influence, Environmental cues. Namun, dalam enam hal tersebut anggota komunitas DOTA II Tangerang Selatan lebih cenderung membeli *item virtual* karena atas dorongan kelompok dan ingin diakui oleh anggota yang ada di kelompok tersebut.

Kata kunci: *Virtual Item*, minat beli, *game online*, perilaku konsumen

**ANALYSIS OF CONSUMER BEHAVIOR IN THE SOUTH
TANGERANG DOTA II COMMUNITY WITH REGARD TO
SOCIAL FACTORS WHILE BUYING VIRTUAL ITEMS**

WILDAN AULIA RAHMAN

ABSTRACT

As there are many online game players in Indonesia and the development of online game entertainment media, this has also led to many virtual item transactions, especially in the DOTA II game. Thus, the aim of this research is to determine the influence of lifestyle on purchasing decisions for virtual items in the DOTA II game in the South Tangerang DOTA II community. This research will focus on analyzing consumer behavior in terms of social factors. The research method used is the qualitative focused interviews method. The research results show that there are six things that influence purchasing decisions in a group, namely: Cultural pressures, Fear of deviance, Commitment, Group unanimity, size, and expertise, Susceptibility to interpersonal influence, Environmental cues. However, in these six cases, members of the South Tangerang DOTA II community are more likely to buy virtual items because they are encouraged by the group and want to be recognized by members in the group.

Keywords: Virtual Items, buying interest, online games, consumer behavior

DAFTAR ISI

UNGKAPAN TERIMA KASIH	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.4.1. Manfaat Teoritis	12
1.4.2. Manfaat Praktis	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Konsep Yang Relevan	13
2.1.1. Perilaku Konsumen	13
2.1.2. Faktor Sosial	18
2.1.3. Group Reference	18
2.1.4. Keputusan Pembelian	14
2.1.5. <i>Game online</i>	15
2.1.6. <i>Item Virtual</i>	20
2.1.7. DOTA II	20
2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebenaran	22
2.3. Model Kerangka Pemikiran	44
BAB III	46
METODE PENELITIAN	46
3.1 Desain dan Pendekatan	46
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	47
3.3 Pengumpulan Data	48
3.4 Teknik Analisis Data	50
3.5 Triangulasi Data	51

BAB IV	
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	52
4.1.1 Profil Game DOTA II	53
4.1.2 Profil Komunitas Game DOTA II Tangerang Selatan	57
4.2 Penyajian Data	59
4.2.1. Jenis Item Virtual Dalam game DOTA II	60
4.2.2. Hierarki Virtual Item Dalam game DOTA II	66
4.3 Pembahasan dan Diskusi	67
BAB V	
SIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Simpulan	83
5.2 Kendala dan Keterbatasan	83
5.3 Saran dan Implikasi	83
5.3.1. Saran Teoritis	84
5.3.2. Saran Praktis	84
DAFTAR PUSTAKA	85
Lampiran	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Pemain *Game online* di Indonesia... 7

Gambar 1.2. Salah satu Pro Player DOTA II Indonesia... 10

Gambar 1.3. Platinum Baby Roshan DOTA II... 10

Gambar 1.4. Visual Tsukumo the Moon Cloud DOTA II... 11

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran... 48

Gambar 4.1 Gameplay DOTA II... 53

Gambar 4.2 Visual Alphin Set Ursa DOTA II... 53

Gambar 4.3 Visual Tsukumo the Moon Cloud DOTA II... 54

Gambar 4.4 Discord Komunitas DOTA II Tangerang Selatan... 54

Gambar 4.5 Discord Komunitas DOTA II Tangerang Selatan... 55

Gambar 4.6 Visual Tsukumo the Moon Cloud DOTA II... 56

Gambar 4.7 Varian Hero DOTA II ..., 57

Gambar 4.8 Courier... 60

Gambar 4.9 Announcers... 60

Gambar 4.10 Custom wards... 62

Gambar 4.11 Loading Screens... 63

Gambar 4.12 Action Items... 63

Gambar 4.13 Emoticons... 63

Gambar 4.14 Custom Base Item... 64

Gambar 4.15 Cursor Packs... 64

Gambar 4.16 Weather Effects... 65

Gambar 4.17 Blink Effects... 65

Gambar 4.18 Visual Tsukumo the Moon Cloud DOTA II.69

Gambar 4.19 Hierarki Virtual Item Dalam game DOTA II..... 69

DAFTAR TABEL

1.1 Tabel penelitian sebelumnya. 36

DAFTAR LAMPIRAN

1.1 Transkrip Wawancara 87