

Analisis Korelasi Desain Karakter Video Game dan Loyalitas Video Game Pada MMO Studi *Multi-method*

Jimmy Pratama¹, Kendy Junianto²

¹Sistem Informasi, Universitas Internasional Batam, Batam, Indonesia

²Jl. Gajah Mada, Tiban Indah, Sekupang, Batam, Kepulauan Riau 29426, Indonesia

E-Mail: jimmypratama@uib.ac.id¹, kendyunianto21@gmail.com²

Abstract

RPG adalah sebuah genre game dimana seorang pemain dapat memainkan sebuah peran di dalam game. Game yang bergenre RPG memiliki berbagai macam genre, salah satunya adalah MMO yang menawarkan pemain untuk berinteraksi bersama pemain yang banyak dalam waktu yang sama. Industri game Indonesia belum memiliki peran dalam melakukan persaingan dengan produk asing. Oleh karena itu tujuan penelitian ini meneliti tentang desain karakter yang dapat mempengaruhi minat bermain seseorang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah multi-method yaitu campuran antara kuantitatif dan kualitatif. Kuantitatif yang digunakan adalah penyebaran kuisioner dan kualitatif melakukan pengumpulan data dengan wawancara. Hasil penelitian kuantitatif menunjukkan bahwa tampilan sifat muka dan ketampanan dari sebuah karakter mempengaruhi minat bermain pemain, sedangkan kualitatif memiliki hasil yang tidak signifikan dari segi tampilan sifat muka dan ketampanan dari sebuah karakter.

Kata Kunci: Online Gamer Loyalty, Avatar Attractiveness, Character Design

Abstract

RPG is a game genre where a player can play a role in the game. RPG genre games have various genres, one of which is MMO which offers players to interact with many players at the same time. The Indonesian game industry does not yet have a role in competing with foreign products. Therefore, the purpose of this research is to examine character design, which can affect one's interest in playing. The method used in this study is a multi-method, namely a mixture of quantitative and qualitative. Quantitative used is distributing questionnaires and qualitatively collecting data by interview. The results of the quantitative study showed that the appearance of the facial features and good looks of a character influenced the player's interest in playing, while the qualitative results were not significant in terms of the appearance of the facial features and good looks of a character.

Keywords: Online Gamer Loyalty, Avatar Attractiveness, Character Design

I. PENDAHULUAN

Role-playing game (RPG) adalah sebuah genre game dimana player akan bermain dan berperan menjadi salah satu karakter di dalam game tersebut [1]. Game RPG terdiri dari banyak jenis, salah satunya adalah MMO yang menawarkan pemain untuk bermain bersama orang yang banyak. Pemain dapat berinteraksi dengan pemain dan menyelesaikan tantangan yang sudah diberikan oleh game [2]. Dengan semakin berkembangnya game terutama di genre RPG, tingkat tantangan dalam berbagai macam kesulitan sudah tidak menjadi suatu pilihan pemain. Dalam merancang sebuah game tidak hanya mempertimbangkan tantangan dan keahlian, tetapi juga perlu menggunakan elemen game untuk meningkatkan immersion pemain [3].

Industri game Indonesia masih belum bisa mendapatkan peran untuk bersaing dengan produk asing. Salah satu contohnya adalah produk game

dengan genre MOBA yaitu "Mobile Legends". Mobile Legends merupakan game yang dikembangkan berasal dari China dan mencapai unduhan sebanyak 100 juta di playstore Indonesia [4]. Pemain Mobile Legends di Batam mengatakan terdapat desain karakter yang menarik untuk dimainkan di game tersebut. Desain karakter yang menarik terdiri dari, hayabusa, karina, yu zhong, benedetta, rafaella, lancelet, dan granger. Karakter tersebut selain desain yang menarik juga terdapat desain skin yang menarik perhatian pemain untuk bersedia melakukan pembeliannya. Tetapi terdapat desain karakter yang tidak menarik perhatian pemain untuk dimainkan yaitu, cyclops, zhask, vexana, balmund, dan barats. Dikarenakan desain karakter tersebut memiliki warna dan atributnya yang sedikit dan wajah karakter yang tidak menarik.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka terdapat beberapa permasalahan yang akan di bahas dalam penelitian ini yaitu, bagaimana preferensi karakter

game dengan genre MMO dapat mempengaruhi minat bermain dan cara mengukur fenomena tersebut menggunakan pendekatan multi-method. Penelitian ini berkontribusi dalam mendukung penelitian teori sebelumnya dengan meneliti desain karakter yang dapat mempengaruhi minat dalam bermain game genre MMO.

Penelitian ini dilaksana dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana preferensi desain karakter dengan genre MMO dapat mempengaruhi minat bermain game dengan pendekatan multi-method. Serta Untuk meningkatkan keahlian khusus di Fakultas Ilmu Komputer terutama di bidang Perancangan Video Game.

Penelitian [3] meneliti hubungan antara desain karakter game dengan immersion. Immersion merupakan sesuatu yang memberikan tingkat kepuasan, kesenangan, dan perhatian yang tinggi. Metode yang digunakan adalah pendekatan metode multi-method dengan melakukan pencarian data untuk mengkategorikan desain karakter game yang cocok kemudian di masukkan ke dalam kuisisioner untuk melakukan pengumpulan data. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa desain karakter memiliki peran yang penting dalam menyalurkan informasi antara game dan pemain. Karakter game yang disukai oleh para pemain dapat menimbulkan niat untuk bermain terhadap sebuah game.

Seorang peneliti bernama [5] meneliti karakteristik dari sebuah karakter dan keramahan karakter dalam mempengaruhi loyalitas pemain game online dengan menggunakan teori embodied cognition. Metode yang digunakan dari penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuisisioner. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa daya tarik penampilan dan keramahan sebuah karakter mempunyai hubungan yang positif terhadap keramahan sebuah karakter. Sedangkan tinggi badan dari karakter mempunyai hubungan yang negatif terhadap keramahan sebuah karakter, dan keramahan karakter mempunyai hubungan yang positif terhadap loyalitas pemain game online.

Pada penelitian [6] meneliti bagaimana identifikasi dari karakter dapat mempertahankan loyalitas pemain terhadap sebuah game dengan menggunakan teori self-affirmation theory (SAT). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu memberikan wawasan dalam membantu perusahaan dalam membuat desain karakter, menanamkan identifikasi pemain dengan avatar dan loyalitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner dan data tersebut di analisis dengan menggunakan structural equation modelling (SEM) dan SPSS. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kustomisasi karakter dan ketidaktergantungan dalam tim menunjukkan kontribusi yang positif terhadap loyalitas pemain online. Dengan ini perusahaan industri game dapat memberikan hadiah dalam menyelesaikan task yang disediakan dalam game untuk mengundang lebih banyak karakter dalam tim untuk meningkatkan variasi komposisi.

Penelitian [7] melakukan penelitian kemiripan dari sebuah tampilan karakter dapat mempengaruhi identifikasi pemain dengan melakukan eksperimen terhadap pemain dengan menggunakan avatar yang dibuat secara otomatis berdasarkan tampilan pemain. Metode yang digunakan adalah multi-method yaitu campuran antara kualitatif dan kuantitatif. Kuantitatif melakukan penyebaran kuisisioner terhadap peserta, sedangkan metode kualitatif menggunakan interview untuk pengumpulan data yang lebih dalam terhadap peserta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa avatar yang dibuat secara otomatis memiliki kontribusi yang positif dibandingkan dengan menggunakan karakter bawaan berasal dari game. Kustomisasi karakter memiliki kontribusi yang besar terhadap pemain dalam kemiripan pemain bersama karakter terhadap identifikasi karakter.

Penelitian [8] meneliti peran yang dimainkan oleh pertukaran gender dalam menentukan keterlibatan berkelanjutan para pemain dengan komunikasi melalui game online, yaitu loyalitas pemain online. Penelitian ini merupakan penelitian pertama meneliti pertukaran gender mempengaruhi loyalitas pemain online. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuisisioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku pertukaran gender memiliki hubungan yang negatif dengan kecerdasan sosial dan memiliki hubungan yang negatif dengan konversi jaringan.

Penelitian ini memiliki kontribusi yang baru dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini menggunakan gaya desain karakter sebagai sample objek penelitian untuk meneliti preferensi gaya desain yang diminati oleh pemain. Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya menggunakan karakter favorit pemain yang digunakan untuk sebagai persepsi pemain dalam mengukur karakteristik sebuah karakter dalam mempengaruhi minat pemain. Selain menggunakan gaya desain karakter, peneliti juga melakukan teknik kualitatif wawancara yang akan digunakan untuk membandingkan hasil bersama kuantitatif.

II. LANDASAN TEORI

1. Multimedia

Multimedia merupakan gabungan kata dari *multi* dan *media*, *multi* memiliki arti banyak atau bermacam-macam. Sedangkan *media* merupakan perantara yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi. Informasi multimedia dapat di rancang dalam bentuk yang banyak seperti gambar, foto, video, suara, serta animasi yang di rancang dalam bentuk digital.

2. RPG

RPG atau *role-playing game* adalah genre dari permainan video game dimana seorang pemain dapat menjadi salah satu peran atau karakter dalam sebuah game [9]. RPG memberikan pengalaman kepada pemain untuk melakukan interaksi di dalam dunia fiksi. Contoh interaksi dalam genre RPG seperti, NPC (*non-playable character*), *side quest*, *download able content* (DLC), dan alur cerita yang lebih besar.

3. MMORPG

MMO atau *massive-multiplayer online* merupakan genre game online dimana terdapat banyak pemain yang berkumpul di dalam satu tempat [10]. MMORPG merupakan salah satu genre game RPG yang menggabungkan konsep MMO dan RPG dengan tujuan memberikan pemain suatu peran atau karakter dengan saling berinteraksi dengan pemain yang banyak dalam waktu yang sama.

4. Online Gamer Loyalty

Online Gamer Loyalty atau bisa disebut dengan loyalitas pemain online dapat didefinisikan sebagai niat bermain terus-menerus atau *continuance intention* [5]. Penelitian lain [11] juga mendefinisikan loyalitas pemain online sebagai niat untuk bermain terus-menerus. *Continuance intention* merupakan niat seorang individu dalam melakukan suatu tugas secara terus menerus [12]. Loyalitas pemain online juga dikenal dengan hubungan sosialnya yang memiliki interaksi terhadap pemain lain. Interaksi sosial yang dilakukan oleh pemain memiliki nilai yang dapat mempengaruhi loyalitas pemain online [8].

Online Gamer Loyalty selain dalam faktor hubungan sosial juga memiliki faktor yang lain seperti *expectancy character growth* [13], *avatar attractiveness* [5], [11], *avatar customization*, *avatar identification*, *flow* [11], *gender swapping* [8], *interdependence* [14]. Melainkan faktor tersebut, pemain membutuhkan avatar atau karakter untuk berpartisipasi dalam bermain sebuah game.

Penelitian sebelumnya [5] meneliti *avatar characteristic* dalam mempengaruhi *avatar friendliness* dan *online gamer loyalty*. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa *perceived avatar attractiveness* dan *perceived avatar appearance agreeableness* memiliki hubungan yang positif terhadap *avatar friendliness*. Selain itu, *avatar friendliness* memiliki pengaruh yang positif terhadap *online gamer loyalty*.

5. Perceived Avatar Appearance Agreeableness

Avatar appearance agreeableness adalah persepsi pemain dari sebuah karakter yang memberikan kesan ramah dan baik kepada pemain. Berdasarkan teori psikologi *embodied cognition* yang dilakukan pada penelitian sebelumnya [5], *avatar appearance agreeableness* dapat memotivasi seseorang untuk melakukan sebuah aktivitas yang konsisten. Dengan karakter yang dimiliki, pemain dapat melakukan aktivitas secara terus menerus dengan perilaku yang baik dan ramah terhadap pemain lain.

6. Perceived Avatar Attractiveness

Avatar Attractiveness merupakan daya tarik pemain terhadap sebuah karakter. Daya tarik sebuah karakter bisa merupakan kombinasi dari gaya rambut, warna rambut, warna kulit, dan texture wajah, serta daya tarik karakter juga dapat di lihat dari penampilan fisik [5], [6], [11]. Pemain cenderung mengamati penampilan dari karakter dalam membentuk perilaku

dan sikap yang diharapkan. Tampilan karakter yang menarik dapat meningkatkan percaya diri dari seorang pemain dalam melakukan interaksi sosial dalam dunia virtual. Perilaku pemain ketika memiliki karakter yang menarik dapat berjalan lebih dekat kepada pemain lain dan mengungkapkan informasi yang lebih pribadi kepada mereka [11]. Selain itu, daya tarik sebuah karakter juga dapat meningkatkan seorang pemain untuk melakukan suatu tugas secara konsisten atau terus-menerus dengan sikap yang positif.

7. Uji Validitas

Pengujian validitas merupakan instrumen pengujian data untuk mengukur ketepatan atau kesahihan sebuah konten [15]. Sebuah konten yang sah mempunyai nilai validitas yang tinggi. Sebaliknya, konten yang memiliki valid yang rendah dinyatakan memiliki validitas yang rendah. Uji validitas menunjuk pertanyaan atau indikator yang disebar agar tidak memiliki hasil yang tidak bias atau menyimpang terhadap indikator variabel tersebut [16]. Berikut merupakan rumus pengujian validitas.

$$r = \frac{n \sum x_1 y_1 - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2\} \{n \sum y_1^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan rumus:

Rxy = koefisien korelasi

n = jumlah responden

Xi = skor setiap item pada instrument

Yi = skor setiap item pada kriteria

8. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah tes konsistensi dari sebuah variabel [15]. Tes konsistensi variabel tersebut di uji seberapa jauh di mana tes tersebut dapat dipercaya untuk menghasilkan data yang sama meskipun sudah dilakukan berkali-kali. Oleh karena itu, suatu kuisioner dikatakan dapat digunakan jika memiliki nilai nilai stabil yang dapat telah reliable. Berikut merupakan rumus pengujian reliabilitas.

$$r_1 = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

9. SPSS

IBM SPSS (*statistical package for the social sciences*) merupakan aplikasi yang digunakan untuk membaca dan memiliki kemampuan untuk mengolah serta menganalisis data. Aplikasi SPSS menyediakan 2 editor yaitu data editor dan output viewer yang mempermudah pengguna dalam membaca dan menganalisis data [17]. SPSS merupakan salah satu aplikasi yang banyak digunakan dan sering digunakan dalam melakukan penelitian yang bermetode kuantitatif. Tujuan dari SPSS adalah memudahkan peneliti untuk menghasilkan data yang tepat sesuai dengan yang telah diterapkan pada metodenya.

10. AMOS

IBM AMOS (*analysis of moment structure*) merupakan aplikasi yang di rancang oleh IBM. Aplikasi AMOS di rancang khusus untuk melakukan analisis hipotesis untuk menguji hubungan antara variabel. AMOS biasa digunakan dalam menguji SEM (*structural equatioin modelling*), *path analysis*, dan CFA (*confirmatory factor analysis*).

III. METODOLOGI PENELITIAN

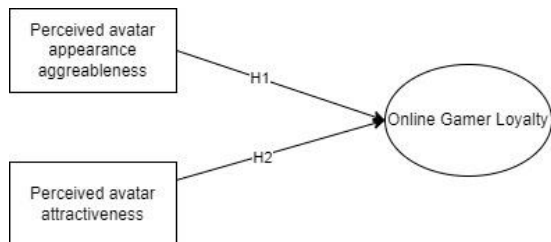
Gambar 1 merupakan model penelitian yang di adopsi dari penelitian lain. Dari gambar tersebut terdapat hipotesis yang akan di uji dalam penelitian ini yaitu:

HA¹: *Perceived avatar appearance aggreableness* memiliki pengaruh terhadap *online gamer loyalty* secara signifikan.

H0¹: *Perceived avatar appearance aggreableness* tidak memiliki pengaruh terhadap *online gamer loyalty* secara signifikan.

HA²: *Perceived avatar attractiveness* memiliki pengaruh terhadap *online gamer loyalty* secara signifikan.

H0²: *Perceived avatar attractiveness* tidak memiliki pengaruh terhadap *online gamer loyalty* secara signifikan.



Gambar 1 Model Penelitian

Penelitian ini mengadopsi model dari penelitian [5] dengan *perceived avatar appearance aggreableness* dan *perceived avatar attractiveness* sebagai variabel independent, dan *online gamer loyalty* sebagai variabel dependent.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode *multi-method* yaitu, campuran antara metode kuantitatif dan kualitatif. Kuantitatif adalah melakukan penyebaran kuisioner untuk mengetahui elemen desain karakter game yang dapat mempengaruhi loyalitas pemain online. Kualitatif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode pengumpulan data secara interview.

Penelitian ini melakukan penentuan gaya karakter desain yang akan digunakan sebagai objek sampel penelitian seperti yang dilakukan pada penelitian sebelumnya untuk mengetahui preferensi gaya desain karakter [3]. Lihat Tabel 1.

Tabel 1 Objek Sample Penelitian

Style	Character
-------	-----------

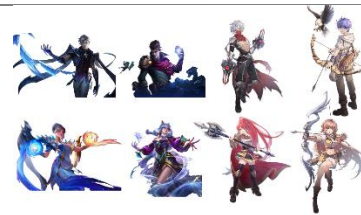
Traditiona I Style



Military Style



Fantasy Style



Definisi operasional variabel merupakan penjelasan terhadap variabel yang akan menjadi pengukuran dari hipotesis penelitian dalam penelitian ini. Defops pada penelitian ini menggunakan skala likert 1-5 dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Berikut adalah definisi operasional variabel dari penelitian ini. Lihat Tabel 2.

Tabel 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator
Kesesuaian penampilan avatar yang dirasakan (Perceived appearance aggreableness).	1. Penampilan karakternya menunjukkan keramahan (The appearance of the avatar suggests warmth). 2. Penampilan karakternya menunjukkan kebaikan (The appearance of avatar suggests kindness). 3. Penampilan karakternya menunjukkan kesantiaian (The appearance of avatar suggests an easy-going nature). Sumber: [5]
Daya Tarik Avatar yang Dirasakan (Perceived Attractiveness).	1. Karakternya kelihatan tampan/cantik (The avatar is good-looking). 2. Karakternya kelihatan menarik (The avatar is attractive). 3. Dalam pandangan fisik, karakternya kelihatan menarik

	(The avatar is physically attractive). Sumber: [5]
Loyalitas Pemain Online (Online Gamer Loyalty)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berniat untuk bermain game online ini (I intend to playing this online game). 2. Saya akan merekomendasikan game online ini kepada mereka yang ingin bermain game online (I will recommend this online game to those who want to play an online game). 3. Game online ini adalah pilihan pertama saya ketika saya mempertimbangkan untuk bermain game online (This online game is my first choice when I consider playing online games).
	Sumber: [5], [11]

Berikut merupakan pertanyaan yang akan digunakan sebagai pengumpulan data untuk penelitian ini. Pertanyaan tersebut didasarkan pada table definisi operasional variable yang dijabarkan pada Tabel 3.

Variabel	Pertanyaan
Perceived Character Appearance Aggreableness	Apakah yang anda rasakan dari tampilan muka ketika melihat gaya tampilan yang berbeda dari karakter tersebut?
Perceived Avatar Attractiveness	Bagaimana daya tarik dari setiap gaya penampilan karakter? Bagaimana dalam segi pandangan fisik dari setiap gaya penampilan karakter?
Online Gamer Loyalty	Apakah dengan tiga gaya tampilan dari setiap karakter dapat memotivasi anda dan merekomendasi orang lain untuk bermain game online ini? Apakah game dari ketiga gaya karakter tersebut dapat menjadi pertimbangan anda ketika memilih untuk bermain game online?

Data yang telah dikumpul secara kuantitatif akan di analisis menggunakan melalui aplikasi IBM SPSS v.26 dan uji *structural equation modelling* (SEM) menggunakan aplikasi IBM AMOS v.22 untuk pengujian hipotesis. Sedangkan data kualitatif menggunakan teknik *codificatioin* dengan menkategorikan jawaban dan memberikan skala 1-5 seperti pada kuisioner sesuai dengan jawaban yang diberikan oleh responden. Kemudian data kualitatif tersebut dianalisis menggunakan aplikasi IBM SPSS v.26 dan uji SEM menggunakan IBM AMOS v.22 untuk pengujian hipotesis. Pengujian SPSS yang dilakukan di penelitian ini terdiri atas 2 yaitu:

1. Uji *pearson correlation significance*
Perason Correlation Significance merupakan pengukuran dalam menguji validitas yang menkorelasikan masing-masing indicator dengan total skor konstruk [18]. Tingkat signifikansi untuk penelitian ini jika nilai korelasi di bawah $<0,05$, maka pertanyaan

dari defops dianggap valid untuk digunakan.

2. Uji *cronbach's alpha*

Cronbach's Alpha merupakan metode pengujian reliabilitas data untuk mencari reliabilitas terhadap suatu instrumen penelitian [18]. Instrumen penelitian ini dikatakan reliabel apabila tingkat *cronbach's alpha* di atas 0,6.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Sample profil atau karakteristik dari responden merupakan suatu keterangan dari responden berupa data dari penyebaran kuisioner yang dilakukan oleh penulis. Data deskripsi responden yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini dibagikan dalam beberapa kategori yaitu, jenis kelamin, umur, dan edukasi. Lihat Tabel 4, Tabel 5, dan Tabel 6.

Tabel 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan Jenis Kelamin	Kategori	Sample	Persentase
	Laki-laki	380	85.02%
	Perempuan	67	14.98%

Tabel 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Keterangan Umur	Kategori	Sample	Persentase
	<20 Tahun	90	20.13%
	20-30 Tahun	349	78.07%
	>30 Tahun	8	1.80%

Tabel 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Keterangan Edukasi	Kategori	Sample	Persentase
	SMA/SMK	395	88.3%
	D3	32	7.16%
	S1	20	4.47%

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat tabel berdasarkan jenis kelamin terdapat sebagian besar responden yang mengisi kuisioner penelitian dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 380 orang dengan persentase 85.02%. Sedangkan jenis kelamin perempuan mengisi kuisioner penelitian ini sebanyak 67 orang dengan persentase 14.98%. Pada tabel deskripsi responden berdasarkan umur terdapat sebagian besar responden yang berisi kuisioner dengan umu 20-30 tahun dengan persentase 78.07%. Sedangkan umur <20 terdapat 90 orang yang mengisi kuisioner dengan persentase 20.13%, dan >30 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 1.80%. Terakhir pada tabel deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir terdapat sebagian besar responden yang berisi kuisioner dengan umu 20-30 tahun dengan persentase 78.07%. Sedangkan umur <20 terdapat 90 orang yang mengisi kuisioner dengan persentase 20.13%, dan >30

tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 1.80%.

Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahap yaitu dimulai dengan uji outlier, uji validitas, uji reliabilitas, dan uji SEM. Penulis melakukan pengumpulan data yang terdiri atas 3 gaya desain tampilan karakter yaitu, *Traditional Style* (Gaya Tradisional), *Military Style* (Gaya military), dan *Fantasy Style* (Gaya Fantasi). Ketiga gaya desain memiliki indikator atau pertanyaan yang sama dalam penyebaran kuisioner. Dari ketiga gaya desain tersebut, peneliti akan menggunakan salah satu gaya desain yang mempunyai nilai rata-rata atau mean tertinggi dalam analisis deskriptif untuk di jadikan sebagai pengujian hipotesis dalam penelitian ini. Untuk itu, penulis menggunakan data dari *Traditional Style* dengan nilai mean tertinggi untuk di analisis.

Pengujian outlier dilakukan untuk memastikan data yang akan diolah tidak mengandung data yang ekstrim yang akan menyebabkan terjadinya data yang unik dengan data lainnya. Pengujian outlier dilakukan dengan nilai standar yaitu dengan nilai z-factor. Nilai dari z-factor dikatakan outlier apabila nilai tersebut >3 atau <-3. Hasil dari gaya traditional terdapat 19 outlier karena tidak memenuhi persyaratan dari standar nilai z-factor.

Pengujian validitas digunakan untuk mengetahui bahwa suatu indikator variabel dapat dinyatakan valid atau tidak valid. Sebuah indikator dinyatakan tidak valid jika nilai *pearson correlation significance* di bawah nilai <0.5 [5]. Berikut merupakan hasil uji validitas telah dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS. Lihat Tabel 7.

Tabel 7 Hasil Uji Validitas Kuantitatif

Variabel	Pearson correlation significance	Keterangan
PAAA1	.782**	Valid
PAAA2	.807**	Valid
PAAA3	.786**	Valid
PAA1	.816**	Valid
PAA2	.795**	Valid
PAA3	.809**	Valid
OGL1	.732**	Valid
OGL2	.805**	Valid
OGL3	.879**	Valid

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui suatu variabel memiliki jawaban yang konsisten dari indikator atau pertanyaan yang telah disebar. Rumus *cronbach alpha* merupakan salah satu cara untuk mengukur reliabilitas dalam suatu variabel. *Cronbach alpha* dari penelitian ini dinyatakan reliable jika angka *cronbach alpha* di atas 0.6 [19]. Lihat tabel 8, Lihat Tabel 9, Lihat Tabel 10.

Tabel 8 Uji Reliabilitas Kuantitatif Variabel

PAAA	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.701	3

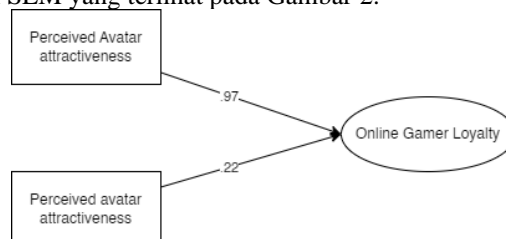
Tabel 9 Uji Reliabilitas Kuantitatif Variabel PAA

Cronbach's Alpha	N of Items
0.731	3

Tabel 10 Uji Reliabilitas Kuantitatif Variabel OGL

Cronbach's Alpha	N of Items
0.732	3

Penelitian ini menerapkan teknik analisis *Structural equation modelling* (SEM) sebagai metode dalam pengujian hipotesis. Analisis SEM digunakan dalam penelitian ini menggunakan aplikais AMOS 22 dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh desain karakter game terhadap minat bermain game atau loyalitas pemain game online. Berikut merupakan hasil uji SEM yang terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Uji Structural Model Kuantitatif

Berdasarkan gambar hasil uji *structural model* di atas, dapat dilihat selengkapnya mengenai uji hipotesis dengan tabel di bawah ini. Tabel tersebut terdiri nilai dari *regression weight* yang berisi estimasi (*estimation*) yang di beri huruf b, nilai S.E (*Standard Error*), nilai C.R (*Critical Ratio*), nilai P (*Probability*), dan nilai estimasi dari tabel *standardized regression* yang di beri huruf β .

Tabel 11 Hasil Uji Structural Model dan Hipotesis

			Estimate (b)	S.E.	C.R.	P	Estimate (β)
O	<	PA	0.875	0.1	7.0	*	.974
G	--	AA		23	87	*	
L	-					*	
O	<	PA	0.165	0.0	3.9	*	.226
G	--	A		42	47	*	
L	-					*	

Hasil uji SEM pada variabel *perceived avatar appearance agreeableness* (PAAA) dapat di lihat bahwa variabel tersebut memiliki nilai *critical ratio* sebesar 7.087 yang paling tinggi di dibandingkan dengan angka *critical ratio* lainnya. Nilai *probability* (P) memiliki nilai *** atau mendekati dengan nilai 0,000. Hal ini menyatakan bahwa variabel *perceived avatar appearance agreeableness* (PAAA) memiliki hasil

yang signifikan terhadap *online gamer loyalty* (OGL). Maka dari itu, bisa dinyatakan bahwa hipotesis HA¹ diterima sedangkan HO¹ ditolak. Sedangkan pada hasil uji SEM variabel *perceived avatar attractiveness* (PAA) dapat di lihat dari tabel, bahwa nilai *critical ratio* sebesar 3.947. Nilai *Probability* (P) memiliki angka yang mendekati 0,000 atau ***. Sehingga menunjukkan bahwa *perceived avatar attractiveness* memiliki hasil yang signifikan terhadap *online gamer loyalty* (OGL). Hal tersebut menyatakan bahwa hipotesis HA² di terima, sedangkan hipotesis HO² di tolak.

Analisis Kualitatif

Peneliti melakukan pengumpulan data sebanyak 31 responden untuk di analisa dalam bentuk *codificatioin*. Data deskripsi responden berdasarkan umur terdiri dari 29 responden yang berumur >20, dan 2 responden berumur <20. Data deskripsi resonden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari 27 responden yang berjenis kelamin laki-laki dan 4 responden yang berjenis kelamin perempuan. Sedangkan data deskripsi responden berdasarkan pendidikan terdiri dari 31 responden yang memiliki pendidikan terakhir di SMA. Uji outlier digunakan untuk menguji data yang diolah tidak mengandung data ekstrim yang akan menyebabkan keunikan data lainnya. Pengujian outlier dilakukan persis dengan metode kuantitatif yaitu analisa dengan menggunakan z-factor. Hasil uji outlier kualitatif terdapat 1 data yang tidak memenuhi standar dari uji z-factor.

Berikut merupakan hasil uji validitas dalam metode kualitatif. Lihat Tabel 12.

Tabel 12 Hasil Uji Validitas Kualitatif

Variabel	Pearson correlation significance	Keterangan
PAAA1	.928**	Valid
PAAA2	.937**	Valid
PAAA3	.892**	Valid
PAA1	.900**	Valid
PAA2	.905**	Valid
PAA3	.672**	Valid
OGL1	.947**	Valid
OGL2	.892**	Valid
OGL3	.903**	Valid

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas dalam metode kualitatif. Lihat Tabel 13, Tabel 14, Tabel 15.

Tabel 13 Hasil Uji Reliabilitas Kualitatif PAAA

Cronbach's Alpha	N of Items
0.964	3

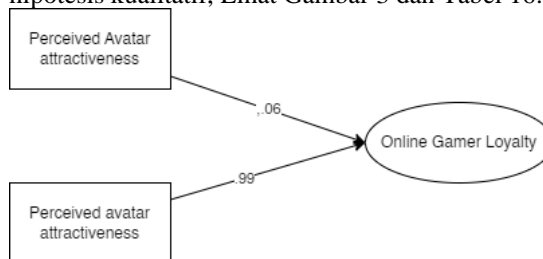
Tabel 14 Hasil Uji Reliabilitas Kualitatif PAA

Cronbach's Alpha	N of Items
0.760	3

Tabel 15 Hasil Uji Reliabilitas Kualitatif OGL

Cronbach's Alpha	N of Items
0.896	3

Berikut merupakan hasil uji SEM untuk pengujian hipotesis kualitatif, Lihat Gambar 3 dan Tabel 16.



Gambar 3 Uji Structural Model Kualitatif

Tabel 16 Hasil Uji Structural Model dan Hipotesis

	Es timat	S .E.	C .R.	P	Es timat
	(b)				(β)
O < P	0.0	0	0	0	.0
G -- AA	76	.18	.40	.68	65
L - A		7	7	4	
O < P	2.1	0	3	0	.9
G -- AA	52	.71	.02	.00	98
L -		1	5	2	

Hasil uji SEM dan hipotesis menunjukkan bahwa variabel independent antara *perceived avatar attractiveness* (PAAA) dengan variabel dependent *online gamer loyalty* (OGL) memiliki nilai *critical ratio* yang tinggi dibandingkan dengan variabel yang lain. Nilai *probability* (P) dari variabel PAA memiliki nilai 0,002 yang hampir mendekati nilai 0,000 dimana variabel tersebut dinyatakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel OGL. Oleh karena itu, hipotesis HO¹ di terima dan HA¹ di tolak.

Pembahasan Hipotesis

Perceived Avatar Appearance Aggreableness mempengaruhi Online Gamer Loyalty secara signifikan

Uji hipotesis kuantitatif *perceived avatar appearance aggreableness* (PAAA) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *online gamer loyalty* (OGL) di kota Batam. Dengan nilai β sebesar 0.974 menunjukkan bahwa tampilan dari wajah sebuah karakter yang dapat memberikan kesan ramah dan baik dapat meningkatkan atau memotivasi seorang pemain untuk bermain sebuah game secara konsisten atau terus-menerus [5]. Seperti pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [5], PAAA memiliki hasil yang signifikan terhadap variabel OGL dengan *avatar friendliness* sebagai mediasi dimana sebuah karakter sebagai penjalin hubungan antara karakter pemain yang ramah untuk berinteraksi bersama pemain lain.

Perceived Avatar Attractiveness mempengaruhi Online Gamer Loyalty secara signifikan

Korelasi kuantitatif antar variabel *perceived avatar attractiveness* (PAA) berpengaruh terhadap *online gamer loyalty* (OGL) secara signifikan. Hal ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [11] dimana *avatar attractiveness* memiliki hasil yang positif terhadap *online gamer loyalty*. Hasil hipotesis menunjukkan

bahwa sebuah karakter yang memiliki ketampanan atau daya tarik yang tinggi dimiliki oleh pemain dapat memiliki interaksi sosial yang positif kepada pemain lain dan meningkatkan niat bermain secara terus-menerus atau konsisten.

Perceived Avatar Appearance Aggreableness tidak memiliki pengaruh terhadap Online Gamer Loyalty secara signifikan

Uji korelasi kualitatif pada variabel *perceived avatar appearance aggreableness* (PAAA) dinyatakan tidak memiliki dengan pengaruh yang signifikan terhadap variabel *online gamer loyalty* (OGL). Hal ini menunjukkan bahwa karakter yang memberikan rasa kesan ramah dan baik kepada pemain tidak memberikan pengaruh kepada pemain dalam bermotivasi bermain sebuah game baik dalam menimbulkan niat bermain ataupun konsisten bermain secara terus-menerus.

Perceived Avatar Attractiveness tidak memiliki pengaruh terhadap Online Gamer Loyalty secara signifikan

Pengujian kualitatif korelasi antara variabel *perceived avatar attractiveness* (PAA) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *online gamer loyalty*. Hal ini menunjukkan bahwa tampilan karakter yang menarik dari segi gaya rambut, warna rambut, warna kulit ataupun texture wajah tidak dapat mempengaruhi seorang pemain dalam menimbulkan niat untuk bermain atau bermain secara terus-menerus.

Preferensi Gaya Desain Karakter yang diminati

Berdasarkan grafik dibawah bisa disimpulkan bahwa karakter fantasy dapat menjadi motivasi kepada pemain untuk bermain game online tersebut. Sedangkan military berada pada tingkat terendah dibandingkan dengan gaya traditional dan fantasy. Lihat Gambar 4.



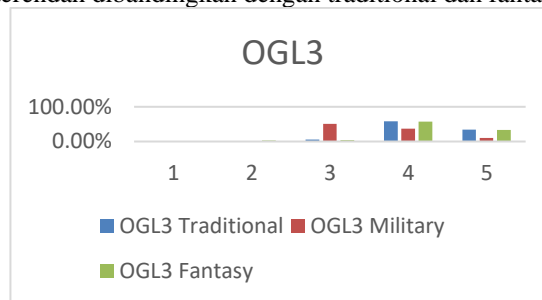
Gambar 4 Grafik OGL1

Berdasarkan grafik dibawah bisa disimpulkan bahwa tampilan traditional dapat merekomendasi pemain kepada orang lain untuk bermain game tersebut. Sedangkan gaya military berada pada tingkat terendah dibandingkan dengan gaya traditional dan fantasy. Lihat Gambar 5.



Gambar 5 Grafik OGL2

Berdasarkan grafik dibawah bisa disimpulkan bahwa gaya tampilan traditional dapat menjadi pertimbangan pemain ketika memilih untuk bermain game online. Sedangkan military berada pada tingkat terendah dibandingkan dengan traditional dan fantasy.



Gambar 6 Grafik OGL3

V. KESIMPULAN

Penelitian ini merupakan penelitian *multi-method* yaitu metode campuran antara kuantitatif dan kualitatif dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana karakter desain *game* genre MMO dapat mempengaruhi minat dalam bermain sebuah game online serta preferensi gaya desain karakter yang diminati. Data kuantitatif dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner kepada warga di kota Batam. Sedangkan data kualitatif menggunakan teknik wawancara dengan menggunakan aplikasi whatsapp kepada warga di kota Batam yang pernah bermain game MMO.

Hasil penelitian di atas terdapat 2 hasil yang berbeda yaitu kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kuantitatif menunjukkan bahwa tampilan ramah ataupun baik dari seorang karakter dapat memotivasi pemain untuk berniat bermain game online atau secara terus-menerus. Selain tampilan yang ramah, karakter yang memiliki daya tarik yang tinggi atau ketampanan/kecantikan yang bagus dapat memotivasi seorang pemain untuk melakukan interaksi sosial yang positif kepada pemain lain dan meningkatkan niat untuk bermain secara terus-menerus atau konsisten. Hasil penelitian kualitatif menunjukkan hipotesis tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Uji korelasi kualitatif menunjukkan bahwa sebuah karakter yang memberikan kesan ramah dan baik kepada pemain tidak memberikan pengaruh dalam bermotivasi bermain sebuah game baik dalam menimbulkan niat bermain ataupun konsisten bermain secara terus-menerus. Selain tampilan yang ramah, daya tarik dan ketampanan dari sebuah karakter tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam bermotivasi bermain sebuah game baik dalam menimbulkan niat bermain

ataupun konsisten bermain secara terus-menerus. Dari hasil wawancara, responden tidak dapat memutuskan pilihan dari setiap karakter yang sudah disediakan oleh peneliti, namun responden menjawab bahwa setiap karakter memiliki keunikan masing-masing sesuai dengan game yang akan dimainkan. Dari ketiga gaya tersebut, traditional dan fantasy menjadi pilihan yang paling diminati oleh pemain untuk memberikan motivasi untuk bermain game tersebut di bandingkan dengan gaya military.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. C. Li, Y. W. Liang, H. N. Lu, and J. Y. Chen, *The Effect of Character Design on Character Identification for Mobile Games*, vol. 824. Springer International Publishing, 2019. doi: 10.1007/978-3-319-96071-5_11.
- [2] M. Hämäläinen and K. Alnajjar, "Creative contextual dialog adaptation in an open world RPG," *ACM Int. Conf. Proceeding Ser.*, 2019, doi: 10.1145/3337722.3341865.
- [3] S.-L. Tian and T. Woo, "Study on the Influence of Game Character Design on Users' Continuous Immersion," *J. Digit. Contents Soc.*, vol. 20, no. 6, pp. 1097–1104, 2019, doi: 10.9728/dcs.2019.20.6.1097.
- [4] A. Mulachela, "Analisis Perkembangan Industri Game di Indonesia Melalui Pendekatan Rantai Nilai Global (Global Value Chain)," *Indones. J. Glob. ijgd.unram.ac.id*, vol. 2, no. 2, pp. 32–51, 2020, [Online]. Available: <http://ijgd.unram.ac.id/index.php/ijgd/article/view/17>
- [5] C.-I. Li, K., Nguyen, H. V., Cheng, T. C. E., & Teng, "Article information : How do avatar characteristics affect avatar friendliness and online gamer loyalty? Perspective of the theory of embodied cognition Abstract," 2018.
- [6] C. I. Teng, "How avatars create identification and loyalty among online gamers: Contextualization of self-affirmation theory," *Internet Res.*, vol. 29, no. 6, pp. 1443–1468, 2019, doi: 10.1108/INTR-05-2018-0222.
- [7] Y. Wang and P. Sweetser, "The Effect of Using an Auto-Generated Anime Avatar on Player-Avatar Identification," *ACM Int. Conf. Proceeding Ser.*, pp. 12–22, 2022, doi: 10.1145/3511616.3513094.
- [8] F. C. Tseng, C. Ter Chang, H. C. Lee, and C. I. Teng, "How does gender swapping impact online gamer loyalty? The perspective of interdependence theory," *Online Inf. Rev.*, vol. 42, no. 5, pp. 647–662, 2018, doi: 10.1108/OIR-08-2016-0230.
- [9] A. A. Rahman and A. Angraeni, "Empowering learners with role-playing game for vocabulary mastery," *Int. J. Learn. Teach. Educ. Res.*, vol. 19, no. 1, pp. 60–73, 2020, doi: 10.26803/ijlter.19.1.4.
- [10] H. Wang, Z. Zhang, M. N. A. Khalid, H. Iida, and K. Li, "Mmorpg evolution analysis from explorer and achiever perspectives: A case study using the final fantasy series," *Inf.*, vol. 12, no. 6, pp. 1–18, 2021, doi: 10.3390/info12060229.
- [11] G. Y. Liao, T. C. E. Cheng, and C. I. Teng, "How do avatar attractiveness and customization impact online gamers' flow and loyalty?," *Internet Res.*, vol. 29, no. 2, pp. 349–366, 2019, doi: 10.1108/INTR-11-2017-0463.
- [12] B. Patzer, B. Chaparro, and J. R. Keebler, "Developing a Model of Video Game Play: Motivations, Satisfaction, and Continuance Intentions," *Simul. Gaming*, vol. 51, no. 3, pp. 287–309, 2020, doi: 10.1177/1046878120903352.
- [13] I. Alghifari and R. E. Halim, "Factors that influence expectancy for character growth in online games and their influence on online gamer loyalty," *J. Econ. Business, Account. Ventur.*, vol. 22, no. 3, pp. 298–308, 2020, doi: 10.14414/jebav.v22i3.1873.
- [14] G. Y. Liao, T. L. Huang, T. C. E. Cheng, and C. I. Teng, "Why future friends matter: impact of expectancy of relational growth on online gamer loyalty," *Internet Res.*, vol. 30, no. 5, pp. 1479–1501, 2020, doi: 10.1108/INTR-08-2019-0342.
- [15] Y. EFENDI and A. WIDODO, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Tes Shooting Sepak Bola Pada Pemain Tim Persiwa Fc Jatiyoso," *J. Kesehat. Olahraga*, vol. 7, no. 2, pp. 367–372, 2019.
- [16] B. J. Boddington, A. J. Cripps, A. T. Scanlan, and T. Spiteri, "The validity and reliability of the Basketball Jump Shooting Accuracy Test," *J. Sports Sci.*, vol. 37, no. 14, pp. 1648–1654, 2019, doi: 10.1080/02640414.2019.1582138.
- [17] A. Purwanto, M. Asbari, and T. I. Santoso, "Analisis Data Penelitian Marketing: Perbandingan Hasil antara Amos, SmartPLS, WarpPLS, dan SPSS untuk Jumlah Sampel Besar," *J. Ind. Eng. Manag. Res.*, vol. 2, no. 4, pp. 216–227, 2021, [Online]. Available: <https://www.jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/178/138>
- [18] N. M. Janna, "Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS," *Artik. Sekol. Tinggi Agama Islam Darul Dakwah Wal-Irsyad Kota Makassar*, no. 18210047, pp. 1–13, 2020.
- [19] K. A. M. Khidzir, N. Z. Ismail, and A. R. Abdullah, "Validity and River," *Int. J. Dev. Sustain.*, vol. 7, no. 3, pp. 1026–1037, 2018, [Online]. Available: www.isdsnet.com/ijds