



**PENGARUH *TRAILER* GAME POINT BLANK DI YOUTUBE TERHADAP
MINAT GAMERS UNTUK BERMAIN GAME DI WARNET CB CILEDUG**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama : Dwi Riyanto

NIM : 1106015015

Peminatan : Periklanan



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2016**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. HAMKA

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Riyanto

NIM : 1106015015

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Periklanan

Judul : Pengaruh *Trailer* Game Point Blank Di Youtube Terhadap
Minat Gamers Untuk Bermain Game Di Warnet CB
Ciledug

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar- benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar- benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebgaimana mestinya.

Jakarta, November 2016

Yang menyatakan,



Dwi Riyanto

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Proposal : Pengaruh *Trailer* Game Point Blank Di Youtube Terhadap
Minat Gamers Untuk Bermain Game Di Warnet CB Ciledug.

Nama : Dwi Riyanto

NIM : 11060150015


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Periklanan

Telah diperiksa dan disetujui
Untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II


Said Ramadhan, S.Sos., M.Si.


Farhan Muntafa, S.Si., M.Stat.

Tanggal : 11 November 2016

Tanggal : 11 November 2016

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR HAMKA

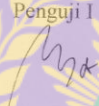
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Judul : Pengaruh *Trailer* Game Point Blank Di Youtube Terhadap
Minat Gamers Untuk Bermain Game Di Warnet CB Ciledug
Nama : Dwi Riyanto
NIM : 1106015015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Periklanan

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Jumat, tanggal 26 November 2016, dan dinyatakan **LULUS**.

Penguji I

Penguji II


Dr. Maryono Basuki, M.Si.

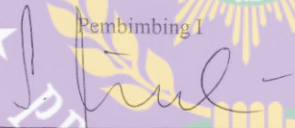

Eko Digdoyo, M.Hum

Tanggal : 30/11/16

Tanggal : 08/12/2016

Pembimbing I

Pembimbing II


Said Ramadhan, S.Sos., M.Si.



Farhan Muntafa, S.Si., M.Stat.

Tanggal : 15/12/16

Tanggal : 15/12/16

Mengetahui,

Dekan


Said Ramadhan, S.Sos., M.Si.

ABSTRAK

Judul Skripsi : Pengaruh *Trailer* Game Point Blank Di Youtube Terhadap Minat Gamers Untuk Bermain Game Di Warnet CB Ciledug
Nama : Dwi Riyanto
NIM : 1106015015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Periklanan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bentuk Pengaruh *trailer* game Point Blank di Youtube terhadap minat gamers untuk bermain game di Warnet CB Ciledug. Penelitian ini menggunakan teori SOR yang berarti pengaruh yang terjadi pada pihak penerima (*receiver/organisme*) sebagai akibat dari komunikasi. Hasil penelitian diperoleh dengan menggunakan uji korelasi.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Metode deskriptif bertujuan membuat deskriptif secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *Accidental Sampling* teknik ini adalah memilih siapa saja yang kebetulan dijumpai untuk dijadikan sampel. Teknik ini digunakan, antara lain karena periset merasa kesulitan untuk menemui responden atau karena topik yang diriset adalah persoalan umum di mana semua orang mengetahuinya. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner / angket, dan studi kepustakaan.

Hasil penelitian ini Berdasarkan uji korelasi parametric menunjukkan bahwa koefisiensi korelasi (r) skornya 0,349. Di dalam teori SOR menjelaskan tentang pengaruh yang terjadi pihak penerima (*receiver/organism*) sebagai akibat dari komunikasi. Menurut teori ini dampak atau pengaruh yang terjadi pada pihak penerima. Stimulus di dalam penelitian ini adalah Trailer Point Blank sedangkan pihak penerima adalah gamers Warnet CB. Ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *trailer* game Point Blank terhadap minat gamers dikategorikan dalam hubungan yang rendah.

Kata Kunci : Youtube, *Trailer* Game Point Blank, Gamers.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof.DR. HAMKA.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih, kepada:

1. Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kelancaran dalam pengerjaan Skripsi ini hingga selesai.
2. Kedua Orang Tua (Ibu dan Bapak yang tercinta) yang telah membesarkanku dan selalu memberikan nasehat dan cinta kasih sayangnya, serta doa yang tiada henti, dan ade saya Jihan Anisawati yang membantu menyelesaikan skripsi ini.
3. Said Ramadhan, S.sos, M.si., Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof.DR. HAMKA, dan selaku pembimbing I.
4. DR. Sri Mustika, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof.DR HAMKA.

5. Dini Wahdiyati, S.Sos, M.I.Kom, Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA.
6. Farhan Muntafa, S.Si., M.Stat, Selaku Pembimbing II saya.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , Universitas Muhammadiyah Prof.DR.HAMKA yang telah memberikan ilmu bermanfaat untuk saya.
8. Teman-teman kampus Bombom, Fikri, Ruly, Isty, Icha, Jay, Pelong, Eko, Irfan, Mpi, Bara, Isra dan semua teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas motivasi dan waktunya selama ini.
9. Teman-teman rumah Catur, Abil, Denny dan semua teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas motivasi dan waktunya, salam hangat buat BRAIN OF BALANCE.

Semua pihak yang terlalu banyak disebut satu per satu, hingga terwujudnya Skripsi ini. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan ke depan. *Amin Yaa Robbal'Alamin*

Jakarta, 17 Oktober 2016

Penulis


(Dwi Riyanto)

NIM.1106015015

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL (*COVER*)

HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Signifikansi Penelitian	13
1.4.1 Signifikansi Akademis	13

1.4.2 Signifikansi Metodologis	13
1.4.3 Signifikansi Praktis	14
1.5 Sistematika Penulisan	14

BAB II KERANGKA TEORI

2.1 Paradigma	16
2.1.1 Pengertian Paradigma	16
2.1.2 Paradigma Positivisme	16
2.2 Komunikasi	17
2.2.1 Hakekat Komunikasi	17
2.2.2 Pengertian Komunikasi	18
2.2.3 Fungsi Komunikasi	20
2.2.4 Model Komunikasi	21
2.2.5 Elemen Komunikasi	22
2.2.6 Proses Komunikasi	23
2.2.7 Konteks Komunikasi	24
2.3 Periklanan	26

2.3.1 Pengertian Periklanan	26
2.3.2 Fungsi- Fungsi Periklanan	27
2.3.3 Tujuan Periklanan	28
2.3.4 Karakteristik Periklanan	28
2.4 Komunikasi Massa	29
2.4.1 Karakteristik Komunikasi Massa	30
2.4.2 Fungsi Komunikasi	32
2.4.3 Bentuk- Bentuk Media Massa	33
2.5 Perhatian	34
2.6 Trailer Game	36
2.7 Gamers	40
2.8 Minat	40
2.9 Teori SOR (Stimulus- Organisme- Respon)	42
2.10 Model AIDCA	42
2.11 Hipotesis Penelitian	44
2.12 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	46

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan, Jenis dan Metodologi Penelitian	49
3.1.1 Pendekatan Kuantitatif	49
3.1.2 Jenis Penelitian Deskriptif	50
3.1.3 Metode Penelitian Survey	50
3.2 Populasi dan Sampel	51
3.2.1 Populasi	51
3.2.2 Sampel	52
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	53
3.3 Metode (Teknik) Pengumpulan Data	54
3.3.1 Kuesioner (Angket)	54
3.3.2 Studi Kepustakaan	55
3.4 Metode (Teknik) Analisis Data	55
3.4.1 Uji Validitas	56
3.4.2 Uji Reliabilitas	57
3.4.3 Metode <i>Successive</i> Interval (MSI)	57

3.5 Lokasi Penelitian	59
3.6 Waktu Penelitian	59

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	60
4.1.1 Profil Gamer Point Blank	60
4.1.2 Alamat Point Blank Garena	61
4.1.3 Logo Point Blank	61
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Korelasi	62
4.2.2 Koefisien Determinasi/ Kontribusi	62
4.2.3 Regresi	63
4.3 Pembahasan Penelitian	65

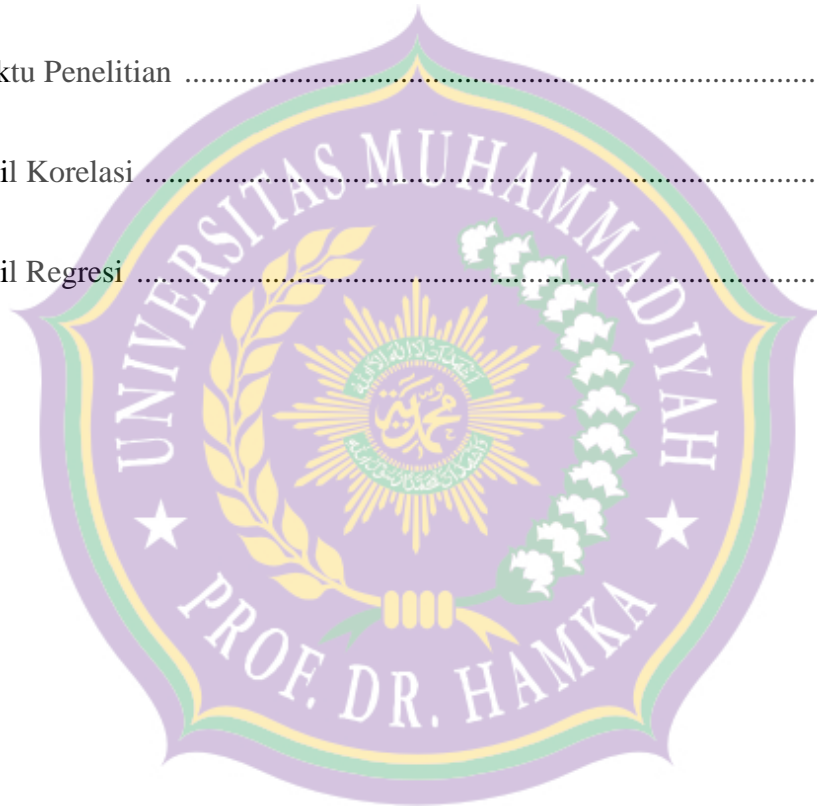
BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan	67
5.2 Saran- Saran	68
Daftar Pustaka	70

DAFTAR TABEL

Tabel:

2.1 Operasional Konsep	47
3.1 Skala Likert	56
3.2 Waktu Penelitian	59
4.1 Hasil Korelasi	62
4.3 Hasil Regresi	63



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah kebutuhan pokok manusia yang tidak dapat diabaikan, karena hanya dengan komunikasi kita dapat memperoleh informasi dan berinteraksi dengan sesama. Perbedaan paham, ras, etnik, suku, dan agama sering menjadi hambatan manusia dalam berkomunikasi satu sama lain. Pada dasarnya komunikasi punya beberapa fungsi salah satunya adalah fungsi sosial. Komunikasi merupakan mekanisme untuk mensosialisasikan norma-norma budaya masyarakat, baik secara horisontal, dari suatu masyarakat kepada masyarakat lainnya, ataupun secara vertikal, dari suatu generasi kepada generasi berikutnya (Mulyana, 2007:7).

Pada masa modern saat ini manusia melakukan komunikasi tidak hanya secara langsung bertatap muka tetapi sering kali menggunakan alat perantara komunikasi. Media massa merupakan alat bantu utama yang mempunyai salah satu keunggulan mampu menjangkau khalayak. Khalayak yang selalu mempunyai rasa ingin tahu tentang kejadian disekitar sangat terbantu dengan adanya media massa dan perkembangan teknologi yang pesat mulai dari media cetak seperti surat kabar dan majalah, media elektronik seperti televisi dan radio hingga internet.

Komunikasi tidak berlangsung dalam ruang hampa-sosial, melainkan dalam konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks di sini berarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi, yang terdiri dari : pertama, aspek bersifat fisik

seperti iklim, cuaca, suhu udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, jumlah peserta komunikasi, dan alat yang tersedia untuk menyampaikan pesan; kedua, aspek psikologis, seperti : sikap, kecenderungan, prasangka dan emosi para peserta komunikasi; ketiga, aspek sosial, seperti : norma kelompok, nilai sosial, dan karakteristik budaya; keempat, aspek waktu, yakni kapan berkomunikasi (hari apa, jam berapa, pagi, siang, sore, malam) (Mulyana, 2007: 77).

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar dan majalah) atau elektronik (radio dan televisi), berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas (khususnya media elektronik).

Konteks komunikasi yang tepat untuk pembahasan penulis adalah konteks komunikasi massa. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi yang disampaikan melalui media massa, baik cetak (surat kabar dan majalah) atau elektronik (radio dan televisi) yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, yang masyarakatnya bersifat anonim dan heterogen.

Media massa terdiri dari media cetak (surat kabar, majalah, dan lain-lain) dan media non cetak atau elektronik (radio, TV, internet, film). Media elektronik (film, radio, dan televisi) sendiri memiliki sejarah yang sangat berbeda dari media cetak. Sebagai produk revolusi industri dan teknologi, media elektronik muncul ketika alam

demokrasi di AS sudah berkembang secara penuh an urbanisasi sudah berlangsung lama, lengkap dengan berbagai persoalan yang dibawanya. Karena itu media elektronik sejak awal sudah bersifat demokratis, dan sejak awal juga khalayaknya adalah masyarakat luas secara keseluruhan, bukan kalangan tertentu saja. Dahulu tidak seperti media cetak, media elektronik menuntut khalayaknya memberikan perhatian secara penuh karena apa yang disiarkannya tidak akan diulang. Kita bisa membaca tentang plato sekarang, lalu meneruskannya sepuluh tahun kemudian. Kita tidak apat menikmati siaran radio dan televisi seperti itu, namun teknologi audio dan vidio kemudian mengubahnya, karena kita bisa merekam secara tertentu untuk kita nikmati pada saat kapan saja diluar pada saat acara itu disiarkan.

Teknologi sifat dasar elektronik, dan kebutuhan akan dukungan yang besar mengharuskan film, radio dan televisi memiliki khalayak luas atau massal. Program acara radio atau film pendekpun memerlukan biaya yang besar dan menuntut bermacam keahlian mulai dari penulis naskah, produser, sutradara, pemain, insinyur dan teknisi yang menangani berbagai peralatan. Untuk menutup semua biaya itu diperlukan khalayak yang besar (Rivers dkk, 2003:59).

Internet adalah jaringan besar yang saling berhubungan dari jaringan-jaringan komputer diseluruh dunia, melalui telepon, satelit dan sistem-sistem komunikasi yang lain. Internet dibentuk oleh jutaan komputer yang terhubung bersama dari seluruh dunia, memberi jalan bagi informasi (mulai dari text, gambar, audio, video dan lainnya) untuk dapat dikirim dan dinikmati bersama. Untuk dapat bertukar informasi,

digunakan protocol standar yaitu Transmission Control Protocol dan Internet Protocol yang lebih dikenal sebagai TCP/IP. TCP (Transmission Control Protocol) bertugas untuk memastikan bahwa semua hubungan bekerja dengan benar, sedangkan IP (Internet Protocol) yang mentransmisikan data dari satu komputer ke komputer lain. TCP/IP secara umum berfungsi memilih rute terbaik transmisi data, memilih rute alternatif jika suatu rute tidak dapat digunakan, mengatur dan mengirim paket-paket pengiriman data.¹

Trailer film dalam Kernan (2004:1) disebutkan bahwa, “*while trailer are a form of advertising, they are also a unique form of narrative film exhibition, wherein promotional discourse and narrative pleasure are conjoined (whether happily or not)*”. Hal tersebut oleh Natigor dan Rini (2011) dimaksudkan bahwa *trailer* adalah suatu bentuk iklan. Selain itu, juga dinyatakan bahwa “*trailer defined as a brief film text that usually displays images from a specific feature film while asserting its excellence, and that is created for the purpose of projecting in theaters to promote a film’s theatrical release*” (Kernan, 2004:1). Artinya bahwa *trailer* didefinisikan sebagai suatu film singkat yang biasanya menampilkan gambar-gambar dari fitur spesifik film yang menunjukkan keunggulan film tersebut dan diciptakan dengan tujuan mempromosikan rilis film tersebut (Natigor dan Rini,2011).

¹<https://budinugroho24.wordpress.com/about/pengertian-internet-atau-definisi-internet-2/> diakses 28 Maret 2016.

“Trailer offer figuration of felicitous space so as to make audience wish to be there or conversely, horrific or suspenseful spaces to create audience desire to experience the “safe” fear and terror of the movies. The restriction of trailers to a few minutes of carefully selected and edited shots and scene endows what do we see, from faces to car crasher, with a kind of pregnancy or underdeterminancy that allows audiences to create an imaginary (as-yet-unseen) film out of these fragments- we desire not the real film but the film we want to see” (Kernan, 2004:13). Hal tersebut dapat diartikan bahwa *trailer* film menampilkan rupa ruang yang indah untuk membuat penonton berkeinginan berada di sana atau sebaliknya, *trailer* menampilkan hal mengerikan atau menegangkan untuk menciptakan keinginan penonton untuk mengalami rasa takut yang aman dan teror dari film tersebut. Pembatasan *trailer* dalam beberapa menit dengan gambar dan adegan yang dipilih dan diedit secara teliti membuat kita melihat apa yang sebaiknya kita lihat, dari wajah hingga tubrukan mobil, dengan semacam perasaan atau keteraturan yang memungkinkan penonton untuk menciptakan film khayalan diluar dari fragmen, yang kita inginkan bukanlah film nyata tetapi film yang ingin kita lihat (Natigor dan Rini,2011).

Media merupakan salah satu bentuk teknologi dimana keberadaan media mampu membentuk interaksi sosial secara tidak langsung yang sering kali disebut media sosial. Youtube menjadi salah satu pilihan dari banyaknya jenis media sosial yang terpilih dalam penelitian ini. Youtube adalah situs web yang menyediakan berbagai macam video mulai dari video klip sampai film, serta video-video yang

dibuat oleh pengguna youtube sendiri. Tidak sedikit orang-orang yang menjadi terkenal hanya dengan mengupload video mereka di Youtube. Oleh karena itu Youtube menjadi salah satu pilihan bagi mereka yang ingin mencoba peruntungan. Adapun beberapa manfaat lain bagi para pengguna Youtube adalah sarana untuk memasarkan produk. Youtube bisa dibilang sebagai sarana iklan yang gratis, manfaat lainnya adalah dapat berbagai ilmu, bukan hanya sebagai sarana hiburan, namun beberapa pengguna youtube juga mengupload bermacam-macam tutorial yang sangat berguna. Contohnya: seperti resep masakan atau tutorial untuk memainkan alat musik sehingga tidak perlu repot-repot untuk kursus untuk mengeluarkan biaya.²

Tak jauh berbeda dengan *trailer* film, *trailer* game pun dimaksudkan untuk suatu bentuk iklan, yang menampilkan gambar-gambar dari fitur spesifik game yang menunjukkan keunggulan sebuah game. Dimulai pada akhir 1990-an untuk awal 2000-an, *trailer* video game mulai diproduksi saat mereka menjadi lebih utama. Digunakan untuk menarik khalayak untuk pergi keluar dan bermain game, *trailer* permainan yang sangat berguna isi dan proses produksi adalah serupa dengan film, rumit oleh kebutuhan untuk menyampaikan cara memainkan permainan.

Trailer adalah rangkaian bit yang ditempatkan sesudah data sebelum transmisi. Bit-bit ini membuat protokol memiliki tempat untuk memasukan informasi berikut dengan data pengguna untuk melengkapi fungsi protokol. *Trailer* untuk

²<http://mantuidaman.blogspot.co.id/2012/11/pengertian-manfaat-dan-kekurangan.html> diakses 28 maret 2016.

Aliens Colonial Marines, misalnya menampilkan grafis yang standar yang lebih tinggi dibanding permainan yang grafisnya kurang menarik khalayak.

Perkembangan teknologi yang kian pesat melahirkan perangkat-perangkat baru yang mampu untuk menjawab kebutuhan seluruh individu. Perkembangan teknologi ini khususnya yang berhubungan dengan teknologi komputer. Kita bisa melihat bagaimana semakin canggihnya perangkat-perangkat baru yang berbasis komputer saat ini. Hingga yang semula ponsel digunakan untuk memenuhi kebutuhan komunikasi, sekarang ponsel bisa digunakan untuk melakukan banyak hal, ponsel berbasis komputer ini lalu dinamakan ponsel pintar atau lebih populer disebut smartphone. Salah satu program yang bisa berjalan di dalam perangkat berbasis komputer adalah program game atau program permainan. Kita dapat dengan mudah mendapatkan game untuk dijalankan pada komputer atau smartphone. Secara garis besar game terbagi dua jenis, yang pertama adalah game offline dan yang kedua adalah game online. Game offline maksudnya adalah game yang bisa digunakan pada komputer atau smartphone tanpa harus terhubung ke internet. Hal tersebut dimungkinkan untuk dilakukan karena semua perintah dan data game sudah terpasang di dalam komputer. Sedangkan game online ini sifatnya terpusat pada suatu server,

sehingga untuk menjalankannya dibutuhkan akses ke server tersebut melalui jaringan internet.³

Menurut Boyle (1997) mengemukakan *“Points out that games can produce engagement and delight in learning; they thus offer a powerful format for educational environments. Moreover, there are studies that have shown that the use of carefully selected computer games may improve thinking”* (Menunjukkan bahwa game dapat menghasilkan keterlibatan dan senang belajar; dengan demikian menawarkan format yang kuat untuk pendidikan lingkungan. Selain itu, ada studi yang telah menunjukkan bahwa penggunaan permainan komputer yang dipilih dengan cermat mungkin meningkatkan cara berpikir).

Point Blank adalah sebuah permainan komputer ber-genre FPS yang dimainkan secara online. Permainan ini dikembangkan oleh Zepetto dari Korea Selatan dan dipublikasikan oleh Zepetto. Selain di Korea Selatan, permainan ini mempunyai server sendiri di beberapa negara seperti Thailand, Rusia, Indonesia, Brasil, Turki, Amerika Serikat dan Peru. Di Indonesia, permainan ini dikelola oleh Garena.⁴

³<http://www.mandalamaya.com/pengertian-game-menurut-para-ahli/> diakses 29 Maret 2016.

⁴https://id.wikipedia.org/wiki/Point_Blank_Online diakses 29 Maret 2016

Dari banyaknya fenomena trailer yang dapat menarik perhatian khalayak, salah satu contohnya, seperti trailer film *Batman VS Superman: Dawn Of Justice* yang menarik perhatian khalayak di seluruh dunia dengan mengusung tema “*Superhero*”. Hal tersebut di buktikan dengan tingginya animo masyarakat yang menunggu film ini ditayangkan di bioskop. Bukan hanya menjadi film *blockbuster* saja, film *Batman v Superman: Dawn of Justice* ini pun menjadi film yang masuk dalam katagori film terbaik dalam awal penayangannya di bulan maret. Film ini pun sukses di Amerika dan juga Eropa.. "Ini adalah pencapaian yang luar biasa," ungkap Jeff Goldstein selaku presiden direktur dari Warner Bros. ketika di wawancarai oleh *The Hollywood Reporter* belum lama ini. Ia pun menambahkan, "hal ini jelas membuat para penonton menyukai itu dan kami telah melihat peluang bisnis dari itu. Kadang kala, kita mempunyai perbedaan pendapat dengan para kritikus."⁵ Jadi trailer film *Batman VS Superman: Dawn Of Justice* dapat menarik perhatian khalayak luas.

Dari fenomena yang terjadi adalah biasanya perusahaan-perusahaan mengiklankan produknya melalui surat kabar, pamflet, spanduk atau media cetak lainnya. Sedangkan disini Point Blank mempromosikan isi game melalui media Youtube. Media Youtube ini ialah media baru yang telah berkembang untuk semua sarana, baik informasi berupa tutorial *video* dan macem-macem, hingga *video trailer game*. *Trailer* merupakan suatu komunikasi satu arah dimana khalayak hanya melihat informasi peneliti ingin meneliti sebuah game online yaitu point blank game

⁵<http://showbiz.liputan6.com/read/2470541/batman-v-superman-pecahkan-rekor> diakses pada Selasa, 5 April 2016 pukul 19.00 WIB

bergenre perang yang di buat oleh zepeto dengan maksud sebuah permainan virtual secara online, point blank sendiri mempunyai trailer untuk mempengaruhi orang terutama gamers agar tertarik untuk mencoba memainkan, zepeto mempromosikan game tersebut melalui media online salah satunya media youtube, media youtube adalah sebuah media baru untuk menonton unduhan video dan dapat dijadikan sebuah ajang promosi bagi perusahaan komersil salah satunya game point blank yang mempromosikan video trailer di youtube. Namun tidak semua gamers tertarik untuk memainkan game *Point Blank* setelah melihat trailer tersebut, ada juga yang masih tetap memainkan game online lainnya.

Penelitian ini ingin mencari tau apakah setelah menonton tayangan *trailer* Point Blank, akan menimbulkan minat dan ketertarikan dari khalayak untuk bermain game Point Blank, baik melalui musik yang ditampilkan dan adegan atau jalan cerita dari *trailer* tersebut. Ada banyak tempat yang biasanya digunakan oleh khalayak untuk menyaksikan *trailer* Point Blank, antara lain di rumah dan ditempat umum seperti warnet.

Warnet CB terletak di Jl.Kedondong RT 004/RW 12 No.8 Ciledug, pengguna di warnet ini ada kalangan dari mahasiswa ataupun anak-anak. Hampir seluruh pengunjung warnet ini datang untuk bermain game online. Salah satu game online yang paling sering dimainkan oleh para pengguna warnet ialah Point Blank. Walaupun masih ada juga yang bermain game online lainnya. Banyaknya gamers

yang bermain game Point Blank di warnet ini membuat saya ingin meneliti tentang gamers di warnet CB ini. Penelitian ini mengambil tempat di Warnet CB Ciledug.

Berikut adalah penelitian serupa yang sebelumnya telah diteliti mengenai pengaruh tayangan, antara lain:

1. Nurul Ulfa, Universitas Muhammadiyah Prof.DR Hamka yang berjudul Pengaruh Terpaan Iklan Billboard 711(*seven eleven*) di Daerah Bulungan Terhadap Minat Beli Produk 711(*seven eleven*) di Kalangan Siswa SMA Negeri 6 Jakarta Selatan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-R, model AIDCA, sedangkan metode yang digunakan adalah metode penelitian eksplanatif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah iklan Billboard 711 (*seven eleven*) tersebut mempengaruhi khalayak untuk minta beli produk 711(*seven eleven*).
2. Fatimah Zahrah Siregar, Universitas Indonesia yang berjudul Persepsi Iklan Layanan Masyarakat Sekolah Menengah Kejurusan (SMK) pada Sekolah Negeri dan Sekolah Swasta (Iklan Televisi versi “si Keren dan si Mandiri”). Penelitian ini menggunakan model proses persepsi pada tahap interpretasi yang merupakan tahap terpenting di mana telah terbentuknya persepsi khalayak. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat deksriptif. Hasil penelitian menunjukkan penilaian sedang atau netral dari kedua kelompok sekolah pada semua dimensi persepsi, yaitu persepsi pada pesan iklan, persepsi pada sumber pesan, dan persepsi pada eksekusi iklan.

3. Yussi Yunita, Universitas Indonesia yang berjudul Pengaruh Terpaan Iklan *Typical Person Testimonial* Terhadap Kognisi Khalayak (Studi Eksperimen pada Iklan Mizone Versi “Tantangan Mizone”). Teori menggunakan bahwa terpaan iklan dan kognisi saling berhubungan. Namun, penelitian lebih spesifik mengenai pengaruh terpaan iklan *typical person testimonial* terhadap kognisi khalayak. Penelitian dilakukan dengan metode eksperimen. Eksperimen dilakukan pada dua kelompok, yaitu kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Kelompok eksperimen adalah kelompok yang diberikan *treatment*, sementara kelompok kontrol tidak diberikan *treatment* sama sekali. Masing-masing kelompok terdiri dari mahasiswa dan pekerja muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pengaruh terpaan iklan *typical person testimonial* terhadap kognisi antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol.

4. Romy, Universitas Muhammadiyah Prof.DR Hamka yang berjudul Hubungan Terpaan Iklan Minuman Bigcola Versi Sepak Bola di Media Televisi Dengan Minat Beli Warga Jalan Tali 1 RW 008 Kota Bambu Jakarta Barat. Penelitian ini menggunakan teori S-O-R. Pendekatan penelitian menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini terdapat pengaruh atau hubungan terpaan iklan minuman ringan Bigcola dengan minat beli warga jalan tali 1 RW 008 Kota bambu Jakarta Barat

Keempat penelitian dahulu, memiliki keterkaitan dengan penelitian ini yaitu sama sama terfokus kepada aspek kuantitatif. Penelitian ini menggunakan paradigma

positivisme, pendekatan kuantitatif, dan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh trailer terhadap khalayak.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh *trailer* game Point Blank di YouTube terhadap minat gamers untuk bermain game di warnet CB Ciledug. Untuk mengetahui pengaruh *trailer* game Point Blank di YouTube terhadap minat gamers untuk bermain game di warnet CB Ciledug. Peneliti memilih game Point Blank untuk diteliti berdasarkan maraknya Point Blank dikalangan remaja.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah Apakah *trailer* game Point Blank di Youtube mempengaruhi minat gamers untuk bermain game di Warnet CB Ciledug?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *trailer* game Point Blank di Youtube terhadap minat gamers untuk bermain game di Warnet CB Ciledug?

1.4.1 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menguatkan keberlakuan teori SOR. Teori SOR menjelaskan tentang pengaruh yang terjadi pada pihak penerima (*receiver/organisme*) sebagai akibat dari komunikasi dan diharapkan dapat mampu memberikan **sumbangan dan literatur** bagi perkembangan teori ilmu komunikasi, dan juga diharapkan penelitian ini dapat menjadi literatur yang baik bagi penelitian selanjutnya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi ilmu komunikasi serta memberikan dan memperluas wawasan peneliti khususnya dalam bidang periklanan, serta dapat memberikan kontribusi pada pembentukan konsep atau teori-teori baru.

1.4.2 Signifikansi Metodologis

Secara metodologis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya yang sejenis dan dapat dikembangkan secara lebih baik, terutama dalam memberikan kerangka metodologis dalam paradigma positivisme dengan metode riset survey, yakni dengan menggunakan angket atau kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.

1.4.3 Signifikansi Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi para gamers untuk menambah minat mengenai pengaruh trailer game terhadap tingkat ketertarikan besarnya minat khalayak luas.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penyajian serta pembahasan masalah, peneliti menyusun proposal ini secara sistematis. Sistematika pembahasan proposal skripsi ini yaitu:

BAB I Pendahuluan

Berisikan secara singkat latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, kelemahan dan keterbatasan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Kerangka Teori

Berisikan teori-teori yang didapatkan selama masa perkuliahan maupun sumber-sumber lain sebagai penunjang penelitian. Teori-teori yang digunakan adalah teori SOR (Stimulus-Organism-Respon) dan Teori AIDCA sebagai teori pendukung.

BAB III Metodologi Penelitian

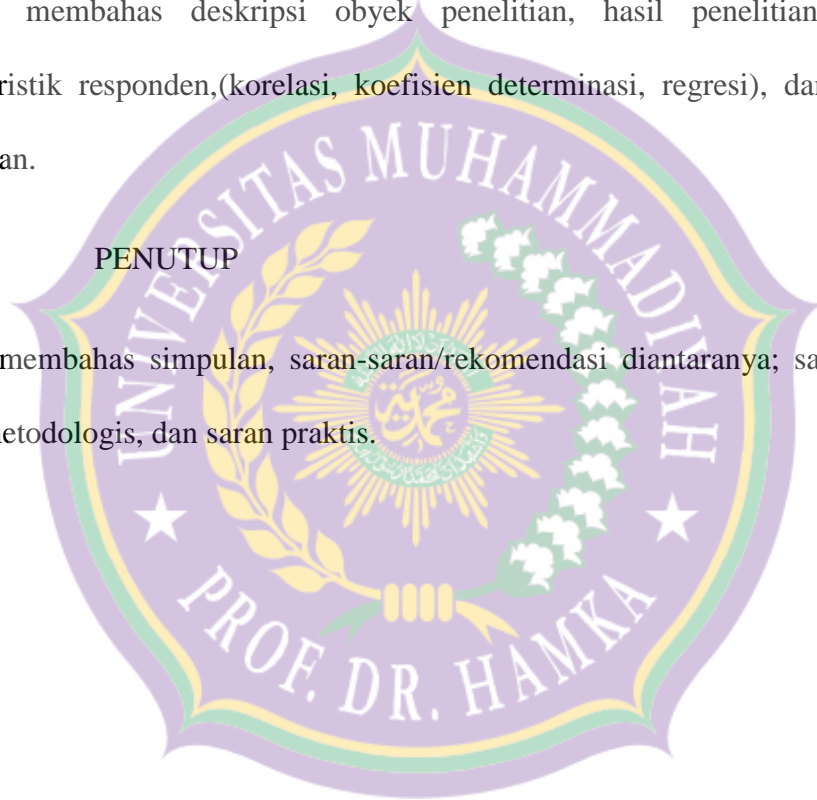
Bab ini terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, teknik pengumpulan data, populasi dan sample, teknik pengolahan dan analisis data, lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab 4 membahas deskripsi obyek penelitian, hasil penelitian diantaranya; karakteristik responden, (korelasi, koefisien determinasi, regresi), dan pembahasan penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab 5 membahas simpulan, saran-saran/rekomendasi diantaranya; saran akademis, saran metodologis, dan saran praktis.



DAFTAR PUSTAKA

- Abu Ahmadi, 2003. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Andi Mappiare, 1982. *Psikologi Remaja*. Malang: Usaha Nasional.
- Ardianto, Elvinaro & Bambang Q-Anees, 2007. *Filsafat Ilmu Komunikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan, 2008. *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*, Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Effendy, Onong Uchjana, 2007. *“Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi”*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hamidi. 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: PT. Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang.
- Hidayat, Syarifudin. 2005. *Metode Penelitian*, Bandung: Bandar.
- J. Supranto dan Nandan Lima Krisna. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Jeffkins, Frank. 1997. *Periklanan Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Jonathan Sarwono, 2005. *Teori dan Praktik Riset Pemasaran dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Industri Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rachmat, 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, Alo. 1991. *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Bandung: Penerbit PT Citra Aditya Bakti.
- _____. 2004. *Prinsip-prinsip Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakkarta: PT. Premada Media.

- McQuail, Dennis and Sven Windahl. 1993. *Communication Models: For The Study Of Mass Communication. 2nd Edition*. New York: Longman Inc.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Pengantar Suatu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1985. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rivers, William L., Jensen, Jay W, Peterson, Theodore. 2008. *Media Massa & Masyarakat Modern (Edisi 2)*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sarwono, Sarlito W. Dan Eko W. Meinarno, 2009. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Stenberg, Robert J. 2008. *Psikologi Kognitif*, Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono, 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: CV Alfabeta.
- Sulaksana, Uyung. 2003. *Integrated Marketing Communication Teks dan Kasus*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Widjaja, A. W. 2000. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Bina Aksara.

Sumber Lain:

- Kamus istilah komputer untuk orang awam, Palembang maxsikom, 2009 hal. 64.
- Wendel Odon, Computer Network First Step. Yogyakarta, Andi 2005 halaman 586.
- <http://jurusankomunikasi.blogspot.co.id/2009/04/teori-komunikasi-interpersonal.html>.