



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (2) 2024: 2080-2083

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



MEMANFAATKAN PENGARUH INFLUENCER DALAM KAMPANYE PEMASARAN MOBILE LEGENDS

Muhammad Firmansyah¹, Raihan Salsabila²

Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang, Indonesia

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima April 2024 Disetujui Mei 2024 Diterbitkan Juni 2024</p> <p>Kata Kunci:</p> <p>Influencer, Permainan, Mobile Legends, Kampanye</p>	<p>Permainan Mobile Legends merupakan fenomena yang populer di kalangan pemain game, terutama di Asia Tenggara. Dalam kampanye pemasaran, penggunaan influencer telah terbukti efektif untuk meningkatkan kesadaran merek, menarik pemain baru, dan memperluas basis penggemar. Influencer dipilih berdasarkan basis pengikut mereka dan relevansi dengan audiens target. Mereka menciptakan konten yang menarik, seperti gameplay, ulasan hero, dan tantangan, yang menghibur dan mengedukasi pemirsa. Dengan keterlibatan influencer yang kuat, kampanye dapat mencapai audiens yang lebih luas melalui platform media sosial seperti Instagram, YouTube, dan Twitch. Keberhasilan kampanye pemasaran Mobile Legends dengan influencer didasarkan pada kolaborasi yang autentik dan terintegrasi. Pengaruh dan kepercayaan influencer membantu membangun koneksi emosional dengan pemirsa, mendorong partisipasi dalam komunitas game, dan mendorong aksi seperti unduhan game. Penggunaan influencer dalam pemasaran Mobile Legends adalah strategi yang efektif untuk menjangkau audiens yang terhubung secara digital dan berkontribusi pada pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang permainan ini.</p>
	<p style="text-align: center;"><i>ABSTRACT</i></p>
<p>Keywords:</p> <p><i>Influencer, Games, Mobile Legends, Campaign</i></p>	<p><i>Mobile Legends is a popular phenomenon among gamers, especially in Southeast Asia. In marketing campaigns, the use of influencers has proven effective in increasing brand awareness, attracting new players, and expanding the fan base. Influencers are selected based on their follower base and relevance to the target audience. They create engaging content such as gameplay, hero reviews, and challenges that entertain and educate viewers. With strong influencer engagement, campaigns can reach a broader audience through social media platforms like Instagram, YouTube, and Twitch. The success of Mobile Legends marketing campaigns with influencers is based on authentic and integrated collaborations. Influencers' influence and trust help build emotional connections with viewers, encourage participation in the gaming community, and drive actions such as game downloads. Utilizing influencers in Mobile Legends marketing is an effective strategy to reach digitally connected audiences and contribute to the long-term growth and success of the game.</i></p>

PENDAHULUAN

Penggunaan influencer dalam kampanye pemasaran telah menjadi strategi yang signifikan dalam industri game, khususnya untuk permainan mobile seperti Mobile Legends. Mobile Legends adalah salah satu game yang sangat populer di Asia Tenggara, dengan basis penggemar yang besar dan terus berkembang. Menurut Newzoo, sebuah perusahaan riset pasar game, Mobile Legends menjadi salah satu game seluler teratas di Asia Tenggara, mengalahkan pesaingnya seperti PUBG Mobile dan Garena Free Fire (Newzoo, 2022).

Kehadiran influencer dalam pemasaran Mobile Legends telah terbukti berhasil dalam meningkatkan penjualan dan menggerakkan interaksi pengguna. Menurut sebuah studi oleh MediaKix, 89% dari pemasar melaporkan bahwa ROI (Return on Investment) dari influencer marketing setara atau lebih tinggi daripada pemasaran lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan influencer memiliki dampak yang signifikan dalam mencapai tujuan pemasaran permainan.

Selain meningkatkan kesadaran merek, influencer juga berperan penting dalam memperluas komunitas game dan mempertahankan keterlibatan pengguna. Mereka mampu membuat konten yang menarik dan relevan bagi audiens mereka, seperti memberikan tips bermain, melakukan kolaborasi dengan pemain profesional, dan memberikan tinjauan hero yang mendalam.

Dengan latar belakang ini, penelitian ini akan membahas lebih lanjut tentang efektivitas penggunaan influencer dalam kampanye pemasaran Mobile Legends, fokus pada strategi, manfaat, dan tantangan yang terlibat dalam mengadopsi pendekatan ini. (MediaKix, 2022)

KAJIAN LITERATUR

Penggunaan influencer dalam kampanye pemasaran Mobile Legends telah menjadi topik penting dalam kajian pemasaran game. Penelitian terkait menunjukkan bahwa kolaborasi dengan influencer dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi pengembang game dan pemasar. Studi oleh Lin dan Wang (2020) menyoroti pentingnya keterlibatan influencer dalam mencapai audiens yang terhubung secara digital dan menggali potensi viral dari konten yang dibuat oleh influencer game. Mereka menemukan bahwa influencer memiliki kemampuan unik untuk menciptakan interaksi yang kuat antara merek dan pengguna.

Mobile Legends adalah permainan daring multipemain arena pertarungan daring (MOBA) yang dikembangkan oleh Moonton. Permainan ini dirancang untuk dimainkan di platform mobile, seperti smartphone dan tablet. Mobile Legends menampilkan pertarungan tim 5 vs 5 di sebuah arena yang menuntut strategi, kerja sama tim, dan keterampilan individu dalam mengendalikan karakter (hero) dengan beragam kemampuan unik.

Pemain dalam Mobile Legends memilih hero mereka sendiri dari berbagai pilihan karakter yang berbeda, setiap satu memiliki peran dan kemampuan spesifik dalam pertarungan. Tujuan utama dalam permainan ini adalah menghancurkan struktur pertahanan lawan dan mencapai kemenangan sebagai tim.

Mobile Legends menjadi salah satu game MOBA paling populer di dunia, terutama di Asia Tenggara, dengan jutaan pemain aktif setiap bulannya. Keberhasilan Mobile Legends dapat diatribusikan pada grafis yang menarik, mekanika permainan yang dinamis, serta dukungan terus-

menerus dari pengembang untuk memperbarui konten dan menawarkan pengalaman bermain yang memuaskan kepada pemain.

Menurut penelitian oleh Kim dan Nam (2021), penggunaan influencer dalam pemasaran game mendorong partisipasi aktif dari pemain dan meningkatkan keterlibatan komunitas. Studi ini mengidentifikasi bahwa influencer dapat menjadi agen utama dalam mengarahkan interaksi antara pemain dan merek game.

Sebuah studi oleh Chen et al. (2019) menyoroti pentingnya pemilihan influencer yang tepat berdasarkan karakteristik demografis dan minat audiens target. Mereka menemukan bahwa relevansi dan keterlibatan influencer dengan audiens sangat berpengaruh dalam kesuksesan kampanye pemasaran.

Dengan fokus pada industri game, penelitian ini akan menggali lebih lanjut peran influencer dalam kampanye pemasaran Mobile Legends, menganalisis pendekatan terbaik dalam memilih dan bekerja sama dengan influencer, serta mengevaluasi dampaknya terhadap kesuksesan pemasaran game.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan metode kajian literatur untuk menyelidiki penggunaan influencer dalam kampanye pemasaran Mobile Legends. Kajian literatur adalah pendekatan yang digunakan untuk menganalisis dan mensintesis penelitian terdahulu, teori, dan temuan terkait topik tertentu untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang subjek yang diteliti. Langkah pertama adalah mengidentifikasi topik penelitian, yaitu penggunaan influencer dalam pemasaran game, khususnya Mobile Legends. Selanjutnya, dilakukan pencarian literatur melalui basis data jurnal ilmiah, situs web riset, dan sumber-sumber terpercaya lainnya untuk mengumpulkan artikel, penelitian, dan studi terkait. Peneliti kemudian melakukan seleksi literatur dengan mengevaluasi dan memilih literatur yang relevan, akurat, dan berkualitas tinggi untuk disertakan dalam kajian literatur ini. Analisis literatur dilakukan untuk mengidentifikasi temuan, pola, dan tren terkait penggunaan influencer dalam pemasaran Mobile Legends, serta melakukan sintesis informasi untuk membentuk kesimpulan yang komprehensif. Hasilnya adalah sebuah kajian literatur yang memberikan pemahaman mendalam tentang peran, manfaat, dan tantangan penggunaan influencer dalam pemasaran game, khususnya Mobile Legends. Kajian literatur ini memberikan landasan teoretis yang kuat untuk mendukung argumen dan temuan dalam studi ini, memberikan wawasan berharga bagi praktisi pemasaran game dan peneliti yang tertarik pada strategi pemasaran digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan influencer dalam kampanye pemasaran Mobile Legends telah memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran merek, menarik pemain baru, dan memperluas basis penggemar. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa temuan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Menarik Pemain Baru: Influencer memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pemain untuk mencoba atau membeli sebuah game. Melalui rekomendasi dan testimoni positif dari influencer, pemain baru dapat merasa tertarik dan termotivasi untuk mengunduh dan berpartisipasi dalam Mobile Legends.

Memperluas Basis Penggemar: Dengan keterlibatan influencer yang terus-menerus, basis penggemar Mobile Legends dapat terus berkembang. Influencer membantu mempertahankan keterlibatan komunitas dengan menyediakan konten yang interaktif dan relevan secara teratur.

Pembahasan yang mendalam tentang penggunaan influencer dalam pemasaran game, khususnya Mobile Legends, menggarisbawahi pentingnya pemilihan influencer yang tepat berdasarkan demografis dan minat audiens target. Relevansi dan kualitas konten yang dihasilkan oleh influencer juga merupakan faktor kunci dalam kesuksesan kampanye.

Meningkatkan Kesadaran Merek: Kolaborasi dengan influencer memberikan eksposur yang lebih luas terhadap merek Mobile Legends di kalangan audiens yang relevan. Menurut studi oleh Lin dan Wang (2020), konten yang diproduksi oleh influencer game memiliki potensi viral yang tinggi karena mampu menjangkau pemirsa yang berminat pada game tersebut. Dengan memanfaatkan jangkauan influencer, Mobile Legends dapat lebih efektif membangun kesadaran merek di pasar yang kompetitif.

Mendorong Keterlibatan Pemain: Influencer tidak hanya membantu dalam mengenalkan game kepada pemain potensial, tetapi juga meningkatkan keterlibatan mereka. Studi oleh Kim dan Nam (2021) menemukan bahwa interaksi dengan influencer melalui konten yang menarik dapat memotivasi pemain untuk berpartisipasi lebih aktif dalam komunitas game. Hal ini menciptakan lingkungan yang dinamis dan memperkuat ikatan antara pemain dan merek Mobile Legends.

Meskipun penggunaan influencer dalam pemasaran Mobile Legends memiliki banyak manfaat, terdapat juga beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti biaya kerjasama dengan influencer yang terkenal, kesulitan dalam mengukur ROI secara tepat, dan risiko terkait reputasi jika influencer terlibat dalam kontroversi.

Secara keseluruhan, penggunaan influencer dalam pemasaran Mobile Legends telah membuktikan efektivitasnya dalam mencapai tujuan pemasaran permainan, dan strategi ini tetap relevan dalam menghadapi perkembangan industri game yang dinamis dan persaingan yang semakin ketat.

REFERENSI

- Lin, C., & Wang, S. (2020). The Impact of Social Influencers on Viral Marketing: The Effect of Social Influencers on Brand Awareness and Purchase Intention of Game Industry. *Information*, 11(7), 344.
- Kim, H., & Nam, Y. (2021). The Role of Social Media Influencers in Mobile Game Marketing: An Empirical Investigation of Korean Gamers. *Sustainability*, 13(12), 6531.
- Chen, S. Y., Lin, H. M., & Huang, Y. C. (2019). Social Media Influencers in Game Industry: The Effect of Influencer Marketing on Player Engagement and Purchase Intention. *International Journal of Information Management*, 49, 366-376.
- Moonton. (n.d.). Mobile Legends: Bang Bang - Official Website. Retrieved from <https://m.mobilelegends.com>
- Tech in Asia. (2017). Mobile Legends: How Moonton is riding the mobile wave in Southeast Asia. Retrieved from <https://www.techinasia.com/mobile-legends-moonton-riding-mobile-wave-southeast-asia>.