

## **INTISARI**

Industri video game terus berkembang dan berubah. Salah satu tren dalam pasar video game adalah pergeseran ke arah gratis untuk bermain game. Model bisnis gratis untuk bermain game terkait dengan tindakan menjual barang virtual melalui transaksi mikro. Model bisnis tradisional yang terkait dengan biaya keanggotaan dan iklan menjadi kurang relevan.

Makalah ini menunjukkan bahwa kustomisasi karakter adalah motivasi utama untuk membeli barang virtual. Pembelian ini menawarkan pemain kemungkinan untuk mengekspresikan diri dan menjadi bagian dari grup. Hanya ada emosi positif yang terlibat dalam pembelian ini. Kemajuan karakter dan penghematan waktu juga disebutkan sebagai motivasi utama untuk membeli barang virtual. Namun, model pay-to-win dianggap sebagai persaingan tidak sehat dan ada emosi negatif yang terlibat dalam keharusan mengeluarkan uang untuk melanjutkan permainan. Oleh karena itu, disarankan untuk menambahkan item virtual untuk kemajuan karakter dan untuk menghemat waktu, tetapi ini juga harus dapat dicapai melalui dedikasi pada game. Oleh karena itu disarankan untuk memberikan pemain kesempatan untuk membeli barang-barang semacam ini, tetapi membuatnya tidak berpengaruh pada permainan pemain lain. Selain itu, Makalah ini juga melihat kepada jenis-jenis transaksi mikro yang digunakan dalam beberapa game untuk melihat transaksi mikro manakah yang diterima oleh para pemain.

**Kata Kunci :** Generasi Y, *Microtransaction* di video game, transaksi mikro, Item virtual,

## **ABSTRACT**

The video gaming industry is expanding, changing and developing. One of the trends within the video gaming market is the shift towards free to play games. The business model of free to play games is linked to the act of selling virtual items through micro transactions. The traditional business model related to the membership fees and advertisements is becoming less relevant.

This paper shows that customization of character is the main motivation to purchase virtual items. This purchase offers the players a possibility to express themselves and to become part of a group. There are merely positive emotions involved regarding these purchases. The advancement of character and saving of time are also mentioned as main motivations for purchasing virtual items. However, the pay-to-win model is perceived as unfair competition and there are negative emotions involved in having to spend money in order to continue with the gameplay. Therefore, it is suggested to add virtual items for advancement of character and for saving of time, but this should also be achievable through dedication to the game. It is therefore suggested to give players the opportunity to purchase these kind of items, but make it not influential on the other players' gameplay. In addition, this paper also looks at the types of microtransactions used in some games to see which microtransactions are accepted by players.

**Subject Term :** **Subject Term :** Generation Y, microtransaction in video game, microtransaction, virtual item,