AKADEMIK E-ISSN 2774-888X
Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis
Vol. 6, No. 1, Januari 2026

Pengaruh Desain Konten dan Interaksi Komunitas Menumbuhkan Loyalitas Pemain Mobile Legends melalui Player Engagement di Kota Denpasar

Made Bagus Dwi Permana[1], I Wayan Joniarta[2]
Universitas Pendidikan Nasional, Indonesia
wayanjoniarta@undiknas.ac.id[2]
E-mail Korespondensi : baguspermana0212@gmail.com

Submitted: 30th November 2025 | **Edited**: 16th Dec 2025 | **Issued**: 01st January 2026

Cited on: Permana, M. B. D., & Joniarta, I. W. (2026). Pengaruh Desain Konten dan Interaksi Komunitas Menumbuhkan Loyalitas Pemain Mobile Legends melalui Player Engagement di Kota Denpasar. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis, 6*(1), 319-327.

ABSTRACT

The rapid growth of the mobile gaming industry in Indonesia has increased competition among MOBA games, making player retention a major challenge. Many players switch to competing titles due to content fatigue and limited social interaction. This study aims to analyze the effects of content design and community interaction on player engagement and player loyalty among Mobile Legends: Bang Bang users in Denpasar City. Using a purposive sampling approach, data were collected from 180 active players through a structured questionnaire and analyzed with SmartPLS 4. The findings show that both content design and community interaction significantly enhance player engagement, which in turn positively influences player loyalty. Content design and community interaction also exhibit direct positive effects on loyalty. Furthermore, player engagement is found to mediate the relationship between each independent variable and player loyalty. These results highlight the importance of innovative content and supportive community environments in strengthening long-term player commitment.

Keywords: Content Design, Community Interaction, Player Engagement, Player Loyalty, Mobile Games

PENDAHULUAN

Industri game mobile di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Laporan Digital Indonesia 2024 mencatat lebih dari 170 juta pemain game online, menjadikan Indonesia sebagai pasar terbesar di kawasan Asia Tenggara (We Are Social & Datareportal, 2024). Pertumbuhan ini mendorong persaingan yang semakin ketat di antara game bergenre MOBA seperti Mobile Legends, PUBG Mobile, dan Free Fire. Dalam kondisi tersebut, retensi pemain menjadi tantangan utama bagi pengembang. Berbagai penelitian mengungkapkan bahwa kejenuhan konten, kurangnya inovasi, serta lemahnya interaksi sosial merupakan faktor yang memicu perpindahan pemain ke game pesaing (Pratama & Lestari, 2022; Aulia et al., 2023).

Mobile Legends sebagai salah satu game yang dominan di pasar membutuhkan strategi berkelanjutan untuk mempertahankan basis penggunanya, terutama di wilayah perkotaan seperti Denpasar, yang memiliki populasi pemain aktif cukup tinggi. Loyalitas pemain tidak hanya menentukan keberlangsungan game, tetapi juga berkontribusi pada promosi dari mulut ke mulut dan stabilitas komunitas internal (Widjaja & Nugroho, 2024). Dalam perspektif perilaku konsumen digital, loyalitas terbentuk melalui pengalaman bermain yang konsisten, interaktif, dan mampu memenuhi kebutuhan psikologis pemain.

Namun demikian, terdapat celah penelitian yang masih perlu dijelaskan. Beberapa studi sebelumnya menyoroti peran desain konten dan komunitas, tetapi hasil temuan mengenai pengaruh keduanya terhadap loyalitas belum konsisten (Aulia et al., 2023; Santoso & Rahayu, 2023). Selain itu, aspek psikologis seperti player engagement diduga berperan sebagai mediator penting, namun belum banyak diuji secara kuantitatif dalam konteks game MOBA di Indonesia. Padahal, player engagement diyakini menjadi faktor yang menghubungkan kualitas konten dan kekuatan komunitas dengan komitmen jangka panjang pemain (Rivera, 2025; Choi et al., 2023).

Berdasarkan fenomena dan ketidakkonsistenan temuan sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh desain konten dan interaksi komunitas terhadap loyalitas pemain Mobile Legends di Kota Denpasar, dengan player engagement sebagai variabel mediasi. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam memahami faktor yang memengaruhi loyalitas pemain pada industri game mobile yang kompetitif.

LANDASAN TEORI

Self-Determination Theory

Self-Determination Theory menjelaskan bahwa motivasi individu dalam melakukan suatu aktivitas dipengaruhi oleh pemenuhan tiga kebutuhan psikologis dasar, yaitu otonomi, kompetensi, dan keterhubungan (Deci & Ryan, 1985; Deci & Ryan, 2000). Dalam konteks permainan digital, ketiga kebutuhan tersebut membentuk dasar munculnya motivasi intrinsik yang mendorong pemain untuk terus terlibat dan mempertahankan aktivitas bermain. Ryan et al. (2006) menunjukkan bahwa game yang mampu memberikan ruang eksplorasi (autonomy), tantangan yang sesuai (competence),

serta interaksi sosial (relatedness) cenderung meningkatkan pengalaman bermain yang positif.

Dalam penelitian ini, SDT digunakan sebagai landasan untuk menjelaskan bagaimana desain konten dan interaksi komunitas dapat memenuhi kebutuhan psikologis pemain sehingga menghasilkan tingkat engagement yang lebih tinggi. Engagement yang terbentuk secara positif kemudian berdampak pada loyalitas pemain (Lee & Kim, 2021). Dengan demikian, SDT memberikan kerangka yang koheren dalam melihat hubungan antarvariabel penelitian, mulai dari stimulus berupa desain konten dan komunitas hingga respons berupa loyalitas.

Desain Konten

Desain konten merupakan komponen penting dalam pengalaman bermain karena mencakup kualitas visual, narasi, interaktivitas, serta konsistensi pembaruan fitur (Wang & Li, 2022; Zhang et al., 2024). Desain konten yang baik tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga mampu mendorong rasa keterlibatan dan kepuasan pemain. Kualitas konten yang kreatif dan relevan memberi pemain kesempatan untuk mengembangkan kemampuan, menyelesaikan tantangan, dan mendapatkan pengalaman bermain yang variatif (Chen & Huang, 2022).

Indikator desain konten dalam penelitian ini mencakup kualitas visual, kreativitas dan inovasi, relevansi konten, interaktivitas, dan keterpahaman. Indikator tersebut selaras dengan temuan terbaru bahwa desain konten yang konsisten dan inovatif meningkatkan persepsi nilai serta retensi pemain dalam jangka panjang (Zhang et al., 2024).

Interaksi Komunitas

Interaksi komunitas merujuk pada aktivitas komunikasi dan kolaborasi antar pemain yang membentuk identitas serta rasa memiliki dalam komunitas game (Lee & Choi, 2021). Komunitas yang aktif menjadi sarana pemain untuk berdiskusi, berbagi strategi, serta membangun hubungan sosial yang memperkuat motivasi intrinsik (Chen et al., 2023). Interaksi ini tidak hanya terjadi di dalam game, tetapi juga melalui forum, media sosial, dan kegiatan offline seperti turnamen atau gathering (Santos & Kim, 2022).

Beberapa penelitian menegaskan bahwa hubungan sosial yang kuat dalam komunitas dapat meningkatkan komitmen emosional dan loyalitas pemain (Oliveira & Mendes, 2023). Dengan demikian, komunitas menjadi elemen penting dalam

mempertahankan pemain karena memberikan nilai sosial yang tidak dapat digantikan oleh fitur permainan semata.

Player Engagement

Player engagement menggambarkan kondisi keterlibatan pemain secara kognitif, emosional, dan perilaku saat berinteraksi dengan game (Johnson & Gardner, 2021). Engagement terbentuk ketika pemain merasa tertantang, menikmati pengalaman bermain, dan merasa terhubung dengan elemen-elemen sosial maupun mekanik permainan. Rivera (2025) menekankan bahwa engagement merupakan prediktor kuat dari loyalitas karena keterlibatan emosional dan perhatian yang kuat mendorong pemain untuk terus kembali memainkan game.

Dalam penelitian ini, player engagement diposisikan sebagai variabel mediasi yang menjembatani hubungan antara desain konten serta interaksi komunitas terhadap loyalitas pemain. Mekanisme ini sejalan dengan kerangka SDT, di mana keterlibatan muncul sebagai respons terhadap pemenuhan kebutuhan psikologis.

Loyalitas Pemain

Loyalitas pemain didefinisikan sebagai komitmen untuk terus memainkan suatu game, tetap bertahan meskipun tersedia alternatif lain, serta bersedia merekomendasikan game tersebut kepada orang lain (Lee & Kim, 2021). Loyalitas terbentuk melalui pengalaman bermain yang konsisten dan berkualitas, termasuk kepuasan terhadap konten, interaksi sosial, dan tingkat keterlibatan yang dirasakan.

Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa loyalitas dalam game online dipengaruhi oleh kombinasi faktor emosional, sosial, dan fungsional (Choi et al., 2023). Zhang dan Xu (2024) menunjukkan bahwa engagement berperan sebagai mediator dalam meningkatkan loyalitas karena mampu memperkuat hubungan psikologis pemain terhadap game.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh desain konten dan interaksi komunitas terhadap loyalitas pemain dengan player engagement sebagai variabel mediasi. Populasi penelitian mencakup seluruh pemain aktif Mobile Legends: Bang Bang yang berdomisili di Kota Denpasar. Populasi ini dipilih karena Denpasar memiliki konsentrasi pemain yang tinggi dan aktivitas komunitas yang

relatif stabil, sehingga relevan untuk menguji variabel-variabel yang diteliti. Teknik penentuan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, seperti pernah bermain Mobile Legends minimal satu tahun terakhir, berusia 17-29 tahun, serta berdomisili di Denpasar. Penggunaan teknik ini sesuai dengan tujuan penelitian yang memerlukan karakteristik sampel spesifik (Sugiyono, 2023).

Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 180 responden, mengikuti perhitungan minimal sampel berbasis SEM-PLS yang mempertimbangkan jumlah indikator penelitian. Model dengan jumlah indikator lebih dari 15 membutuhkan sampel antara 150-200 untuk mencapai stabilitas estimasi (Choi et al., 2023). Data dikumpulkan melalui kuesioner daring yang disusun menggunakan skala Likert 1-5 untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel desain konten, interaksi komunitas, player engagement, dan loyalitas pemain.

Instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas menggunakan metode SEM-PLS. Metode ini dipilih karena mampu menguji model struktural yang kompleks dengan variabel mediasi, serta sesuai untuk penelitian eksploratif yang berfokus pada prediksi dan pengembangan model (Santos & Oliveira, 2022). Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4 untuk menguji model pengukuran (outer model) melalui uji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas, serta menguji model struktural (inner model) melalui nilai R-square dan pengujian hipotesis dengan teknik bootstrapping (Zhang & Xu, 2024).

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Outer Model

Hasil uji validitas konvergen menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel desain konten, interaksi komunitas, player engagement, dan loyalitas pemain memiliki nilai loading factor di atas 0,70. Nilai tersebut menunjukkan bahwa indikator mampu menjelaskan konstruknya secara memadai. Demikian pula, hasil uji validitas diskriminan melalui cross-loading memperlihatkan bahwa setiap indikator memiliki korelasi tertinggi pada konstruknya dibandingkan konstruk lainnya, sehingga model memenuhi kriteria validitas diskriminan. Selanjutnya, pengujian reliabilitas memperlihatkan nilai Cronbach’s Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70 pada seluruh variabel. Hal ini

mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan memiliki konsistensi internal yang kuat.

Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)

Nilai R-square untuk variabel player engagement sebesar 0,460 mengindikasikan bahwa desain konten dan interaksi komunitas mampu menjelaskan 46% variasi player engagement. Sementara itu, nilai R-square untuk loyalitas pemain sebesar 0,564 menunjukkan bahwa desain konten, interaksi komunitas, dan player engagement menjelaskan 56,4% variasi loyalitas.

Pengujian hipotesis melalui bootstrapping menghasilkan temuan bahwa seluruh jalur yang diuji signifikan. Pengaruh desain konten terhadap player engagement memiliki nilai koefisien 0,496 dengan p-value 0,000, sehingga dapat dinyatakan signifikan. Interaksi komunitas juga berpengaruh signifikan terhadap player engagement dengan koefisien 0,261 dan p-value 0,000. Selanjutnya, player engagement terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pemain dengan koefisien 0,426 dan p-value 0,000. Pengaruh langsung desain konten terhadap loyalitas juga signifikan (koefisien 0,230; p-value 0,004), begitu pula pengaruh interaksi komunitas terhadap loyalitas pemain (koefisien 0,217; p-value 0,005).

Untuk pengujian mediasi, player engagement terbukti memediasi hubungan antara desain konten dan loyalitas pemain dengan nilai koefisien 0,212 (p-value 0,000). Variabel ini juga memediasi hubungan antara interaksi komunitas dan loyalitas dengan koefisien 0,111 (p-value 0,002). Hasil tersebut menunjukkan adanya mediasi parsial pada kedua hubungan tersebut.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain konten memiliki peran penting dalam meningkatkan keterlibatan pemain. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kualitas visual, narasi, dan inovasi konten mampu membangun pengalaman bermain yang menarik dan interaktif, sehingga meningkatkan engagement pemain (Wang & Li, 2022; Chen & Huang, 2022). Dengan demikian, desain konten yang konsisten dan relevan terbukti menjadi faktor utama yang memengaruhi pengalaman psikologis pemain.

Interaksi komunitas juga terbukti meningkatkan player engagement. Hasil ini sejalan dengan temuan Chen et al. (2023) yang menjelaskan bahwa hubungan sosial dan

komunikasi antar pemain menciptakan rasa memiliki, yang pada akhirnya meningkatkan keterlibatan. Dalam konteks game seperti Mobile Legends, aktivitas komunitas melalui forum, media sosial, dan fitur in game berperan dalam membangun relasi sosial yang memperkuat motivasi intrinsik pemain.

Player engagement memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pemain. Temuan ini konsisten dengan konsep Self-Determination Theory yang menyatakan bahwa keterlibatan emosional dan kognitif yang tinggi mendorong individu untuk mempertahankan suatu aktivitas dalam jangka panjang (Deci & Ryan, 2000). Rivera (2025) juga menegaskan bahwa engagement merupakan prediktor kuat terhadap loyalitas pada berbagai platform digital dan game online.

Pengaruh langsung desain konten dan interaksi komunitas terhadap loyalitas juga mendukung penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa kualitas konten dan kekuatan komunitas mampu meningkatkan komitmen jangka panjang pemain (Oliveira & Mendes, 2023; Choi et al., 2023). Namun, temuan mediasi menunjukkan bahwa sebagian besar pengaruh tersebut bekerja melalui peningkatan engagement terlebih dahulu. Artinya, pemain menjadi loyal karena mereka merasa terlibat secara mendalam, bukan hanya sekadar karena konten yang menarik atau komunitas yang aktif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa pengembangan konten yang inovatif dan penguatan komunitas perlu dilakukan secara seimbang untuk menjaga keberlanjutan pemain. Engagement menjadi jembatan yang menghubungkan kedua faktor tersebut menuju loyalitas jangka panjang.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa desain konten dan interaksi komunitas memiliki peran penting dalam membentuk keterlibatan pemain Mobile Legends di Kota Denpasar. Desain konten yang menarik, inovatif, dan mudah dipahami terbukti meningkatkan keterlibatan pemain, demikian pula interaksi komunitas yang aktif dan berkualitas. Kedua variabel tersebut juga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pemain, sehingga konten permainan dan dinamika komunitas menjadi faktor yang tidak dapat dipisahkan dalam mempertahankan pemain.

Player engagement terbukti menjadi mediator yang menjelaskan bagaimana desain konten dan interaksi komunitas dapat mendorong loyalitas jangka panjang. Temuan ini

menegaskan bahwa pemain tidak hanya loyal karena konten yang baik atau komunitas yang kuat, tetapi karena keduanya mampu menciptakan pengalaman bermain yang melibatkan aspek kognitif, emosional, dan sosial secara menyeluruh.

Secara praktis, pengembang game perlu menjaga konsistensi pembaruan konten, meningkatkan kreativitas fitur permainan, serta memperkuat aktivitas komunitas baik di dalam maupun di luar platform. Upaya tersebut penting untuk membangun pengalaman bermain yang mendalam serta mempertahankan pemain dalam jangka panjang.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan teknik purposive sampling dan fokus lokasi yang terbatas pada Kota Denpasar, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi secara luas. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah, menggunakan pendekatan longitudinal, atau menambahkan variabel lain seperti kepuasan atau motivasi intrinsik untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai loyalitas pemain dalam industri game mobile.

DAFTAR PUSTAKA

Aulia, R., Pramono, Y., & Dewi, S. (2023). The role of online communities and content design on player loyalty: Evidence from MOBA games. *Asian Journal of Business Research, 13*(4), 77-92.

Chen, H., & Huang, J. (2022). Content design and player retention in mobile games: An empirical study. *Computers in Human Behavior, 135*, 107374.

Chen, L., Wang, T., & Xu, M. (2023). Community interaction and engagement in online games: The mediating role of social presence. *Information & Management, 60*(3), 103676.

Choi, J., Lee, H., & Park, S. (2023). Exploring attitudinal and behavioral loyalty among online gamers. *Entertainment Computing, 46*, 100553.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry, 11*(4), 227-268.

Johnson, D., & Gardner, J. (2021). Measuring game engagement and its effects on behavior. *Journal of Interactive Media, 18*(2), 55-70.

Lee, K., & Kim, H. (2021). Player loyalty in digital games: The role of satisfaction and alternatives. *Journal of Business Research, 134*, 343-352.

Lee, S., & Choi, J. (2021). Social interaction and identity formation in online gaming communities. *International Journal of Internet Studies, 14*(1), 22-37.

Oliveira, R., & Mendes, F. (2023). Emotional bonds and loyalty in MMORPG communities. *International Journal of Information Management, 70*, 102639.

Pratama, B., & Lestari, S. (2022). Factors influencing player switching behavior in online games. *Journal of Consumer Research in Emerging Markets, 6*(2), 112-126.

Rivera, J. (2025). Player engagement as a predictor of loyalty in online games. *Journal of Consumer Psychology, 35*(1), 91-108.

Santos, A., & Kim, J. (2022). Community interaction and loyalty in online gaming. *Telematics and Informatics, 65*, 101750.

Santos, L., & Oliveira, R. (2022). The influence of game content and community on player loyalty. *Journal of Consumer Marketing, 39*(7), 833-846.

Santoso, D., & Rahayu, I. (2023). Community building and player loyalty in MOBA games. *Journal of Marketing Strategy, 15*(1), 33-49.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Wang, Y., & Li, X. (2022). The impact of content design on user satisfaction in mobile games. *Entertainment Computing, 43*, 100541.

We Are Social, & Datareportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. We Are Social.

Widjaja, A., & Nugroho, B. (2024). Player loyalty in the mobile gaming industry: The role of satisfaction and word-of-mouth. *Journal of Business and Consumer Studies, 12*(2), 77-95.

Zhang, L., & Xu, J. (2024). The mediating role of engagement on player loyalty. *Journal of Business Research, 158*, 113645.

Zhang, Y., Liu, H., & Chen, Z. (2024). Consistency and creativity in game content design: Impacts on player loyalty. *Information Systems Frontiers, 26*(1), 215-229.