

**STRATEGI MARKETING DIGITAL PERUSAHAAN MIHOYO
: ANALISA KASUS *ROLE PLAYING GAME* GENSHIN
IMPACT DI SINGAPURA (2020-2023)**

SKRIPSI

Diajukan agar memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



Oleh:
EVIDELIA NABILA HAMADA AUDYARIZKI
NPM. 19044010025

**KEMENTRIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Strategi Marketing Digital Perusahaan MiHoYo: Analisa Kasus *Role Playing Game Genshin Impact* di Singapura (2020-2023)

Disusun Oleh:



Evidelia Nabila Hamada Audyarizki
19044010070

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi,
Menyetujui

PEMBIMBING



Adiasri Putri Purbantina, Ph.D.
NPT. 386021303591

Mengetahui,

DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**STRATEGI MARKETING DIGITAL PERUSAHAAN MIHOYO :
ANALISA KASUS ROLE PLAYING GAME GENSHIN IMPACT DI
SINGAPURA (2020-2023)**

Oleh :

Evidelia Nabila Hamada Audyarizki
19044010025

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Pada tanggal 25 Agustus 2023 Menyetujui,

Pembimbing

Adiasri Putri Purbantina, Ph.D.
NPT. 386021303591

Tim Penguji,
Ketua

Praja Firdaus N., M.Hub.Int.
NPT. 388071303601
Sekretaris

Megahnanda Alidyan K., S.IP., M.IP.
NIP. 198611062021212003
Anggota

Adiasri Putri Purbantina Ph.D
NPT. 386021303591

**Mengetahui,
DEKAN FISIP**

Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkah yang diberikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Strategi Marketing Digital Perusahaan MiHoYo: Analisa Kasus *Role Playing Game Genshin Impact di Singapura (2020-2023)***. Penelitian ini disusun guna memenuhi mata kuliah skripsi dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan ini penulis turut terimakasih kepada berbagai pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, di antaranya:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M,Si.selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP, MIR, C.M.C selaku Koordinator Program Studi Hubungan Internasional; Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Hubungan Internasional FISIP UPN “Veteran” Timur.
4. Terima kasih untuk dosen pembimbing yaitu mbak Adiasri Putri Purbantina, Ph.D. yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk membimbing penulis.

5. Terima kasih juga untuk seluruh dosen dan staf Program Studi Hubungan Internasional UPN Veteran Jawa Timur yang telah memberikan penulis pengetahuan yang luas hingga saat ini.
6. Mama Ety Widjihastuti dan Papa Bambang Yuniarto, Nenek dan alm. Kakek tersayang, Saudara Kandung Evaniar. Terima Kasih sebesar-besarnya atas doa, kasih sayang, dukungan, waktu dan nasihatnya.
7. Teman-teman seperjuangan Ravi, Salma, Sinta, Nasha, Alifia, Karisma, Hanum, Agnes, Bima, Adit, Erwin, terimakasih telah membantu dan memberikan dukungan emosional serta saran dan nasehat. *Thanks a lot.*
8. Teman-teman di FISIP jurusan Hubungan Internasioanal Angkatan 2019 yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terimakasih atas pertemanan selama ini. *Special thanks to* Bima Hermawan Putra.

Akhir kata, penulis mengucapkan mohon maaf jika dalam proposal skripsi ini terdapat kesalahan dan kekurangan. penulis mengucapkan terima kasih dan semoga karya tulis ilmiah ini dapat dapat berguna untuk akademisi dan memberikan wawasan kepada pembaca serta berkontribusi dalam pembahasan dalam Strategi Marketing Digital.

Surabaya, 15 Agustus 2023

Evidelia Nabila Hamada A.

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Dengan ini menyatakan bahwa, karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana pada program studi atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan atau ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan dalam isi skripsi.

Saya siap menerima konsekuensi atas tindakan plagiat sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur jika pada suatu saat terbukti bahwa saya melanggar prinsip-prinsip ini.

Surabaya, 18 Agustus 2023



Evidelia Nabila Hamada Audyarizki
19044010070

HALAMAN MOTTO

Just like overflowing tears in but a moment, my life's spark will wink out of existence. Amidst these days that are just an endless cycle of encounters and partings. Just what am I meant to believe?

Prayer X

King Gnu (2019)

Fly, fly high! The flame that always burns the inside of my heart, becomes the lighthouse to illuminate my way. The beam of light at dawn would make the flower of talent bloom, so until your life comes to an end, exceed your limits and at the highest speed, Fly, fly.

FLY HIGH

Burnout Syndrom (2016)

If you don't trust the future continue with that force. What is left to learn now. So do it. And when I look, there's someone that's running by my side. Spirit inspiration. Now I can't lose.

Spirit Inspiration

Silver Sun (2012)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN MOTTO	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAKSI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1 Secara Umum.....	6
1.3.2 Secara Khusus.....	6
1.4 Konsep Teori	7
1.4.1 Landasan Teori dan Konseptual	7
1.5 Sintesa Pemikiran	10
1.6 Argumen Utama	11
1.7 Metodologi Penelitian.....	13
1.7.1 Tipe Penelitian	13
1.7.2 Jangkauan Penelitian.....	14
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	15
1.7.4 Teknik Analisis Data	16
1.7.5 Sistematika Penulisan	16
BAB II STRATEGI MARKETING DIGITAL: ELEMEN <i>COST</i> <i>TRANSACTION DAN INTERACTIVE</i>	18
2.1 Strategi Marketing Digital MiHoYo dalam elemen <i>Cost/ Transaction</i>	18
2.1.a Konten Genshin Impact dalam Media Sosial.....	18
2.1.b Revenue Genshin Impact di Media Sosial.....	27
2.2 Strategi Marketing Digital MiHoYo dalam elemen <i>Interaction</i>	30

BAB III STRATEGI MARKETING DIGITAL: ELEMEN INCENTIVE PROGRAM DAN DESIGN AND SITE DESIGN	40
3.1 Digital Marketing Strategy MiHoYo dalam elemen <i>Incentive Program</i>	40
3.1.a <i>Random Event Genshin Impact Online</i>	41
3.1.b <i>Random Event Genshin Impact Offline</i>	48
3.2 Strategi Marketing Digital MiHoYo dalam elemen <i>Design and Site Design</i>	52
3.2.a Design and Site Design	52
3.2.b Respons Pengguna Genshin Impact.....	64
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	70
4.1 Kesimpulan.....	70
4.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Genshin Impact dengan lebih dari 50 juta kali unduhan pada 2023..	2
Gambar 1.2	Pendapatan Game Seluler Seluruh Dunia Sept 2020 - August 2022.	3
Gambar 1.3	TOP Asean Spender in Genshin Impact 2020 - 2022.....	4
Gambar 1.4	Table Revenue Genshin Impact September 2020 - Agustus 2022	4
Gambar 1.5	Dimensi Strategi Marketing Digital	8
Gambar 1.6	Sintesa Pemikiran	10
Gambar 2.1.a.1	Tampilan Youtube Channel Genshin Impact	19
Gambar 2.1.a.2	Konten : Teaser Kisah	20
Gambar 2.1.a.3	Konten : Kisah Genshin Impact.....	21
Gambar 2.1.a.4	Konten : Karakter Demo Zhongli	22
Gambar 2.1.a.5	Konten : Karakter Demo Hu Tao	23
Gambar 2.1.a.6	Konten : Karakter Demo QIQI	24
Gambar 2.1.a.7	Konten : Karakter Demo Eula	25
Gambar 2.1.a.8	Konten : Video Partisipasi Genshin Impact di TGA 2021	26
Gambar 2.1.b 1	Jumlah Revenue perbulan Genshin Impact di Youtube	29
Gambar 2.2. 1	Website MiHoYo bernama HoYoLAB	31
Gambar 2.2. 2	Absen Harian Website HoYoLAB	32
Gambar 2.2. 3	Fitur Menarik didalam website mempermudah pengguna website	33
Gambar 2.2. 4	Interaksi dari Admin Genshin Impact langsung	34
Gambar 2.2. 5	Adanya Interaksi sesama pengguna memberi masukan	34
Gambar 2.2. 6	Adanya Interaksi sesama pengguna.....	35
Gambar 2.2. 7	Adanya diskusi sesama pengguna	36
Gambar 2.2. 8	Salah Satu Usulan dari Pengguna	37
Gambar 2.2. 9	Usulan Pengguna yang Dikabulkan di Update Selanjutnya	38
Gambar 2.2. 10	Interaksi Pengguna dan Genshin Impact di dalam Blibli	38
Gambar 3.1.a. 1	Event “Mencari Kesalahan”	42
Gambar 3.1.a. 2	Event Inviting Friends “Adventurer Assemble”	43
Gambar 3.1.a. 3	Free Character for Long Time Player	45
Gambar 3.1.a. 4	Penawaran Khusus New Player	46
Gambar 3.1.a. 5	Past event, and limited and special reward.....	47
Gambar 3.1.b. 1	Nuansa Event HoYoFEST 2022 Singapore	48
Gambar 3.1.b. 2	HoYoFEST 2022 Event.....	49
Gambar 3.1.b. 3	HoYoFEST 2022 Merchandise	51
Gambar 3.2.a. 1	Logo Genshin Impact	52
Gambar 3.2.a. 2	Visual Lobby Game Genshin Impact	54
Gambar 3.2.a. 3	Interactive Lobby Game Genshin Impact.....	55
Gambar 3.2.a. 4	Map region Mondstadt.....	57
Gambar 3.2.a. 5	Map region Liyue	58
Gambar 3.2.a. 6	Map region Inazuma	59

Gambar 3.2.a. 7 Map region Sumeru	60
Gambar 3.2.a. 8 Banner Characters from Inazuma	61
Gambar 3.2.a. 9 Interactive Website Game Genshin Impact	62
Gambar 3.2. a. 10 Interactive Website Game Genshin Impact	63
Gambar 3.2.b. 1 Respons dari pengguna Genshin Impact	64
Gambar 3.2.b. 2 Respons dari pengguna Genshin Impact	65
Gambar 3.2.b. 3 Respons dari pengguna Genshin Impact	66
Gambar 3.2.b. 4 Respons dari pengguna Genshin Impact	66
Gambar 3.2.b. 5 Respons dari pengguna Genshin Impact	68

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Hadiah <i>Event</i> “Mencari Kesalahan”	42
Tabel 3. 2 Rewards Event Inviting Friends “Adventurer Assemble”	44
Tabel 3. 3 Rewards Event Inviting Friends “Adventurer Assemble”	44
Tabel 3. 4 <i>Rewards Event Inviting Friends “Adventurer Assemble”</i>	46

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk membahas tentang Strategi Marketing Digital perusahaan miHoYo: analisa kasus *Role Playing Game* Genshin Impact di Singapura (2020-2023). Latar belakang pada penelitian ini adalah perusahaan *developer game* Tiongkok miHoYo yang dapat memasarkan gamenya Genshin Impact secara internasional dengan memanfaatkan teknologi dan juga internet. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan kerangka pemikiran Strategi Marketing Digital Perusahaan MiHoYo: Analisa Kasus *Role Playing Game* Genshin Impact di Singapura (2020-2023). Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa dalam memasarkan produknya, miHoYo menerapkan beberapa elemen digital marketing sehingga mendukung proses *marketing* seperti (1) *Cost*, (2) *Interactive*, (3) *Incentive Program*, dan (5) *Design and Site Design*.

Kata Kunci : *Digital Marketing Strategy, Game, Genshin Impact*

,