



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGALAMAN PENGGUNA PLAYABLE ADS GAME "BLOCK
BLAST" DALAM MENDORONG KEPUTUSAN DOWNLOAD**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Cara Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

Aila Virdiana

223516516176

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

OKTOBER, 2026



UNIVERSITAS NASIONAL

***USER EXPERIENCE OF “BLOCK BLAST” PLAYABLE ADS IN
ENCOURAGING DOWNLOAD DECISIONS***

THESIS

***Submitted as one of the requirements to obtain
a Bachelor of Communication Science (S.Ikom)***

Aila Virdiana

223516516176

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM

OCTOBER, 2026

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aila Virrdiana

NPM : 223516516155

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Pengalaman Pengguna Terhadap Playable Ads Game “Block Blast” Dalam Mendorong Keputusan Download

merupakan hasil karya saya sendiri. Semua sumber, baik yang dikutip maupun yang dirujuk dalam penulisan skripsi ini, telah saya nyatakan dengan benar.

Apabila di kemudian hari terbukti adanya penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Jakarta, Februari 2026



Aila Virrdiana

UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Aila Virdiana

Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516176

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Kekhususan : Advertising / Periklanan

Judul Skripsi : PENGALAMAN PENGGUNA MENGENAI
PLAYABLE ADS GAME "BLOCK BLAST" DALAM
MENDORONG KEPUTUSAN DOWNLOAD

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, Februari 2026

UNIVERSITAS NASIONAL

Dosen Pembimbing



Meranti, S.I.Kom., M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Swastiningsih, S.E., M.Si.

HALAMAN PERNYATAAN KARYA TULIS

SURAT PERNYATAAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama Mahasiswa : Aila Virdiana
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516176
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Advertising / Periklanan

Menyatakan, bahwa skripsi berjudul:

Pengalaman Pengguna Mengenai Playable Ads Game "Block Blast" Dalam Mendorong Keputusan Download

adalah benar karya tulis saya, yang disusun untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Apabila dikemudian hari ditemukan bukti-bukti bahwa skripsi tersebut merupakan hasil Plagiat, atau tidak disusun melalui prosedur yang telah ditentukan atau tidak memenuhi ketentuan yang ditetapkan dalam berita acara ujian skripsi, maka saya bersedia menerima sanksi Pembatalan atas skripsi tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 13 Februari 2026



Handwritten signature and stamp of Aila Virdiana. The stamp includes the text 'UNIVERSITAS NASIONAL' and '223517ANX20000100'.

Aila Virdiana

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Aila Virdiana


NPM : 223516516176

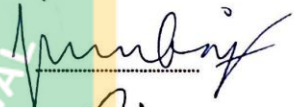
Program Studi : Ilmu Komunikasi


Judul Skripsi : Pengalaman Pengguna Playable Ads Game "Block Blast"
Dalam Mendorong Keputusan Download

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Prof. Drs. Rusman Ghazali, M.Si., Ph.D. 

Penguji 1 : Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si 

Penguji 2 / Pembimbing : Meranti, S.IKom., M.Si 

Ditetapkan di : Universitas Nasional

Tanggal : 26 Februari 2026

HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Aila Virdiana
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516176
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Advertising / Periklanan
Judul Skripsi : PENGALAMAN PENGGUNA PLAYABLE ADS
GAME "BLOCK BLAST" DALAM MENDORONG
KEPUTUSAN DOWNLOAD
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, Maret 2026




Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Meranti, S.I.Kom., M.Si.

Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

HALAMAN PERSETUJUAN JUDUL YANG DIREVISI

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI		
Nama	: Aila Virdiana	
NPM	: 223516516176	
Fakultas/Akademik	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	
Prodi & Peminatan	: Ilmu Komunikasi / ADVERTISING.	
Tanggal Sidang	: 26 Februari 2026	
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA		
Pengalaman Pengguna Playable Ads Game “Block Blast” Dalam Mendorong Keputusan Dwnload		
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS		
<i>User Experience Of “Block Blast” Playable Ads In Encouraging Download Decisions</i>		
TANDA TANGAN DAN TANGGAL		
Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : Maret 2026	TGL : Maret 2026	TGL : Maret 2026
 Meranti, S.I.Kom., M.Si	 Swastuningsih, SE, M.Si	 Aila Virdiana

HALAMAN PERSETUJUAN JUDUL



Biro Administrasi Akademik
Universitas Nasional

Kode : BAANI-4
Revisi : (0)
Tanggal : 30 Desember 2025

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI/KARYA ILMIAH/TESIS/DISERTASI

Nama : Aila Virdiana
NPM : 223516516176
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA:

Pengalaman Pengguna Playable Ads Game "Block Blast"
Dalam Mendorong Keputusan Download

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS:

*User Experience Of "Block Blast" Playable Ads In Encouraging
Download Decisions*

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing 1/ Promotor	Pembimbing 2/ Co- Promotor <i>(Wajib ttd jika ada)</i>	Ka. Prodi
TGL: Maret 2026	TGL: Maret 2026	TGL: Maret 2026
 Meranti, S.I.Kom., M.Si.		 Swastiningsih, S.E., M.Si.

HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Aila Virdiana
 Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516176
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Kekhususan : Advertising
 Judul Skripsi : Pengalaman Pengguna Playable Ads Game
 "Block Blast" Dalam Mendorong Keputusan
 Dwonload

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 26 Februari 2026, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 10 Maret 2026

**Penguji 2 /
Kefua Sidang** : Prof. Drs. Rusman Ghazali, M.Si.,
Ph.D.

Penguji 1 : Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si

Pembimbing : Meranti, S.I.Kom., M.Si

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.

ABSTRAK

Nama : Aila Virdiana (223516516176)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengalaman Pengguna Playable Ads Game “Block Blast”
Dalam Mendorong Keputusan Download
Dosen Pembimbing : Meranti, S.I.Kom., M.Si.

Perkembangan periklanan digital mendorong munculnya format iklan interaktif yang dikenal sebagai *playable ads*, khususnya dalam industri *game mobile*. Format iklan ini memungkinkan pengguna mencoba sebagian permainan secara langsung sebelum memutuskan untuk mengunduh aplikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan *playable ads* game Block Blast dalam mendorong keputusan pengguna untuk mengunduh game. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap tiga informan yang pernah berinteraksi langsung dengan *playable ads* game Block Blast. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teori persepsi yang meliputi tahapan sensasi, atensi, dan interpretasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi awal pengguna terhadap *playable ads* belum terbentuk secara positif karena iklan masih dipandang sebagai iklan digital biasa yang mengganggu aktivitas pengguna. Namun, setelah pengguna mencoba memainkan *playable ads*, pengalaman bermain mulai memunculkan perhatian dan pemaknaan yang lebih personal terhadap game yang diiklankan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa proses persepsi berperan sebagai tahap awal yang membuka perhatian dan membentuk pengalaman pengguna terhadap *playable ads*, sedangkan keputusan mengunduh game terbentuk setelah pengguna merasakan pengalaman bermain yang dianggap menarik dan sesuai dengan preferensi mereka.

Kata kunci: *playable ads*, pengalaman pengguna, persepsi pengguna, *game mobile*, keputusan download

ABSTRACT

Name : Aila Virdiana (223516516176)
Study Program : Communication Science
Title : User Experience Of “Block Blast” Playable Ads In Encouraging
Download Decisions
Advisor : Meranti, S.I.Kom., M.Si.

The development of digital advertising has introduced interactive advertising formats known as playable ads, particularly in the mobile gaming industry. This advertising format allows users to experience a short gameplay simulation before deciding whether to download the application. This study aims to understand users’ experiences when interacting with the playable ads of the Block Blast game and how these experiences influence their decision to download the game. This research employed a qualitative approach using a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews with three informants who had directly interacted with the playable ads of the Block Blast game. Data analysis was conducted using perception theory, which consists of the stages of sensation, attention, and interpretation. The results show that users’ initial perceptions of playable ads were not immediately positive, as the advertisements were initially perceived as ordinary digital ads that interrupted users’ activities. However, after interacting with and trying the playable ads, the gameplay experience began to generate attention and more personal interpretations of the advertised game. The findings indicate that perception functions as an initial stage that attracts users’ attention and shapes their experience with playable ads, while the decision to download the game emerges after users perceive the gameplay experience as interesting and relevant to their preferences.

Keywords: *playable ads, user experience, user perception, mobile game, download decision*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA TULIS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN JUDUL YANG DIREVISI.....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN JUDUL.....	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Teori Persepsi.....	16
2.2 Landasan Konsep.....	20
2.2.1 Pengalaman Pengguna.....	20
2.2.2 Playable Ads.....	21
2.2.3 Keputusan Mengunduh (Download).....	23

2.3 Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODOLOGI	26
3.1 Paradigma Penelitian.....	26
3.2 Pendekatan Penelitian.....	26
3.3 Metode Penelitian.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5 Jenis Data	29
3.6 Teknik Pemilihan Informan.....	30
3.7 Teknik Analisis Data	31
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1 Gambaran Umum Game Block Blast.....	35
4.1.2 Gambaran Umum Playable Ads	38
4.1.3 Konteks Komunitas dan Karakteristik Pengguna	41
4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 Persepsi Awal Pengguna terhadap Playable Ads	46
4.2.2 Interaktivitas sebagai Pemicu Atensi	48
4.2.3 Interpretasi Berdasarkan Pengalaman Personal.....	51
4.2.4 Perubahan Persepsi setelah Interaksi.....	54
4.2.5 Keputusan Mengunduh Game setelah Pengalaman Bermain dengan Playable Ads	58
4.3 Pembahasan	62
4.3.1 Persepsi Awal Pengguna terhadap Playable Ads Block Blast.....	62
4.3.2 Interaktivitas sebagai Pemicu Atensi dalam Playable Ads	65
4.3.3 Interpretasi Pengguna Berdasarkan Pengalaman Personal.....	68
4.3.4 Perubahan Persepsi Pengguna setelah Interaksi dengan Playable Ads.....	71
4.3.5 Keputusan Mengunduh Game setelah Pengalaman Bermain dengan Playable Ads	74
BAB V PENUTUP.....	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Implikasi Penelitian.....	79
5.2.1 Implikasi Teoretis.....	79

5.2.2 Implikasi Praktis	80
5.3 Keterbatasan Penelitian	81
5.4 Saran	83
5.4.1 Saran bagi Peneliti Selanjutnya.....	83
5.4.2 Saran bagi Praktisi dan Pengembang Game	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Contoh tampilan <i>playable ads</i> game Block Blast	1
Gambar 1. 2 Bukti popularitas Block Blast di Google Play Store	3
Gambar 1. 3 Bukti popularitas Block Blast di App Store	4
Gambar 1. 4 Tampilan komunitas pemain Block Blast	5
Gambar 4. 1 Tampilan <i>gameplay</i> utama game Block Blast.....	35
Gambar 4. 2 Tahapan penyusunan balok dalam game Block Blast.....	36
Gambar 4. 3 Kondisi papan permainan yang hampir penuh.....	37
Gambar 4. 4 Tampilan <i>playable ads</i> game Block Blast.....	39
Gambar 4. 5 Tampilan beranda grup Facebook komunitas Block Blast.....	41
Gambar 4. 6 Contoh unggahan anggota komunitas Facebook Block Blast.....	42
Gambar 4. 7 Rentang usia anggota komunitas Facebook Block Blast	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Draft Wawancara.....	88
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	89
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara.....	110
Lampiran 4. Lembar Penugasan Dosen Pembimbing.....	111
Lampiran 5. Lembar SKPI.....	112
Lampiran 6. Lembar Konsultasi Bimbingan.....	113
Lampiran 7. Lembar Hasil Turnitin.....	115

