

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan kemunculan internet yang terus berkembang telah memberi kemudahan masyarakat dalam melakukan interaksi. Saat ini kita mampu melakukan interaksi tanpa ada batasan waktu jarak dan tempat, dengan menggunakan bantuan internet. Kemunculan media sosial telah menambah definisi dari komunitas. Saat ini kita mengenal istilah *virtual community* yang merupakan wadah interaksi antar individu berbasis internet. *Virtual community* menjadi tempat bagi para individu untuk melakukan interaksi, kerjasama, hingga pertukaran pikiran yang dilakukan secara virtual (Rheingold, 1993). Topik - topik yang diperbincangkan tentunya sesuai dengan tujuan dan minat dari sebuah kelompok tersebut. Akses yang kini sangat mudah pada komputer atau *gadget* memberikan masyarakat kemudahan dan kenyamanan yang lebih pada saat menggunakan internet. Salah satu penggunaan internet dan teknologi yang saat ini terkenal adalah untuk bermain *game online*.

Game Online merupakan sebuah permainan yang dijalankan dengan menggunakan jaringan internet. Permainan ini kita mainkan dengan menggunakan *gadget* yang kita miliki seperti handphone dan tablet. Banyak ragam *game online* pada saat ini, mulai dari berbasis teks yang sederhana bahkan ada yang menggabungkan grafik yang sangat kompleks. Dunia virtual *game online* dapat diisi oleh banyak pemain game secara bersamaan. Hal ini membuat masyarakat tidak lagi hanya terhubung pada komputer ketika sedang bermain *game online*, tetapi masyarakat juga dapat terhubung

dengan orang lain melalui internet. Jenis - jenis *game online* yang dapat dimainkan pada gadget kita sangat beragam seperti, MOBA, RTS, SIMULATION, Casual, MMOFPS, MMORPG. Setiap *game online* memiliki fitur komunikasi yang berbeda - berbeda dari yang menyediakan kolom *chat* dan ada juga yang menyediakan *communication service* seperti telepon. Menurut statista pada tahun 2020 pemain *game online* di Indonesia mencapai 54,7 juta orang. Hal ini membuat Indonesia menjadi pengunduh *game online* terbesar di Asia Tenggara (Statista, 2022). Pada saat pemain *game online* masuk ke dalam dunia virtual maka akan terjadi interaksi di dalamnya. Interaksi yang terjadi membuat para pemain *game online* masuk ke dalam sebuah komunitas virtual game online. Komunitas tersebut digunakan oleh para pemain *game online* untuk melakukan interaksi dan melakukan pertukaran informasi seputar game online yang mereka mainkan (Hsu & Lu, 2007).

Indonesia adalah salah satu negara dengan masyarakat yang paling banyak memainkan *game* di dunia. Saat ini Indonesia memiliki 105 juta pemain *game online* yang diproyeksikan akan bertambah terus secara pesat kedepan. Platform game yang digunakan oleh masyarakat Indonesia dalam bermain game pun sangat beragam, mulai dari Android, IOS, PC, Playstation, Xbox dan Nintendo (Bestari, 2022). Di balik keberhasilan yang signifikan dari industri *game online*, ternyata terdapat beberapa fenomena yang terjadi di dalam kehidupan bermasyarakat. Kini *game online* tidak bisa dikatakan hanya sebagai hiburan atau pelepas lelah dari kesibukan sehari - hari. Bahkan *game online* juga tidak dapat dinilai sebagai hal negatif, sebagaimana penilaian orang umumnya terhadap *game*. Sebab banyak sekali hal positif yang saat ini terus

berkembang dari *game online*. *Game online* telah berkembang menjadi sebuah tempat untuk para pemainnya bersosialisasi, bertukar informasi, bahkan kini *game online* dapat dijadikan sebagai sarana mata pencaharian. Seseorang yang gemar bermain *game online* memiliki tiga buah kategori yang menjadi pendorong mereka yaitu ada *social*, *achievement* dan juga *immersion factor* (Yee, 2006).

Pada bagian *Achievement*, para pemain *game online* memiliki sifat atau untuk mendapatkan sebuah kekuasaan di dalam dunia *game online*. Pemain *game online* memiliki sebuah keinginan untuk mengoptimalkan cara kerja dari sebuah karakter yang mereka mainkan. Rasa kompetitif yang dimiliki oleh pemain *game online* menjadi sebuah dorongan tertinggi mengapa seseorang itu sangat gemar bermain *game online*. Kategori yang kedua adalah *social*, para pemain *game online* memiliki sifat untuk saling gotong royong sehingga ada komunikasi dengan para pemain lain. Komunikasi antar pemain akan menghasilkan sebuah tim dan juga sebuah relasi jangka Panjang. Cara mereka berkomunikasi pun berbeda - beda tergantung dari fitur yang disediakan oleh *game online* yang mereka mainkan. Kategori yang terakhir adalah *immersion*. Di sinilah para pemain *game online* cenderung untuk menjelajahi dunia virtual tempat mereka bermain. Hal ini mereka lakukan untuk mengetahui hal - hal yang tidak diketahui oleh pemain *game online* yang lain. Kategori ini menjelaskan mengapa banyak pemain *game online* yang akhirnya memiliki sifat hedonis dan rela mengeluarkan sejumlah uang untuk melakukan proses jual beli barang virtual (Zhang & Kaufman, 2016).

Pembelian barang virtual dalam *game online* dengan menggunakan mata uang asli, disebabkan oleh penilaian terhadap guna yang didapatkan dari sebuah barang virtual. Barang virtual dalam *game online* dilihat dari kemampuan barang tersebut untuk membuat karakter para pemain semakin kuat. Selain itu barang virtual dapat membuat para pemain semakin dikenal oleh pemain lainnya. (Muhammad & Rahadian, 2016).

Saat ini media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan kita sehari - hari. Di dalam kehidupan bermasyarakat media sosial memiliki peran yang sangat penting. Dengan bantuan media sosial interaksi, akses kepada informasi, maupun pada proses pengambilan sebuah keputusan dapat terbantu. Media sosial merupakan alat komunikasi yang sangat berpengaruh pada masyarakat. Dengan media sosial masyarakat dapat membuat, berbagi dan menyebarkan sebuah informasi. Sama halnya yang terjadi pada pemain *game online*, mereka berkomunikasi melalui fitur yang disediakan oleh *game online* yang mereka mainkan. Tetapi komunikasi dan pertukaran informasi melalui *game* saja tidak cukup dirasakan. Sehingga mereka menarik perkumpulan tersebut keluar dari dunia *game online* dan menjadi sebuah komunitas virtual. Komunikasi mereka dibantu dengan menggunakan media sosial.

Untuk mengetahui apa yang menjadi alasan para pemain *game online* dalam bermain game, kita harus mengetahui dahulu bagaimana interaksi yang terjadi di dalam dunia virtual *game online* yang mereka masuki. Dalam dunia virtual akan terjadi interaksi antar pemain secara otomatis. Interaksi yang terjadi dalam dunia *game online* akan membentuk perilaku mereka. Salah satu penelitian tentang *planned behaviour*

Theory adalah penelitian oleh Amela tahun 2019. Dalam penelitiannya menjelaskan teori ini dikemukakan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985 dengan tujuan untuk mengetahui seseorang akan mengambil langkah keputusan mereka berdasarkan jalan pikiran mereka sendiri. Ajzen menjelaskan bahwa niat perilaku dari seseorang sangatlah berpengaruh ketika pengambilan keputusan itu dibuat. Di dalam *planned behaviour Theory* nilai perilaku dari seseorang telah dipengaruhi oleh tiga faktor. Tiga faktor tersebut adalah Sikap, norma subjektif dan juga kontrol terhadap perilaku yang seseorang alami. *Planned behaviour Theory* juga dapat dipakai sebagai tujuan untuk mengetahui niat perilaku seseorang terhadap sebuah tindakan (Amela, 2019).

1.2 Identifikasi Masalah

Pemain *game online* yang terus menerus bermain, memiliki *flow experience* yang dipengaruhi oleh interaksi interpersonal dan interaksi sosial. Interaksi interpersonal menerbitkan sebuah tujuan atau proses selama bermain *game*. Terdapat pula timbal balik atau *feedback* sebagai pendukung interaksi interpersonal tersebut. Sedangkan interaksi sosial mengartikan tempat komunikasi serta alat komunikasi yang menjadi sebuah pendukung dalam mempermudah interaksi (Choi & Kim, 2004). Interaksi yang terjadi antara pemain *game online* akan membentuk pengalaman selama bermain.

Alasan para pemain *game online* untuk membeli barang virtual pada game online yang ditentukan oleh beberapa penelitian yang membahas mengenai kompetensi karakter, utilitas harga, estetika dalam game, keseruan, kepuasan yang dirasakan oleh

para pemain, nilai kenikmatan pada *game*. Penelitian Park dan Lee memperlihatkan bahwa seorang yang gemar bermain *game* akan membeli barang virtual apabila para pemain merasakan kepuasan dan juga melihat bahwa ada *value* besar yang dimiliki oleh barang virtual tersebut. Para pemain yang merasa senang dalam bermain belum tentu membeli barang virtual tersebut. Park dan Lee melakukan penelitian terhadap *game* yang bertema *pay to play*. Artinya jenis permainan yang diteliti adalah *game* berbayar. Park dan Lee menjelaskan bahwa dalam membeli barang virtual tidak ditemukan faktor harga, estetika, dan juga kesenangan (Park & Lee, 2011). Konsep *game* yang diteliti oleh Park dan Lee, berbeda dengan permainan Chimeraland. *Game online* Chimeraland adalah sebuah permainan yang bertema *Free to Play*, sehingga pemain dari semua kalangan dapat memainkan permainan ini.

Pada penelitian Ho dan Wu memperlihatkan bahwa, para pemain *game online* akan membeli barang virtual apabila mereka merasakan kesenangan terhadap barang tersebut. Pembelian barang virtual didukung oleh harga barang yang mereka akan beli. Sementara adanya dukungan hubungan dari orang lain untuk membeli barang tersebut. Hubungan dengan orang lain menjadi salah satu faktor tambahan dalam melakukan pembelian barang virtual (Ho & Wu, 2012). Penelitian Ho dan Wu tertuju pada *game online* bergenre *war strategy*. Pembelian barang virtual hanya bisa dibeli dari penyedia *game*. Sedangkan pada penelitian Koh dijelaskan bahwa, para pemain *game online* membeli barang virtual karena adanya nilai – nilai emosional dari para pemain terhadap barang tersebut. Koh menjelaskan bahwa harga barang virtual bukan menjadi hal yang signifikan. Para pemain juga memikirkan nilai estetika pada barang virtual yang dibeli.

Hal ini menjadi salah satu faktor yang membuat seorang pemain melakukan pembelian barang virtual (Koh, 2009). Genre *game online* sangat berpengaruh terhadap penelitian yang akan diteliti. Pada penelitian – penelitian sebelumnya genre *game online* yang diteliti hanya dapat menjelaskan faktor yang mempengaruhi seseorang dalam membeli barang virtual. Berbeda dengan Chimeraland, *game online* ini bertema MMORPG (*Massively Multiplayer Online Role Playing Game*). Para pemain masuk ke dalam sebuah dunia virtual dan mereka akan hidup secara bersamaan dengan ribuan orang di dalamnya. Dalam game Chimeraland terdapat ekosistem yang terjadi antara penjual dan pembeli. Barang virtual dalam Chimeraland tidak hanya dapat dibeli kepada penyedia *game*. Para pemain Chimeraland mampu untuk memproduksi barang virtual yang mereka dapatkan dalam dunia tersebut. Keterbaruan yang dipaparkan dalam penelitian ini adalah tidak hanya melihat dari sisi pembelian barang virtual, tetapi peneliti juga akan melihat tentang motivasi pemain yang menjual barang virtual pada Chimeraland.

Penelitian lainnya yang terkait dengan peletakan tipologi para pemain *game online* juga dapat membantu untuk mengetahui apakah tipologi pemain *game online* itu memiliki keterkaitan terhadap motivasi dalam melakukan jual beli barang virtual *game online* pada komunitas virtual. Penelitian terdahulu belum cukup untuk memastikan fenomena jual beli barang virtual pada *game online*. Berdasarkan kejadian yang terjadi pada dunia *game online*, penting untuk mengetahui apa yang menjadi motivasi penjualan dan pembelian barang virtual oleh pemain *game online*. Selain itu, penting

juga untuk mengetahui alasan para pemain masuk ke dalam komunitas virtual untuk melakukan penjualan dan pembelian barang virtual.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan kesenjangan penelitian, maka rumusan masalah penelitian ini adalah **“Apa Motivasi Pemain *Game Online* Dalam Melakukan Penjualan dan Pembelian Barang Virtual Pada Komunitas Virtual *Game Online*?”**

1. Apakah interaksi antar pemain mempengaruhi penjualan dan pembelian barang virtual?
2. Apakah para pemain *game online* mendapatkan keuntungan materil dari bermain?
3. Bagaimana proses interaksi yang terjadi pada saat melakukan jual beli barang virtual pada *game online*?
4. Mengapa para pemain *game online* rela untuk masuk ke dalam komunitas virtual demi melakukan jual beli barang virtual?

1.4 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi para pemain *game online* dalam bermain *game* dan melakukan kegiatan jual beli barang virtual dalam sebuah komunitas virtual. Tetapi secara lebih detil penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menggali lebih dalam tentang motivasi yang membuat seseorang melakukan perilaku jual beli dalam bermain *game online*.

2. Membedah pengalaman pemain *game online* dalam menggunakan komunitas virtual pada media sosial sebagai tempat melakukan penjualan dan pembelian barang virtual.

1.4.1 Batasan Penelitian

Adapun batasan dalam penelitian ini yakni, informan pemain *game online* baik dari penjual dan juga pembeli barang virtual di dalam *game online* MMORPG (*Massively Multiplayer Online Role Playing Game*) Chimeraland.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini akan menambah kajian tentang perkembangan *game online* yang dijadikan oleh para pemain sebagai sarana untuk mendapatkan keuntungan finansial. Selain itu penelitian ini juga dapat memperkaya kajian tentang motivasi yang membuat seorang pemain melakukan penjualan dan pembelian barang virtual. Penelitian ini juga menambah kajian mengenai hadirnya komunitas virtual sebagai tempat untuk para pemain *game online* melakukan penjualan dan pembelian barang virtual.

1.5.2 Kegunaan Sosial

Penelitian ini dapat digunakan untuk memahami bahwa *game online* bukan sekedar tempat untuk mencari kesenangan. Masih banyak masyarakat yang menganggap *game online* sebagai sesuatu yang buruk, sehingga pada penelitian ini akan menjelaskan mengenai sisi positif dari *game online*. Penelitian ini juga dapat

berguna bagi perusahaan *game online* dalam memanfaatkan perilaku pemain sebagai peluang bisnis.

