

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perilaku konsumtif pada pemain *Game* adalah fenomena yang semakin menjadi perhatian dalam penelitian terkait psikologi dan perilaku manusia. Dalam konteks permainan, perilaku konsumtif terjadi ketika seorang pemain cenderung menghabiskan uang atau sumber daya berlebihan untuk membeli *item* virtual atau meningkatkan kemampuan karakter dalam permainan. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ini meliputi motivasi untuk mencapai status sosial yang lebih tinggi, kepuasan visual, pengaruh dari komunitas pemain, serta tekanan psikologis seperti kecanduan dan keinginan untuk unggul dalam permainan. Perilaku konsumtif pada pemain *Game* juga dapat dipicu oleh strategi pemasaran dalam permainan, seperti penawaran khusus, eksklusivitas *item*, dan dorongan untuk membeli agar dapat bersaing dengan pemain lain.

Perilaku konsumtif pada pemain *Game* memiliki dampak yang signifikan baik secara ekonomi maupun psikologis. Secara ekonomi, pemain yang terlibat dalam perilaku konsumtif dapat menghabiskan jumlah uang yang signifikan dalam permainan, bahkan melebihi biaya awal permainan itu sendiri. Hal ini dapat berdampak negatif pada keuangan pribadi dan menyebabkan masalah finansial di kehidupan nyata. Dari segi psikologis, perilaku konsumtif dapat memicu perasaan stres, kecemasan, dan depresi jika pemain merasa terjebak dalam siklus yang sulit diputuskan. Selain itu, pemain yang terlalu terlibat dalam konsumsi dalam permainan juga dapat mengalami gangguan tidur, kurangnya keterlibatan sosial, dan mengabaikan tanggung jawab sehari-hari. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan mengatasi perilaku konsumtif pada pemain *Game* melalui pendekatan yang bijaksana dan seimbang untuk memastikan kesejahteraan pemain secara keseluruhan.

Dalam era digital, kehadiran *online Game* atau gim daring dalam Bahasa Indonesia merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi. Hal ini dapat mawadahi para penggunanya dalam kebutuhan akan hiburan yang akan memberikan rasa senang (Quwaider dkk., 2019, hlm. 576) yang di mana dapat mengakibatkan sebuah fenomena bermain *Game online* yang bersifat lapang dan universal di dunia, termasuk Indonesia.

Popularitas *Game online* telah mengalami peningkatan yang sangat masif, hal ini dikarenakan *Game online* dapat memberikan hiburan bagi anak kecil hingga orang dewasa. Dengan kemudahan mengakses, *Game online* menjadi salah satu platform hiburan yang sangat diminati, dan para pemain *Game* ini dinamakan “*Gamers*” (Abbasi dkk., 2021, hlm.1). Dengan pertumbuhan yang pesat maka tidak dapat dipungkiri *Game online* ini akan menjadi sebuah fenomena yang terus berjalan di dunia,

Beberapa tahun kebelakang, fenomena *Game online* menjadi sebuah tren yang tinggi dan mendapatkan atensi dari para pemainnya. Pada saat ini kurang lebih terdapat 700 juta pemain *Game online* yang ada di dunia. Indonesia juga ikut andil dalam perkembangan *Game online* ini dengan pertumbuhan pemain *Game online* hingga 33 persen setiap tahunnya dengan rata rata umur 17 hingga 40 tahun (Pitakasari dkk., 2019, hlm. 97). Hal ini dapat disimpulkan bahwa *Game online* sudah tersebar di seluruh penjuru dunia dan tidak pandang bulu dalam penggunaanya.

Namun dalam setiap perkembangan teknologi, tidak hanya memberikan kesan yang positif namun ada juga hal hal negatif yang perlu kita amati dan pelajari. Salah satunya dalam fenomena *game online* terdapat sebuah budaya perilaku dalam bermain *Game* yang dimana dapat memberikan hal negatif untuk para pemainnya. Hal negatif ini berhubungan kepada kehidupan pemainnya itu sendiri, salah satunya budaya hedonisme. Budaya hedonisme disini diartikan sebagai Bahasa dari keinginan manusia untuk mengekspresikan diri dan juga mengimplusif komunikasi (Suwarjo dkk., 2022, hlm. 31) yang dimana dapat berhubungan dalam fenomena *game online* yaitu perilaku konsumtif.

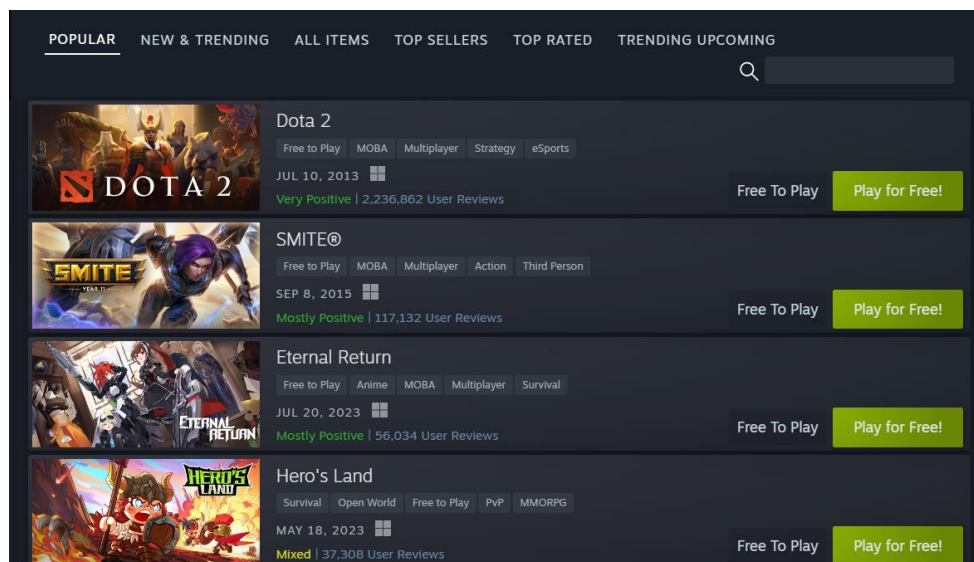
Dengan adanya teori Interaksi simbolis yang merupakan salah satu pendekatan yang bisa dilakukan dengan cultural studies. Menurut Norman Denzin dalam bukunya *Symbolic Interactionism and Cultural Studies* menekankan bahwa semestinya kajian terhadap interaksi simbolis memainkan peranan penting dalam cultural studies yang memusatkan perhatian pada tiga masalah yang terkait satu dengan lainnya, yakni produksi makna kultural, analisis tekstual makna-makna ini dan studi kebudayaan yang dijalani dan pengalaman yang dijalani. Namun, dalam tataran praktis Denzin melihat adanya kecenderungan dari interaksionisme simbolik untuk mengabaikan gagasan yang menghubungkan “simbol” dan “interaksi” (Haris & Amalia, 2018).

Perilaku konsumtif ini memiliki makna yang beragam dirasakan oleh para *Gamer*. Makna dari perilaku konsumtif ini dapat menimbulkan perilaku boros dan juga hedonisme yang tinggi dan sulit dikontrol, selain itu perilaku konsumtif dapat memunculkan kecemburuan sosial yang terpengaruh oleh gaya hidup atau barang yang dimiliki orang lain. Para pemain *Game online* akan terus terjebak dalam budaya ini dikarenakan perilaku konsumtif ini dapat mengobati rasa ego mereka.

Dari beberapa penelitian terdahulu (Abbasi dkk., 2021; Ching-I Teng., 2018; Pitakasari., 2019; Abbasi dkk., 2020; Quwaider dkk., 2019) mengenai perilaku konsumtif dalam bermain *Game*, dominan dari mereka membahas mengenai makna yang hadir akibat perilaku konsumtif ini sehingga menimbulkan *gap* atau celah penelitian yang dapat dieksplorasi, yaitu motif dari para *Gamer* melakukan perilaku konsumtif ini didalam sebuah *Game online*. Dalam penelitian ini mencoba untuk melengkapi *gap* dari penelitian terdahulu yang mana untuk mengetahui motif yang dilakukan para pemain *Game online* dalam melakukan perilaku konsumtif.

Dalam penelitian lebih lanjut mengenai perilaku komunitas pemain *Game online* memiliki sebuah perhatian khusus yang di mana dapat menghasilkan pengalaman yang berbeda dibandingkan dengan komunitas tatap muka atau *offline*.

*Game online* yang terdapat dalam *platform PC* cukup beragam namun peneliti memilih *game* yang berbasis gratis atau *free to play* dikarenakan *game* yang berbasis gratis memiliki banyak pemain, dan dalam penelitian ini peneliti memilih *game* DOTA 2 dikarenakan dalam *platform* Steam DOTA 2 menduduki peringkat nomer 1 dalam kategori permainan gratis. Selain itu *game* yang di luncurkan pada 10 juli 2013 ini memiliki *review* yang baik dan cukup banyak yaitu sebesar 2.236.862 pengguna. Selain itu juga dota memiliki jumlah pemain tergolong cukup banyak yaitu sebesar 85,2 juta pemain aktif menurut playercounter.com, yang dimana merupakan *website* terpercaya untuk melihat pemain yang aktif dalam sebuah *game*.



Gambar 1.1 Temuan DOTA 2 Permainan Gratis Terlaris di Steam

#### Dota 2 Overview

|                       |                                                           |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------|
| Developer             | Valve Corporation                                         |
| Release Date          | July 9, 2013                                              |
| Registered Users      | 85.2 million                                              |
| Genre                 | Multiplayer online battle arena, Action role-playing game |
| Available Platform(s) | Windows, macOS, Linux                                     |

Gambar 1.2 Jumlah Pemain Game DOTA 2 yang Aktif Menurut  
Playercounter.com/dota-2/

Dalam setiap permainan yang berbasis *online* atau daring memiliki komunitas untuk berbagi informasi ataupun memberikan akses interaksi

Andhara Suhardy, 2025

PERILAKU KONSUMTIF PEMAIN GAME ONLINE DOTA2

PADA KOMUNITAS OLYMPUS

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

sosial antar pengguna dengan tujuan yang sama atas minatnya (liliweri, 2014). Salah satu komunitas yang cukup berkecimpung di *game* DOTA 2 ini yaitu OLYMPUS, yang dimana tim ini sudah sering cukup menjuarai *event* “DOTA week” dan juga cukup terkenal di komunitas DOTA 2 Kota Bandung.

Peneliti menggunakan metode netnografi dalam meneliti masalah perilaku konsumtif dalam *game online*. Pemilihan metode ini cocok karena menurut Kozinets., (2014) netnografi merupakan sebuah metode yang mengungkap dan menganalisis persepsi diri yang digunakan oleh masyarakat atau kelompok secara digital dalam sebuah interaksi daring. Metode ini dapat menggabungkan antara internet dan etnografi.

Oleh karena itu, dengan menggunakan metode netnografi ini dapat menjawab rumusan masalah penelitian mengenai motif dari pemain *game online* melakukan perilaku konsumtif yang berfokus pada komunitas pemain DOTA2. Selain itu juga hasil dari perilaku konsumtif ini yang dapat dirasakan oleh pemain *game online* DOTA2.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang yang didukung oleh sejumlah penelitian terdahulu, peneliti kemudian menemukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa motif yang menyebabkan pemain *Game online* DOTA2 melakukan perilaku konsumtif?
2. Bagaimana proses anggota komunitas OLYMPUS dalam membangun kecanduan akan perilaku konsumtif di dalam *game* DOTA 2?
3. Bagaimana bentuk interaksi konsumtif antar anggota komunitas ΩOlympus dalam *game* DOTA2?
4. Apa makna dari perilaku konsumtif yang dirasakan oleh para pemain *Game online* DOTA2 dalam kehidupan sehari-harinya?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan adanya rumusan masalah di atas, maka penelitian ini akan bertujuan untuk:

1. Mengetahui motif yang menyebabkan pemain *Game online* DOTA2 melakukan perilaku konsumtif.
2. Mengetahui perilaku konsumtif yang dilakukan komunitas OLYMPUS dalam *game* DOTA 2.
3. Mengetahui bentuk interaksi konsumtif antar anggota komunitas ΩOlympus dalam *game* DOTA2.
4. Mengetahui makna konsumtif yang dirasakan oleh para pemain *Game online* DOTA2 dalam kehidupan sehari-harinya.

Ada pun untuk menjawab rumusan masalah di atas, peneliti akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi yang menjadikan komunitas pemain *Game online* DOTA 2 OLYMPUS sebagai subyek penelitian.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk memperkaya wawasan ilmu pengetahuan dan rujukan penelitian yang terkait dengan perilaku konsumtif pemain *game online* DOTA2 di komunitas online.

#### 2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap bisa memberikan manfaat untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif pada OLYMPUS DOTA 2.

#### 3. Manfaat Kebijakan

Pada hasil penelitian ini bermanfaat sebagai para . Peneliti berharap pada penyusunan kebijakan terkait komunitas *online* dalam menghadapi perilaku konsumtif pada suatu masa mendatang, perilaku konsumtif dapat memberikan gambaran serta rancangan terkait beberapa model komunikasi pada komunitas.

#### 4. Manfaat Isu Dan Aksi Sosial

Andhara Suhardy, 2025

PERILAKU KONSUMTIF PEMAIN GAME ONLINE DOTA2

PADA KOMUNITAS ΩOLYMPUS

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Motivasi pada perilaku konsumtif ini akan memunculkan makna bagi pemain *game* dalam komunitas *online* untuk lebih berhati-hati dan dapat lebih memilih kepentingan yang lebih berguna.

### **1.5 Struktur Organisasi Skripsi**

Struktur organisasi penelitian skripsi penting untuk menyajikan teknik penelitian secara jelas dalam artikel ilmiah. Berikut adalah struktur penelitian skripsi ini:

#### **BAB 1 : Pendahuluan**

Bab pertama ini memberikan gambaran tentang kerangka struktural penelitian, mulai dari alasan mendasar untuk melakukan penelitian hingga argumen yang mendukung dan menentang masalah penelitian. Bab I memberikan informasi tentang konteks penelitian, rumusan masalah, fokus penelitian, keunggulan penelitian, dan kerangka organisasi penelitian skripsi.

#### **BAB II : Kajian Pustaka**

Bab ini akan membahas ide-ide teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan subjek penyelidikan ini. Selain itu, ini mencakup kerangka penelitian yang merinci ide, konsep, dan temuan penelitian ini.

#### **BAB III : Metode Penelitian**

Pada bagian ini, akan dipaparkan mengenai metode penelitian yang meliputi desain penelitian, tempat dan partisipan penelitian, proses pengumpulan data, etis penelitian, teknik analisa data, dan ujia keabsahan data.

#### **BAB IV : Temuan dan Pembahasan**

Pada bagian ini akan dipaparkan temuan dan pembahasan dari penelitian perilaku konsumtif pemain *game online* DOTA2 di komunitas online.

#### **BAB V : Kesimpulan dan Saran**

Bagian ini akan membahas kesimpulan peneliti mengenai temuan penelitian yang telah diproses sebelumnya. Selain itu, perlu untuk menulis temuan inti atau signifikan dari penelitian, serta untuk berbagi rekomendasi atau implikasi dari penelitian, belum lagi rekomendasi untuk beberapa pihak yang terlibat dalam penelitian riset skripsi