

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Simpulan penelitian ini bertujuan untuk memahami perilaku konsumtif pemain game online DOTA2 dalam komunitas Ω Olympus melalui pendekatan netnografi. Untuk menjawab tujuan tersebut, penelitian ini difokuskan pada empat rumusan masalah utama, yaitu: (1) motif perilaku konsumtif pemain DOTA2, (2) Proses anggota komunitas Ω Olympus membangun perilaku konsumtif, (3) bentuk interaksi konsumtif yang terjadi di dalam komunitas, dan (4) makna yang dirasakan dari perilaku konsumtif terhadap pemain.

5.1.1 Motif Perilaku Konsumtif

Dalam menjawab rumusan masalah pertama, penelitian ini menemukan tiga motif utama di balik perilaku konsumtif pemain DOTA2, yaitu: (1) ajang validasi sosial, (2) kepuasan diri dan eksklusivitas, dan (3) gaya hidup digital serta pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO). Pemain terdorong membeli *item* dalam *game* karena ingin mendapatkan pengakuan sosial, menunjukkan status dalam komunitas, dan menyesuaikan diri dengan tren di lingkaran sosial mereka. Selain itu, kepuasan emosional, kebanggaan atas koleksi pribadi, serta dorongan untuk mengejar *item* langka juga turut membentuk perilaku konsumtif tersebut.

5.1.2 Proses Membangun Perilaku Konsumtif

Menjawab rumusan kedua, penelitian menemukan bahwa perilaku konsumtif dalam komunitas Ω Olympus dibangun melalui pola konsumsi yang berulang dan konsisten, seperti pembelian saat event khusus, pengaruh sistem gacha, serta daya tarik estetika *item* dalam *game*. Selain itu, penciptaan nilai dalam komunitas turut memperkuat perilaku konsumtif, di mana kepemilikan *item* tertentu diasosiasikan dengan prestise, identitas, solidaritas, dan bahkan peluang investasi. Komunitas turut menciptakan norma tidak

tertulis yang menormalisasi konsumsi *item* sebagai bagian dari identitas sosial digital.

5.1.3 Bentuk Interaksi Perilaku Konsumtif

Menjawab rumusan masalah ketiga, penelitian ini menemukan dua bentuk utama interaksi yang mendorong perilaku konsumtif dalam komunitas Ω Olympus, yaitu pertukaran informasi dan kompetisi simbolik. Pertukaran informasi terjadi melalui diskusi, saran, dan berbagi pengalaman antaranggota terkait item dalam game, yang membentuk kesadaran bersama akan nilai konsumsi. Sementara itu, kompetisi simbolik terlihat dari kecenderungan memamerkan item langka atau mahal sebagai simbol status, yang memicu dorongan untuk bersaing. Kedua bentuk interaksi ini menunjukkan bahwa konsumsi dalam komunitas tidak lagi bersifat individual, melainkan menjadi bagian dari dinamika sosial dan pembentukan identitas.

5.1.4 Makna Perilaku Konsumtif

Dalam menjawab rumusan masalah keempat, penelitian menemukan bahwa perilaku konsumtif memberikan makna emosional berupa kepuasan, kebanggaan, serta peningkatan keterikatan terhadap *game* dan komunitas. Meskipun sebagian pemain mengalami pengeluaran besar, mereka umumnya menunjukkan kesadaran finansial dan pengelolaan anggaran yang baik. Namun, terdapat pula risiko konsumsi impulsif dan tekanan sosial yang perlu diantisipasi oleh pemain dan komunitas.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Akademis

Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman perilaku konsumtif dalam konteks komunitas digital dan budaya *gaming*. Temuan ini memperluas kajian psikologi konsumen dan sosiologi digital dengan menekankan bahwa konsumsi tidak semata-mata bersifat ekonomis, tetapi juga simbolik, emosional, dan sosial. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya pendekatan interaksionisme simbolik dalam

menjelaskan perilaku konsumtif berbasis identitas dan dinamika kelompok dalam komunitas daring.

5.2.2 Implikasi Praktis

Secara praktis, temuan ini dapat menjadi acuan bagi komunitas *game* untuk membangun budaya konsumsi yang sehat dan bertanggung jawab. Bagi pemain, kesadaran akan dorongan emosional dan sosial dalam keputusan pembelian dapat membantu mereka mengatur keuangan secara bijak. Untuk developer *game*, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan untuk merancang sistem monetisasi yang lebih etis dan tidak mendorong konsumsi berlebihan melalui tekanan sosial atau *event* terbatas.

5.3 Rekomendasi

5.3.1 Rekomendasi Akademis

Peneliti merekomendasikan studi lanjutan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh motif konsumtif secara statistik. Penelitian mendatang juga dapat mengeksplorasi dinamika perilaku konsumtif dalam komunitas *game* lain dengan pendekatan komparatif. Selain itu, eksplorasi terhadap dampak jangka panjang perilaku konsumtif terhadap kesehatan mental dan kesejahteraan finansial pemain layak untuk diteliti lebih lanjut.

5.3.2 Rekomendasi Praktis

Untuk komunitas Ω Olympus dan komunitas *game* lainnya, disarankan untuk menyusun pedoman atau diskusi terbuka mengenai literasi keuangan digital dan pengelolaan konsumsi dalam *game*. Bagi pemain, penting untuk mengenali motivasi personal dalam membeli *item game* dan menetapkan batas anggaran bulanan agar konsumsi tidak mengganggu kebutuhan lainnya. Sementara itu, bagi pengembang *game*, penting untuk lebih transparan dalam sistem *gacha* dan menghindari praktik manipulatif yang mengeksploitasi dorongan psikologis pemain.