

**Perilaku Konsumtif Pemain *Game online* DOTA2
Pada Komunitas ΩOlympus
(Studi Netnografi Pada Komunitas ΩOlympus Pemain DOTA2)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Konsentrasi Penyiaran Program Studi Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing:

Prof. Dr. H. Johar Permana, MA

Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi., M. Si.



Oleh :

Andhara Suhardy

2004913

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2025**

**Perilaku Konsumtif Pemain *Game Online* Dota2
Pada Komunitas Ωolympus
(Studi Netnografi Pada Komunitas Ωolympus Pemain Dota2)**

Oleh
Andhara Suhardy

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© **Andhara Suhardy 2025**
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2025

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, fotokopi atau cara lainnya tanpa izin dari peneliti.

LEMBAR PENGESAHAN

Andhara Suhardy

PERILAKU KONSUMTIF PEMAIN *GAME ONLINE* DOTA2
PADA KOMUNITAS ΩOLYMPUS

(Studi Netnografi Pada Komunitas ΩOlympus Pemain DOTA2)

Skripsi ini disetujui oleh:

Pembimbing I,



Prof. Dr. H. Johar Permana, MA
NIP. 195108081974121001

Pembimbing II,



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si.

NIP. 198507172014041001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si.

NIP. 198507172014041001

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi perilaku konsumtif para pemain *game* online DOTA2 di dalam komunitas Ω Olympus melalui pendekatan netnografi. Kajian ini memusatkan perhatian pada empat hal pokok: alasan di balik perilaku konsumtif, proses terbentuknya perilaku tersebut di lingkungan komunitas, bentuk interaksi yang memicu konsumsi, serta makna yang dirasakan para pemain. Temuan penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif didorong oleh tiga motif utama, yakni kebutuhan akan pengakuan sosial, pencarian kepuasan dan rasa eksklusif, serta gaya hidup digital yang dipengaruhi fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)*. Pola konsumsi berulang, dorongan dari *event* khusus dan sistem *gacha*, serta pemberian makna simbolik pada item di dalam *game* menjadi faktor yang memperkuat perilaku ini. Interaksi antaranggota yang mendukung perilaku konsumtif terwujud melalui pertukaran informasi dan kompetisi simbolik, sehingga konsumsi menjadi bagian dari identitas sosial digital mereka. Makna yang muncul mencakup rasa puas, kebanggaan, dan ikatan emosional yang lebih kuat terhadap *game*, di sisi lain juga memunculkan risiko konsumsi impulsif dan tekanan sosial. Secara akademis, hasil penelitian ini memperkaya pemahaman tentang perilaku konsumtif dalam budaya digital dan komunitas daring. Dari sisi praktis, temuan ini dapat menjadi pedoman bagi pemain, komunitas, dan pengembang *game* untuk membangun pola konsumsi yang lebih sehat dan bertanggung jawab.

Kata kunci: perilaku konsumtif, DOTA2, netnografi, komunitas *game*, budaya digital

ABSTRACT

This research explores the consumptive behavior of DOTA2 online game players within the ΩOlympus community using a netnographic approach. The study focuses on four key areas: the underlying motives of consumptive behavior, how such behavior is formed within the community, the types of interactions that encourage spending, and the impacts experienced by players. Findings reveal three main drivers behind the behavior: the desire for social recognition, the pursuit of personal satisfaction and exclusivity, and a digital lifestyle shaped by the Fear of Missing Out (FOMO). Repeated purchasing patterns, the influence of special events and gacha systems, along with the symbolic value placed on in-game items, strengthen this behavior. Member interactions that support consumptive tendencies take the form of information sharing and symbolic competition, embedding consumption into their digital social identity. The impacts include emotional satisfaction, pride, and stronger attachment to the game, but also risks such as impulsive spending and social pressure. Academically, this study adds to the understanding of consumptive behavior within digital culture and online communities. Practically, the findings can serve as a guide for players, communities, and game developers to encourage healthier and more responsible consumption practices.

Keywords: *consumptive behavior, DOTA2, netnography, gaming community, digital culture*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Perilaku Konsumtif	8
2.2 <i>Video Game</i>	9
2.2.1 <i>Game online</i>	10
2.3 <i>Game Dota 2</i>	11
2.4 Budaya Urban.....	12
2.4.1 Pola Budaya dalam Budaya Urban.....	13
2.4.2 Komunitas Cyber sebagai Hasil Budaya Urban.....	15
2.5 Komunitas Pemain <i>Game Dota 2</i>	16
2.4.1 Komunitas DOTA2 ΩOlympus.....	17
2.6 Perilaku Konsumtif Pemain <i>Game Dota 2</i>	18
2.7 Teori Interkasi Simbolik.....	19

2.8 Peran Teori Interaksi Simbolik Dalam Perilaku Konsumtif.....	20
2.9 Peranan Komunitas Virtual <i>Game</i> Dota 2 Dalam Perilaku Konsumtif.....	20
2.10 PENELITIAN TERHADULU	20
2.11 Kerangka Berpikir	25
3AB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Netnografi.....	27
3.3 Informan Dan Tempat Penelitian	28
3.3.1 Informan.....	28
3.3.2 Tempat Penelitian.....	29
3.4 Proses Pengumpulan Data.....	30
3.4.1 Wawancara	30
3.5 Analisis Data	33
3.6 Keabsahan Data.....	33
3.6.1 <i>Member Checking</i>	34
3.6.2 Triangulasi Data	34
3.7 Etika Penelitian	34
3.8 Timeline Penelitian.....	37
3AB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Temuan Penelitian	39
4.1.1 Motif Perilaku Konsumtif	40
4.1.2 Proses Membangun Kecanduan akan Perilaku Konsumtif	50
4.1.3 Bentuk Interaksi Perilaku Konsumtif.....	56
4.1.4 Makna dari Perilaku Konsumtif.....	60
4.2 Pembahasan.....	66
4.2.1 Motif Perilaku Konsumtif	66
4.2.2 Proses Terjadinya Kecanduan akan Perilaku Konsumtif	74
4.2.3 Bentuk Interaksi Perilaku Konsumtif.....	78
4.2.4 Makna Perilaku Konsumtif	84
3AB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	90
5.1 Simpulan	90

5.1.1 Motif Perilaku Konsumtif	90
5.1.2 Proses Membangun Perilaku Konsumtif.....	90
5.1.3 Bentuk Interaksi Perilaku Konsumtif.....	91
5.1.4 Makna Perilaku Konsumtif	91
5.2 Implikasi.....	91
5.2.1 Implikasi Akademis.....	91
5.2.2 Implikasi Praktis.....	92
5.3 Rekomendasi	92
5.3.1 Rekomendasi Akademis	92
5.3.2 Rekomendasi Praktis	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Temuan DOTA 2 Permainan Gratis Terlaris di Steam.....	4
Gambar 1.2 Jumlah Pemain Game DOTA 2 yang aktif.....	4
Gambar 3.1 Bukti Piala DOTA Week Komunitas OLYMPUS.....	29
Gambar 3.2 Salah Satu Hasil Pertandingan DOTA Week Komunitas OLYMPUS..	30

DAFTAR TABEL

Bagan 2.1 Metodologi Penelitian.....	25
Bagan 4.1 Pemaparan Temuan Penelitian Rumusan 1.....	38
Bagan 4.2 Pemaparan Temuan Penelitian Rumusan 2.....	48
Bagan 4.3 Pemaparan Temuan Penelitian Rumusan 3.....	54
Bagan 4.4 Pemaparan Temuan Penelitian Rumusan 4.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Persetujuan Informan.....	95
Lampiran 2 : Pedoman Wawancara.....	96
Lampiran 3 : Hasil Reduksi Data Wawancara.....	99
Lampiran 4 : Hasil Memberchecking.....	102
Lampiran 5 : Pedoman Wawancara Triangulasi Ahli	103
Lampiran 6 : Hasil Wawancara Triangulasi.....	106
Lampiran 7 : Dokumentasi Wawancara.....	114
Lampiran 8 : Studi Dokumentasi.....	115
Lampiran 9 : Hasil Diskusi dengan AI.....	115

DAFTAR PUSTAKA

Abbasi, A.Z., Rehman, U., Fayyaz, M.S., Ting, D.H., Shah, M.U. and Fatima, R. (2021), "Using the playful consumption experience model to uncover behavioral intention to play Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) Games", *Data Technologies and Applications*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/DTA-02-2021-0055>

Agustina Candra & Wayudi Tri. (2015). Aplikasi *Game* Pendidikan Berbasis Android Untuk Memperkenalkan Pakaian Adat Indonesia. *IJSE – Indonesian Journal on Software Engineering*, Volume 1 No 1.

Ahdiyati, M. A., & Irwansyah. (2018). ANALISIS KETERLIBATAN KOMUNITAS DALAM INDUSTRI PERMAINAN DARING DI INDONESIA. *Interaksi*, 7(2), 105-115. doi:<https://doi.org/10.14710/interaksi.7.2.105-115>

Alhazmi, A. A., & Kaufmann, A. (2022). Phenomenological Qualitative Methods Applied to the Analysis of Cross-Cultural Experience in Novel Educational Social Contexts. *Frontiers in Psychology*, 13(April). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.785134>

APJII. (2018). *Hasil survei penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia 2017*. Diakses melalui <https://apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>

Apriliani, I., Muharsih, L., & Rohayati, N. (2021). FANATISME DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA KOMUNITAS PENGGEAR K-POP DI KARAWANG. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 1(1), 75–84.

Barrett, D., & Twycross, A. (2018). Data collection in qualitative research. *Evidence-Based Nursing*, 21(3), 63–64. <https://doi.org/10.1136/eb-2018-102939>

Bhakti, C. P., & Safitri, N. E. (2017). PERAN BIMBINGAN DAN KONSELING UNTUK MENGHADAPI GENERASI Z DALAM PERSPEKTIF BIMBINGAN DAN KONSELING PERKEMBANGAN. *Jurnal Konseling GUSJIGANG*, 3(1), 104–113. <https://doi.org/10.24176/jkg.v3i1.1602>

Bungin, B. (2023). *Netnography: Social media research procedure, big data & cybercommunity (Kritik terhadap Kozinets)*. Prenada Media Group.

Cleghorn, J., & Griffiths, M. (2015). Why do Gamers buy “virtual assets”? An insight in to the psychology behind purchase behaviour. *Digital Education Review*, 27, 98–117. <http://greav.ub.edu/der/>

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Dalam *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.

Dinas Kota Bandung. (2022). *Sekitar 51 Persen Penduduk Kota Bandung Generasi Milenial dan Gen Z*. Dinas Kota Bandung.

Dolores, M., & Tongco, C. (2007). Purposive Sampling as A Tool for Informant Selection. *A Journal of Plants, People and Applied Research*, 5, 147–159.

El-Bardisy, N. (2024). *Urban culture as a challenge of enhancing social interaction in public spaces*. Discover Cities.

Engerman, J. A., Carr-Chellman, A. A., & MacAllan, M. (2019). Understanding learning in *Video Games*: A phenomenological approach to unpacking boy cultures in virtual worlds. *Education and Information Technologies*, 24(6), 3311–3327. <https://doi.org/10.1007/s10639-019-09930-2>

Gibson, E., Griffiths, M. D., Calado, F., & Harris, A. (2022). The relationship between videoGame micro-transactions and problem gaming and gambling: A systematic review. *Computers in Human Behavior*, 131, 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107219>

Gibson, E., Griffiths, M. D., Calado, F., & Harris, A. (2023). VideoGame player experiences with micro-transactions: An interpretative phenomenological analysis. *Computers in Human Behavior*, 145, 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107766>

Gretchen B, Rossman, & Sharon F. Rallis. Sage. (2002). Learning in the Field: An Introduction to Qualitative Research. *American Journal of Evaluation*, Vol. 23(No. 1), 115–116.

Handayani, R. (2018). Analisa Aktivitas Fandom Mobile Legend Indonesia Dalam Membangun Struktur Komoditas Baru (Studi Tentang Media Baru). 1-14. doi:<http://dx.doi.org/10.31332/am.v1i1i.934>

Haris, A., Amalia, A. (2018). MAKNA DAN SIMBOL DALAM PROSES INTERAKSI SOSIAL (Sebuah Tinjauan Komunikasi). *Jurnal RISALAH*, Vol. 29 (No. 1), 16–19.

Hasanah, S. S. A., Hidayati, D. S., & Syakarofath, N. A. (2022). Kecenderungan Gaming Disorder dan Perilaku Konsumtif Pembelian Virtual Goods pada Pemain *Online Game*. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.22146/gamajop.56824>

Hsieh, J.-K., & Tseng, C.-Y. (2018). *Hsieh and Tseng: The Social Influence on Hedonic Buying of Digital Goods EXPLORING SOCIAL INFLUENCE ON HEDONIC BUYING OF DIGITAL GOODS-ONLINE GAMES' VIRTUAL ITEMS*.

Hussain, Z., Williams, G. A., & Griffiths, M. D. (2015). An exploratory study of the association between *online* gaming addiction and enjoyment motivations for playing massively multiplayer *online* role-playing Games. *Computers in Human Behavior*, 50, 221–230. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.075>

Kozinets, R. V. (2006). Click to Connect: Netnography and Tribal Advertising. *Journal of Advertising Research*, 46(3), 279-288. doi:10.2501/S0021849906060338

Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined* (2nd ed.). New York: SAGE Pub.

Jenkins, H. (2006). *Confronting the Challenges of Participatory Culture*. MacArthur Foundation.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.

Liliweri, A. (2014). *Sosiologi dan komunikasi organisasi*. Bumi Aksara.

Marder, B., Gattig, D., Collins, E., Pitt, L., Kietzmann, J., & Erz, A. (2019). The Avatar's new clothes: Understanding why players purchase non-functional items in free-to-play Games. *Computers in Human Behavior*, 91, 72–83. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.09.006>

Menikoff, J. (2017). Federal Register: Federal Policy for The Protection of Human Subjects. *Federal Register*, 75(180), 56928–56935. [https://doi.org/10.1016/0196-335x\(80\)90058-8](https://doi.org/10.1016/0196-335x(80)90058-8)

Mensah, R. O., Acquah, A., & Frimpong, A. (2020). Discourses on conceptual and theoretical frameworks in research. *Journal of African Interdisciplinary Studies*, 4(5), 53–64. <https://doi.org/10.46769/jais.011972146583600143>

Mertika, Mariana Dewi. (2020). Fenomena *Game online* di Kalangan Anak Sekolah Dasar. *JOURNAL OF EDUCATIONAL REVIEW AND RESEARCH* Vol. 3 No. 2. Page: 99 – 104. DOI: <http://dx.doi.org/10.26737/jerr.v3i2.2154>

Moriarty, J. (2011). *Qualitative Methods Overview* (Issue 1).

Nasrullah, Rulli. (2012). *Komunikasi Antar Budaya di era Budaya Siber*. Kencana.

Pitakasari, A. A., Kandar, & Pambudi, A. (2017). HUBUNGAN PAPARAN *GAME ONLINE* BERUNSUR KEKERASAN TERHADAP KEJADIAN PERILAKU AGRESIF PADA REMAJA. *Jurnal Keperawatan*, 92-102. doi:<https://doi.org/10.26714/jkj.5.2.2017.96-102>

Playercounter.com. (2024). Dota 2 Live Player Count & Statistics 2024. <https://playercounter.com/dota-2/>

Qutoshi, S. B. (2018). Phenomenology: A Philosophy and Method of Inquiry. *Journal of Education and Educational Development*, 5(1), 215. <https://doi.org/10.22555/joed.v5i1.2154>

Quwaider, M., Alabed, A., & Duwairi, R. (2019). The impact of *Video Games* on the players behaviors: A survey. *Procedia Computer Science*, 151, 575–582. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.04.077>

Saputra, R. A. (2023). *PERILAKU KONSUMTIF GAME ONLINE (STUDI FENOMENOLOGI PADA PLAYERS REMAJA MOBILE LEGENDS DI DESA KEMUNING KECAMATAN SEKONGKANG SUMBAWA BARAT)*.

Sierra, J. J., & Taute, H. A. (2013). Issue: 24, 2013 9 Experiential Consumption of *Video Game* and In-Show Ads: Phenomenological Explanation through Thought Experimentation. http://www.jrconsumers.com/Consumer_Articles/issue_24/

Steam.com. (2024). Free Games on Steam list <https://store.steampowered.com/tags/en/MOBA>

Streubert, H. J., & Carpenter, D. R. (2011). *Qualitative Research in Nursing Advancing The Humanistic Imperative*.

Sulianta, F. (2021). *Netnografi: Dasar dan Perkembangan Etnografi Digital*. Bandung: Feri Sulianta.

Suwarjo, Ananda Astrini Muhammad, Sitti Sahraeny, M. Amir P, Herawaty Abbas, & Hasnani. (2022). Representative Of Hedonism Ideology In A Novel Of The Great Gatsby By F. Scott Fitzgerald. *International Journal of Education and Humanities (IJOLEH)*, 1(1), 30–38. <https://doi.org/10.56314/ijoleh.v1i1.37>

Tanrikulu, C. (2021). Theory of consumption values in consumer behaviour research: A review and future research agenda. Dalam *International Journal of Consumer Studies* (Vol. 45, Nomor 6, hlm. 1176–1197). John Wiley and Sons Inc. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12687>

Thomas, Fr. B. (2022). The Role of Purposive Sampling Technique as a Tool for Informal Choices in a Social Sciences in Research Methods. *Just Argiculture* , 2(5), 1–8.

Urban Culture. (n.d.). In *Encyclopedia of Urban Studies*. Sage.

Wijaya, K. K. (2015). *Itemku: Marketplace gold dan item Game online Indonesia*. Diunduh pada 20 Agustus 2019 dari <https://id.techinasia.com/itemku-marketplace-emitememdan-uang-Game-online-di-indonesia>

Yani Fifi S. F., Suryani, & Rafiyah Imas. (2018). PENERAPAN *VIDEO GAME* TERHADAP DISFUNGSI KOGNITIF PASIEN SKIZOFRENIA: A LITERATURE REVIEW. *Prosiding Seminar Nasional dan Diseminasi Penelitian Kesehatan STIKes Bakti Tunas Husada Tasikmalaya*. ISBN:978-602-72636-3-5.

Yuksel, P., & Yildirim, S. (2015). Theoritical Frameworks, Methods, and Procedurs for Conducting Phenomenological Studies in Educational Settings. *Theoritical Frameworks, Methods, and Procedurs for Conducting*

Phenomenological Studies in Educational Settings, 17(5), 1–20.
<https://doi.org/10.1097/00006454-199805000-00011>

Zhang, L., Xu, C., Gao, Y., Han, Y., Du, X., & Tian, Z. (2020). Dota 2 with Large Scale Deep Reinforcement Learning. *TSINGHUA SCIENCE AND TECHNOLOGY*, 25(6), 712–720. <http://arxiv.org/abs/1912.06680>