



## PERILAKU KONSUMTIF PEMAIN GAME ONLINE SMARTPHONE DENGAN SISTEM MICROTRANSACTION DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS MATARAM

Bagus Kurnia Robbani<sup>3</sup>, Lalu Wiresapta Karyadi<sup>2</sup>, Ratih Rahmawati<sup>3</sup>

*Program Studi Sosiologi, Universitas Mataram<sup>1,2,3</sup>*

### **Abstract**

*The development of online games today has led to the emergence of a system called microtransaction, which is a system that makes it easier for online game players to purchase virtual items in the game. This is one of the causes of the development of consumptive behavior among students who are online game players, especially students at Mataram University. This study aims to explain and provide an overview of the forms of student consumptive behavior and its implications for the social behavior of students who are online game players. This study uses Jean Baudrillard's consumption theory and Max Weber's social action theory. This study uses a descriptive qualitative method with data collection techniques using interview, participatory observation, and documentation.*

*The results of this study show that there are forms of consumptive behavior among students who are online game players, including impulse purchases, which are purchases made due to emotional pressure from social circles up to the temptation to buy in-game items in the form of gifts or discounts. Compulsive purchases are purchases made only to fulfill satisfaction by making microtransactions continuously, which shows a lack of self-control. Status purchases are purchasing virtual items to gain recognition and appreciation based on the status gained from the virtual items consumed. In this study, it was also found that the implications of consumptive behavior on the social behavior of online game players is that online game players feel superior (respected, appreciated, and recognized) if they make microtransactions in the game. As a result, students who become online gamers interact more in the game than in the real world.*

**Keywords:** *Online Game, Microtransaction, Consumptive Behavior*

### **Abstrak**

Perkembangan *game online* saat ini memunculkan sebuah sistem yang disebut dengan *microtransaction*, yaitu sistem yang memudahkan para pemain *game online* untuk bisa bertransaksi membeli barang-barang virtual di dalam *game*, hal tersebut menjadi salah satu penyebab berkembangnya perilaku konsumtif mahasiswa yang menjadi pemain *game online smartphone* khususnya mahasiswa Universitas Mataram. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan memberikan gambaran bagaimana bentuk perilaku konsumtif mahasiswa dan implikasinya terhadap perilaku sosial mahasiswa yang menjadi pemain *game online smartphone*. Penelitian ini menggunakan teori konsumsi Jean Baudrillard dan teori tindakan sosial Max Weber. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi partisipatif dan hasil dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya bentuk-bentuk perilaku konsumtif mahasiswa

---

<sup>1</sup> bagusrobbani@gmail.com



pemain *game online smartphone* antara lain, melakukan pembelian impulsif yaitu pembelian yang disebabkan karena adanya dorongan emosional dari lingkungan pertemanan hingga adanya godaan untuk membeli barang dalam *game* yang berupa hadiah ataupun diskon. Pembelian kompulsif yaitu pembelian yang dilakukan hanya untuk memenuhi kepuasan dengan melakukan *microtransaction* secara terus-menerus yang menunjukkan kurangnya kontrol diri. Pembelian status yakni melakukan pembelian barang-barang virtual untuk mendapatkan pengakuan dan penghargaan berdasarkan status yang didapatkan dari barang virtual yang dikonsumsi. Dalam penelitian ini juga ditemukan implikasi perilaku konsumtif terhadap perilaku sosial dimana pemain *game online smartphone* merasa lebih superior (disegani, dihargai, dan diakui) jika melakukan *microtransaction* di dalam *game*, sehingga membuat mahasiswa yang menjadi pemain *game online* lebih banyak berinteraksi di dalam *game* dibandingkan dengan di dunia nyata.

**Kata Kunci:** Game online, Microtransaction, perilaku konsumtif



## Pendahuluan

Internet merupakan sebuah hasil dari perkembangan teknologi yang saat ini menjadi suatu hal yang sangat dekat dengan kehidupan manusia, internet memberikan kemudahan dan efisiensi dalam melakukan berbagai kegiatan baik itu pekerjaan hingga untuk mendapatkan hiburan. Hiburan yang disuguhkan dalam internet sangat beragam bentuknya, mulai dari layanan sosial media, *streaming* film dan musik, hingga *Game* yang dapat dimainkan dengan koneksi internet. Perkembangan teknologi saat ini melahirkan berbagai hiburan yang dapat dinikmati kapanpun dan dimanapun. Dengan memiliki perangkat dan jaringan internet, berbagai hiburan tersebut sudah dapat dinikmati. Tidak terkecuali dalam dunia *Game* dimana seiring perkembangan teknologi, *game-game* yang dulunya hanya bisa dinikmati sendiri dengan perangkat konsol ataupun *PC (Power Computer)*, saat ini dapat dinikmati dengan *smartphone* dan dapat dimainkan bersama secara *real time* atau terhubung dengan para pemain lainnya di seluruh dunia (Suryono, 2016).

Perkembangan teknologi saat ini memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap berkembangnya pasar *game online* di seluruh dunia khususnya Indonesia. Hal ini dapat dilihat dengan jumlah pemain aktif *game online* di Indonesia mencapai lebih dari 40 juta orang dari rentang umur 17 hingga 40 tahun, dan menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah pemain *game online smartphone* terbesar se-Asia Tenggara. Dengan besarnya jumlah pemain *game online* saat ini menjadikan industri *game online* sebagai sasaran pasar yang sangat menjanjikan bagi pengembang *game online* untuk mendapatkan keuntungan, yang dapat dilakukan dengan menyisipkan iklan di dalam game hingga menjual item-item virtual yang dapat dibeli dengan mata uang asli (Fajri, 2012).

Pada tahun 2020, terbentuk sebuah organisasi bernama Pengurus Besar Esport Indonesia (PBESI) yaitu sebuah organisasi yang menjadi wadah bagi pemain, *publisher* dan *developer game* untuk menjadikan *esport* lebih dikenal di Indonesia. *Electronic Sport (Esport)* sendiri adalah istilah untuk menyebut *game online* sebagai suatu cabang olahraga yang berbasis peralatan elektronik seperti *PC, Smartphone*, ataupun konsol *game*. PBESI



bertujuan untuk mengembangkan dan mempromosikan *esport* di Indonesia dan menjadikan Indonesia memiliki talenta *esport* terbaik di kawasan Asia. *Esport* juga telah diakui oleh Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) sebagai sebuah cabang olahraga prestasi. Sebagai bentuk dukungan dari pemerintah, PBESI secara resmi didukung oleh KONI, Kemkominfo dan Kementerian Pemuda Dan Olahraga Republik Indonesia, sehingga PBESI saat ini dengan mudah memiliki pengurus di 34 Provinsi di Indonesia, salah satunya yaitu Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) (pbsi.org, diakses pada tanggal 2 Agustus 2021, Pukul 11:46 WITA).

Di Provinsi Nusa Tenggara Barat, kejuaraan *game online (esport)* mendapat dukungan langsung dari gubernur, dapat dilihat dengan diadakannya pertandingan *game online* Gubernur Cup pada 25 Juli 2021, yang diadakan sebagai ajang persiapan PON Papua dan menjaring atlet-atlet *esport* yang akan dibina untuk berprestasi di tingkat nasional dan internasional. Gubernur Cup ini mengkhususkan pada pertandingan *game online smartphone* seperti *PUBG Mobile*, *FreeFire*, dan *Mobile Legend*.

Pada masa pandemi *Covid-19* saat ini, jumlah pemain *game online* meningkat hingga 75% karena adanya aturan atau kebijakan untuk tetap berada dirumah sebagai cara untuk mengurangi persebaran *Covid-19*. *Game Online Smartphone* menjadi pilihan utama untuk mencari hiburan di masa pandemi ini dengan peningkatan rata-rata waktu bermain hingga 41% yang berbanding jauh jika dibandingkan dengan hiburan lainnya seperti *streaming* video atau media sosial yang hanya meningkat sekitar 12%. (www.cnnindonesia.com, diakses pada tanggal 7 Desember 2020, Pukul 08:20 WITA).

Berdasarkan laporan yang dirilis oleh *AppAnnie* sebuah perusahaan analisis aplikasi *mobile*, menjelaskan bahwa *Covid-19* memberikan pengaruh besar terhadap bertambahnya peminat dari *game online smartphone*, dapat dilihat dari 6 bulan pertama pada tahun 2021 jumlah uang yang dikeluarkan oleh para pemain *game online smartphone* di seluruh dunia mencapai 24triliun rupiah per minggu hanya untuk membeli *item*. Akan tetapi *game online* ini tidak memberikan pemasukan uang kepada negara, melainkan kepada *Developer* dari *game online* tersebut yang mayoritas dari luar negeri. Deputi



Gubernur Senior Bank Indonesia, Mirza Adityaswara, menyatakan bahwa “aliran dana ke luar negeri dari dalam *game online* dapat membebani neraca pembayaran atau *balance of payment* Indonesia”. Artinya semakin banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan pembelian dalam *game online* yang notabene berasal dari luar negeri, maka semakin banyak pula dana yang mengalir keluar negeri ([www.tirto.id](http://www.tirto.id), diakses pada tanggal 7 Oktober 2020, pukul 19:10 WITA).

*Game online smartphone* populer saat ini seperti *Mobile Legend*, *PUBG Mobile*, dan *Free Fire*, merupakan *game* gratis atau yang lazim disebut dengan *Free to Play* (gratis untuk dimainkan) dimana dapat diunduh oleh siapapun pada perangkat atau *gadgetnya*. Dalam *game* gratis ini, bisnis yang diterapkan oleh para *Developer* atau pengembang *game* tersebut disebut dengan *Microtransaction*, yaitu sebuah kegiatan transaksi dalam *game* untuk membeli barang (*item*) virtual menggunakan uang asli, dengan nilai transaksi yang relatif rendah akan tetapi dengan jumlah transaksi yang cukup sering atau banyak. ([www.buletin.k-pin.org](http://www.buletin.k-pin.org), diakses pada tanggal 23 September 2020, Pukul 09:30 WITA)

Sistem *Micro-Transaction* dalam *game* ini melahirkan suatu istilah yang disebut dengan “*Pay to Win*”, yang berarti bahwa pemain yang membayar lebih untuk *game* tersebut akan mendapatkan kemudahan dalam bermain, baik itu untuk meningkatkan kemampuan atau *level* dan *item* langka yang hanya bisa didapatkan jika melakukan transaksi atau membelinya dengan uang asli. Pengembang atau *Developer game* melakukan berbagai cara untuk mendapatkan keuntungan dengan sistem *microtransaction* yang mereka buat. Pengembang *game* dapat melakukan hal-hal seperti memperlambat progress permainan, membuat kelangkaan *item* tertentu, bahkan hingga menampilkan atau menyisipkan iklan di dalam *game* agar mendesak para pemainnya untuk melakukan transaksi mikro tersebut. ([www.Tirto.id](http://www.Tirto.id), diakses pada tanggal 23 September 2020, Pukul 09:35 WITA).

Sistem *microtransaction* yang ada dalam *game online* ini merubah pola konsumsi para pemainnya seperti munculnya perilaku konsumtif, yaitu suatu perilaku yang mengedepankan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang



diperlukan secara berlebihan untuk mendapatkan kepuasan yang maksimal atau dapat dikatakan sebagai konsumsi yang tidak didasarkan kepadapemenuhan kebutuhan akan tetapi didorong oleh hasrat dan keinginan (Hasanah, 2020). Hal ini sejalan dengan pernyataan Jean Baudrillard bahwa masyarakat konsumeris tidak lagi mengkonsumsi barang karena kegunaan dari barang tersebut, melainkan citra, gengsi hingga kepuasan yang diperoleh jika mengkonsumsi barang tersebut (Pawanti, 2013).

Salah satu dampak nyata yang disebabkan oleh *game online* adalah munculnya kecanduan, karena *game online* merupakan suatu hiburan yang dapat menciptakan keseruan, kesenangan, dan menjadi salah satu cara menghilangkan stress membuat *game online* ini memberikan efek adiktif kepada para penggunanya. Seorang mahasiswa suatu Universitas di Jakarta yang kecanduan *game online*, dengan bermain sampai tengah malam, tidak mau mandi, hingga membawa pispot ke dalam kamarnya dengan alasan agar ia tidak perlu ke kamar mandi untuk meninggalkan *gamenya* dan terancam di DO (*Drop Out*) dari Universitasnya. ([www.news.okezone.com](http://www.news.okezone.com), diakses pada tanggal 13 Oktober 2020, pukul 08:00 WITA). Begitupun pada kalangan siswa SMA di Kota Bandung, dimana *game online* memiliki pengaruh sekitar 53,4% terhadap tingginya perilaku konsumtif siswa, dan angka tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kecanduan *game online* maka akan semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtifnya (Ambarwati, 2014). Kasus tersebut memberi gambaran bahwa mahasiswa menjadi salah satu yang mengalami dampak dari perkembangan *game online* saat ini, dimana dengan sifat adiktif dari *game online* tersebut semakin memperbesar peluang untuk mendorong para pemainnya melakukan apapun demi *game online* tersebut, termasuk dengan melakukan transaksi-transaksi dengan menggunakan uang asli atau *microtransaction*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Lupe (2021) mengemukakan adanya dampak positif dan dampak negatif yang bisa ditimbulkan oleh *game online* khususnya bagi mahasiswa. Dampak positif yang bisa didapatkan dari bermain *game online* diantaranya yaitu mengurangi stress, melatih kerjasama tim, dan menghasilkan uang dengan mengikuti turnamen, akan tetapi di samping itu juga ditemukan dampak negatif



yang bisa ditimbulkan oleh *game online* diantaranya yaitu gangguan kesehatan penglihatan dan pendengaran, menjadi pemalas, menjauhi dunia nyata, melalaikan tugas kuliah, malas mandi, menjadi individualis, hingga lalai dalam beribadah.

Pemain *game online smartphone* saat ini didominasi oleh anak-anak hingga remaja, dan didalamnya termasuk mahasiswa (Silaban,2018). Mahasiswa yang bermain *game online*, tidak terbatas oleh waktu dan tempat, bermain *game* dapat dilakukan saat perkuliahan sedang berlangsung, hingga sering bolos kuliah karena menganggap *game online* menghilangkan motivasinya untuk belajar sehingga harus mengulang beberapa mata kuliahnya (Pratama, 2017). Hal tersebut menunjukkan bagaimana *game online* memiliki dampak yang cukup serius terhadap mahasiswa, bukan hanya mendorong mahasiswa yang menjadi pemain *game online* mengeluarkan uangnya untuk melakukan *microtransaction* melainkan juga dapat mengganggu fokus mahasiswa dalam belajar dan menghilangkan motivasinya dalam menjalankan perkuliahan.

Fasilitas seperti *Wi-Fi* gratis serta adanya berbagai tempat seperti taman dan kantin menjadi tempat yang dimanfaatkan mahasiswa untuk bermain *game online* (Yanto, 2020). Hal serupa dapat ditemukan dengan mudah di lingkungan Universitas Mataram, dengan fasilitas *Wi-Fi* yang disediakan kampus memberikan kemudahan bagi para mahasiswa bukan hanya untuk mengakses internet untuk mengerjakan tugas-tugas kuliah, akan tetapi juga untuk bermain *game online*. Dari hasil observasi ditemukan pula selama pandemi Covid-19 yang mengharuskan mahasiswa untuk belajar daring, membuat para mahasiswa semakin intens dalam memainkan *game online*, dan menjadikan *game online* sebagai pengisi waktu luang untuk menghilangkan rasa bosan selama pembelajaran daring. Selain itu juga pemain *game online* ini dapat melakukan aktivitasnya saat berada di kantin, di taman kampus, bahkan di dalam kelas saat perkuliahan sedang berlangsung yang mana sejak diberlakukannya pembelajaran daring hal tersebut semakin mudah untuk dilakukan.

Fasilitas-fasilitas pendukung yang ada di lingkungan mahasiswa tersebut juga bukan hanya memberikan kemudahan akses kepada *game online* akan tetapi juga selain dengan bermain *game online* ditemukan pula fenomena bahwa mahasiswa melakukan



perilaku konsumtif dengan melakukan pembelian produk atau jasa secara *online* melalui aplikasi *e-commerce* seperti “Shopee” karena merasa lebih praktis, efisien dan instan, sehingga membuat mahasiswa tidak berpikir panjang untuk dengan mudah membelanjakan uangnya demi mendapatkan kesenangan dari berbelanja *online* (Fauziah & Nila, 2022).

Di Universitas Mataram terdapat komunitas *game online smartphone* yang menjadi wadah untuk para pemain *game online* dan sering pula bekerja sama dengan Organisasi atau Himpunan Mahasiswa yang ada di Universitas Mataram untuk menyelenggarakan berbagai turnamen *game online* dengan hadiah jutaan rupiah, yang tentu hal tersebut membutuhkan biaya dan tidak sedikit dari mahasiswa rela mengeluarkan uang baik untuk *game* ataupun ikut dalam turnamen tersebut. Mahasiswa Universitas Mataram juga ikuti dalam ajang *E-Sport* tingkat nasional dan meraih juara 3 dan mendapatkan apresiasi yang tinggi dan juga penghargaan dari pihak kampus (www.unram.ac.id, diakses pada tanggal 7 Desember 2020, Pukul 12:30 WITA)

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah gambaran dan menjelaskan bagaimana bentuk perilaku konsumtif dan implikasinya terhadap perilaku sosial pemain *game online smartphone* dengan sistem *microtransaction* di kalangan mahasiswa Universitas Mataram.

### **Metode penelitian**

Penelitian ini berlokasi di lingkungan Universitas Mataram dengan metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam, observasi partisipatif dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan meliputi proses pengumpulan data, reduksi data, display data dan tahap penarikan kesimpulan.

### **Hasil dan pembahasan**

#### **Bentuk Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pemain *Game Online Smartphone***

Konsumtif adalah sifat mengkonsumsi sesuatu secara berlebihan atau mementingkan keinginan, kepuadandan nafsu untuk memuaskan diri dari pada untuk mencari manfaat dan fungsi





dari suatu barang atau jasa yang dikonsumsi. Mahasiswa dalam hal ini sangat cocok untuk menjadi objek penelitian karena sering kali masih dalam proses mencari jati diri sehingga mudah untuk terpengaruh oleh iklan ataupun lingkungan pertemanan dan juga perilaku konsumsi yang lekat dengan mementingkan gengsi atau prestise dari suatu barang agar tidak dianggap ketinggalan zaman. Oleh karena itu mahasiswa sangat rentan untuk melakukan konsumsi sebagai cara untuk memenuhi keinginan, kesenangan dan nafsunya atau melakukan tindakan yang konsumtif. Bentuk-bentuk perilaku konsumtif mahasiswa yang menjadi pemain *game online smartphone* diantaranya

### **1. Pembelian Impulsif**

Pembelian impulsif adalah pembelian yang dilakukan secara spontan atau tiba-tiba tanpa melalui perencanaan atau pemikiran yang matang terlebih dahulu. Pembelian ini sering terjadi karena dipengaruhi oleh adanya dorongan emosional atau godaan saat berbelanja (Rook, dalam Angraini 2020).

Pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa pemain *game online smartphone* dipengaruhi oleh adanya dorongan emosional yang timbul dari lingkungan sosial, dimana para pemain *game online* memiliki perasaan ingin saling membandingkan diri, bersaing dan berkompetisi dengan teman-temannya ataupun ingin memenuhi harapan tertentu di dalam permainan. Adanya strategi bisnis dengan memunculkan iklan yang memberikan diskon dengan batasan waktu ataupun mendapatkan hadiah khusus juga menjadi pemicu tambahan untuk para pemain melakukan lebih banyak lagi pembelian yang dilakukan tanpa pertimbangan yang matang dan rasional.

### **2. Pembelian Kompulsif**

Menurut Edward (dalam Sari, 2016) Pembelian kompulsif adalah perilaku pembelian yang didasarkan bukan pada proses untuk memenuhi kebutuhan, akan tetapi melakukan pembelian untuk mendapatkan kepuasan yang dilakukan secara terus-menerus dan berlebihan. Lebih lanjut diartikan sebagai kurangnya kontrol diri dalam melakukan pembelian yang sering kali diluar batas keuangan yang wajar, meskipun ada konsekuensi negatif yang terjadi, dan cenderung sulit untuk dihentikan.

Mayoritas kegiatan perilaku konsumtif mahasiswa pemain *game online* ini



dilakukan secara terus menerus, sebagaimana juga sesuai dengan arti dari *microtransaction* yaitu kegiatan transaksi yang dilakukan dengan jumlah atau nominal yang kecil akan tetapi dilakukan dengan intensitas yang cukup sering. Seperti data yang didapatkan dari hasil wawancara bahwa para pemain *game online smartphone* bisa melakukan *microtransaction* dalam jangka waktu satu bulan atau satu minggu bahkan setiap hari ketika ada sebuah *event* atau diskon yang memberikan kesan seakan kesempatan membeli dengan harga murah hanya disaat itu saja sehingga membuat pemain rela mengeluarkan uangnya karena menganggapnya layak untuk dibeli.

Perilaku konsumtif mahasiswa pemain *game online* tersebut dapat dikatakan sebagai bentuk pembelian kompulsif karena pembelian yang dilakukan tidak didasarkan pada proses pemenuhan kebutuhan nyata, melainkan untuk mendapatkan kepuasan yang dilakukan secara terus menerus dan berlebihan, yang menunjukkan kurangnya kontrol diri untuk melakukan pembelian tanpa memikirkan konsekuensi atau akibat yang bisa ditimbulkan.

### 3. Pembelian Status

Pembelian status adalah salah satu bentuk perilaku konsumtif di mana individu membeli barang-barang atau layanan yang mahal dan mewah dengan tujuan menunjukkan kekayaan, status, atau prestise sosial kepada orang lain. Pembelian status ini didorong oleh keinginan untuk memperoleh pengakuan atau penghargaan dari lingkungannya yang didasarkan pada jumlah dan nilai dari barang yang dikonsumsi. Hal ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain tekanan sosial, budayakonsumsi, kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, atau keinginan untuk membangun identitas sosial yang lebih tinggi dibandingkan dengan orang lain. (Wijaya, 2014).

Dalam penelitian ditemukan bahwa pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa yang menjadi pemain *game online smartphone* didasarkan karena adanya keinginan untuk mendapatkan status yang dapat merubah cara orang lain memperlakukan mereka seperti lebih diakui, dihormati, dihargai, mendapatkan puji-pujian, hingga dianggap lebih kaya. ketika pemain tidak melakukan *microtransaction*, pemain *game online* cenderung akan diremehkan



oleh teman-temannya, akan tetapi setelah melakukan *microtransaction* dan memiliki *skin* atau *item* teman-temannya akan lebih ramah dan lebih menghargai, bahkan dengan memiliki *skin* yang banyak juga dapat meningkatkan status seseorang dalam lingkungan pertemanannya.

### **Implikasi Perilaku Konsumtif Terhadap Perilaku Sosial Mahasiswa Pemain *Game Online***

Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa yang menjadi pemain *game online smartphone* di Universitas Mataram mayoritas dikarenakan adanya pengaruh dari lingkungan pertemanan, dimana para pemain *game online* ini menjadikan *microtransaction* sebagai cara untuk membandingkan dirinya atau bahkan sebagai ajang kompetisi dengan teman-temannya untuk terlihat lebih unggul dan merasakan kebanggaan yang didapat ketika memiliki *item* atau *skin* yang lebih bagus dari teman-temannya. pemain *game online* akan merasa lebih mudah untuk bergaul dengan teman-temannya, ia juga merasa lebih mudah untuk diterima karena memiliki kesamaan yang bukan sekedar memainkan *game online* yang sama akan tetapi juga melakukan perilaku yang sama dengan teman-temannya yaitu dengan melakukan pembelian *item virtual* yang membuat mereka menjadi merasa punya kesamaan.

Mahasiswa yang menjadi pemain *game online smartphone* biasanya memiliki lingkungan pertemanan yang juga mempunyai kesamaan hobi, perilaku konsumsi, dan juga menjadikan *game online* sebagai media interaksi semu mereka atau dapat dikatakan bahwa melakukan *microtransaction* menjadi alasan pemain *game online* menjadi kecanduan bermain atau sangat sulit berhenti bermain dan berhenti melakukan *microtransaction*, karena mempertimbangkan uang yang telah mereka keluarkan untuk *game* tersebut yang membuat sosialisasi pemain *game online* dengan lingkungannya semakin jarang terjadi, karena *game online* menjadi dunia semu yang menjadi tempat mereka berinteraksi satu sama lain dan semakin lama menggantikan interaksi pemain *game online* di dunia nyata.

### **Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pemain *Game Online* Dalam Tinjauan Teori**

#### **1. Teori Konsumsi Jean Baudrillard**

Baudrillard (2014) berpendapat bahwa saat ini yang dikonsumsi oleh masyarakat konsumeris bukanlah kegunaan dari suatu produk, melainkan citra atau



prestise (gengsi) bahkan kepuasan yang didapatkan ketika mengkonsumsi barang tersebut, atau dapat dikatakan bahwa konsumsi yang dilakukan saat ini adalah konsumsi tanda dimana konsumsi bukan berdasar pada kegunaan dari barang tersebut melainkan konsumsi terhadap tanda dan simbol yang melekat pada barang ataupun jasa. Baudrillard mendefinisikan hal tersebut sebagai sifat rakus dan ketidakpuasan tanpa henti dari konsumen.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, ditemukan fenomenamahasiswa yang menjadi pemain *game online smartphone*, melakukan pembelian barang-barang *virtual* atau disebut dengan *microtransaction*. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk perilaku konsumtif pemain *game online* karena pembelian atau konsumsi yang dilakukan oleh pemain tersebut tidak didasarkan pada kegunaan dari barang yang dikonsumsi, melainkan adanya simbol atau tanda yang melekat pada barang-barang *virtual* yang dibeli oleh para pemain yang digunakan untuk mendapatkan atau mempertahankan citra dan gengsi maupun untuk membedakan dirinya dengan orang lain dalam lingkungan sosialnya. Hal ini didukung oleh fenomena yang ditemukan oleh Rachel dan Rangkuty (2020), bahwa mahasiswa dalam melakukan konsumsi khususnya dalam hal *fashion*, tidak lagi didasari untuk memenuhi kebutuhan pokok saja, tetapi mengutamakan bagaimana citra atau pandangan lingkungan sosial terhadap dirinya. karena selalu ingin menjadi pusat perhatian, memikat lawan jenis, dan untuk menumbuhkan rasa percaya diri ketika menggunakan barang yang berbeda dengan orang lain.

Baudrillard menganggap konsumsi bukan hanya sekedar nafsu untuk membeli banyak produk, akan tetapi sebagai fungsi kenikmatan, pemuasan diri, pembebasan kebutuhan, dan juga sebagai suatu bentuk manipulasi tanda, sebagai suatu cara komunikasi, institusi kelas maupun pembeda dari orang lain (Djalal, 2022). Baudrillard juga mengatakan masyarakat saat ini tidak didasarkan atas kelasnya akan tetapi didasarkan pada kemampuan konsumsinya dimana siapapun dapat menmpati status atau posisi yang tertentu yang diinginkan jika ia sanggup atau mampu melakukan



konsumsi yang sesuai atau setara dengan status yang diinginkan tersebut. Sehingga masyarakat saat ini bukan lagi mengkonsumsi berdasarkan nilai guna dari suatu barang, melainkan mengkonsumsi nilai bari yang disebut dengan “*symbolic value*” atau nilai tanda.

Pergeseran atau perubahan tujuan melakukan konsumsi tersebut disebabkan karena adanya *simulacra* (realitas semu) dan *hyperreality* yang mana dengan pemanfaatan teknologi, yang ditonjolkan dalam produk tidak lagi tentang keunggulan dari produk tersebut melainkan simbol prestise atau gengsi dan rasa bangga yang didapatkan ketika mengkonsumsi suatu produk, atau disebut dengan simulasi yaitu keadaan dimana gambaran atau representasi dari suatu objek lebih penting daripada objek tersebut atau dapat dikatakan bahwa konsumsi saat ini lebih banyak didasari karena faktor dorongan sosial daripada kebutuhan. (Musanna, 2018).

Dapatan dikatakan bahwa *game online* itu sendiri menjadi *simulacra* atau sebuah realitas semu bagi para pemainnya, dimana tampilan dirinyadalam *game online* tersebut dijadikansebagai representasi dirinya di dunia nyata. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra (2019), bahwa *game online* PUBG membentuk sebuah *simulacra* salah satunya yaitu adanya simulasi atau imitasi yang meliputi visual tokoh utama (pemain), dimana tiruan atau imitasi pemain tersebut dibuat dengan seideal mungkin. Sehingga pemain *game* semakin memilih untuk mengkonsumsi permainan tersebut walaupun wujudyang dikonsumsi tersebut hanyalah berupa gambar tiruan atau imitasi.

Pemain *game online* mencapai *simulacra* tersebut dilakukan dengan sebuah simulasi, dengan melakukan sebuah *microtransaction* dalam berbagai bentuk, mulai dari membeli *skin*, *battle pass*, *diamond*, ataupun *gathca* untuk terlihat sebagai yang terbaik diantara teman-temannya dan mendapatkan predikat “*sultan*” atau mendapatkan status tertentu dalam *game online* tersebut. Dunia semu dimana para pemain *game online* tersebut mendapatkan *pride*, *prestise* atau gengsi dan statusnya itulah yang disebut dengan *simulacra*, dimana hal itu bisa berbeda dengan kehidupan



di dunia nyata dimana mereka terlihat biasa dan tidak menampakkan kemewahan seperti di dalam *gamenya*. Hal ini didukung oleh penelitian Murtiningsih & Barnadib (2014), dikatakan bahwa dunia yang ditampilkan oleh *video games* adalah dunia yang setengah nyata, atau *video games* dapat disebut sebagai sebuah simulasi kenyataan yang membuat realitas tidak merupakan sebuah cermin kenyataan melainkan hasil teknologi ini mengalahkan realitas yang sesungguhnya atau Baudrillard menyebutkan dengan istilah *simulacra*.

Gaya hidup merupakan hal yang penting dalam masyarakat konsumeris, dimana konsumsi bukan lagi kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan sehari-hari akan tetapi untuk mencari kepuasan diri yang disebabkan karena adanya dorongan sosial dari lingkungannya. Atau dapat dikatakan juga sebagai cara masyarakat untuk memperlihatkan eksistensinya di lingkungan sosialnya (Fatmawati, 2020). Fenomena yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu pemain *game online* memilih untuk melakukan *microtransaction* karena berbagai alasan seperti agar bisa diterima oleh lingkungan pertemanannya, tidak ingin diremehkan dan ingin lebih dihargai, ingin diakui sebagai yang terbaik, memiliki status yang berbeda dengan teman-temannya sebagai bentuk eksistensi dirinya dalam lingkungan sosial.

## 2. Teori Tindakan Sosial Max Weber

Mahasiswa yang menjadi pemain *game online* seringkali mempertimbangkan faktor lain dalam melakukan *microtransaction*, seperti sumber daya, resiko dan hasil yang mungkin didapatkan dari tindakannya membelanjakan uang untuk mendapatkan barang-barang *virtual* yang tidak memiliki manfaat nyata bagi kehidupan. Kegiatan belanja atau konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa pemain *game online* tersebut ditujukan untuk terlihat lebih dibandingkan dengan orang lain dalam lingkungan sosialnya. Hal ini berkaitan dengan teori tindakan sosial Weber yang memandang tindakan sosial sebagai tindakan yang memiliki makna subjektif bagi individu yang terlibat di dalamnya atau dapat dikatakan sebagai proses pengambilan makna subjektif tentang sarana dan cara untuk mencapai tujuan tertentu yang sudah dipilih

(Ritzer. 2014).

#### 1. Tindakan rasional instrumental

Mahasiswa yang menjadi pemain *game online* melakukan pembelian karena adanya dorongan atau godaan yang muncul karena pengaruh diskon ataupun hadiah yang ditawarkan dalam *game*, yang membuat pemain *game online* merasa jika tidak membeli pada waktu adanya diskon tersebut maka pemain tidak akan melewatkan kesempatan tersebut. Pemain *game online* juga sangat memanfaatkan berbagai bentuk penawaran khusus, diskon ataupun hadiah yang didapatkan ketika melakukan *microtransaction*, karena beranggapan bahwa dengan memanfaatkan ketersediaan kesempatan untuk mendapatkan barang *virtual* lebih banyak maka tujuan mereka untuk bisa bersaing dengan teman-teman mereka lebih mudah untuk dicapai dengan lebih sering melakukan pembelian tersebut. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Ruzadi, 2019) yang menjelaskan bahwa shopaholicdiskonan yaitu membeli barang bukan didasarkan adanya kebutuhan nyata seseorang akan barang tersebut, akan tetapi karena merasa mendapatkan penawaran yang sesuai, dan yang terpenting tidak ketinggalan diskon atau *sale*.

Berdasarkan hasil penelitian juga didapatkan bahwa para pemain *game online* rela menabung hingga meminjam uang untuk melakukan *microtransaction*. Menyisihkan uang dan melakukan pinjaman tersebut menunjukkan usaha yang dilakukan untuk mendapatkan kesenangan melalui *game online* sudah dalam tahap yang di luar batas keuangan yang wajar sehingga menyebabkan pemain *game online* rela melakukan pinjaman dan menabung. Hal ini didukung oleh pernyataan Evita (2018) bahwa dampak perilaku konsumtif pada remaja yang memainkan *game online* adalah menyebabkan remaja memandang hutang sebagai suatu yang layak dan rasional, hal itu dilakukan hanya untuk mendapatkan kepuasan dan pengakuan sosial.

Apabila dilihat dari teori tindakan sosial Max Weber, membeli barang



karena dipengaruhi oleh adanya diskon tersebut termasuk dalam tipe tindakan sosial rasional instrumental yang mana tindakan tersebut mengutamakan penggunaan sumber daya dan waktu yaitu diskon secara efisien. Tindakan tersebut dilakukan untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan kerugian yang mungkin didapatkan.

## 2. Tindakan afektif

Dalam penelitian ini ditemukan adanya salah satu bentuk perilaku konsumtif *pemain game online* yaitu melakukan pembelian impulsif, yaitu pembelian yang dilakukan seseorang dengan mengutamakan keinginan sesaat tanpa pertimbangan sebelumnya serta pengambilan keputusan secara tiba-tiba. Hal ini didukung oleh pendapat dari (Lestari, 2018) yang menyatakan bahwa seseorang selalu mencari kepuasan dengan cara mengkonsumsi hal-hal yang bukan menjadi kebutuhannya atau barang yang memiliki manfaat untuk dirinya melainkan hanya untuk memenuhi keinginannya. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa individu seringkali mencari kepuasan diri dengan cara mendulukan keinginannya dibandingkan dengan kebutuhannya. Turut pula didukung oleh pendapat dari Abdullah & Arifin (2022) menyatakan bahwa mahasiswa mengutamakan keinginan untuk kepuasan sesaat sehingga memicu kebahagiaan tersendiri bagi individu walaupun tindakan yang dilakukan tanpa pertimbangan yang matang terlebih dahulu. Tindakan pemain *game online* yang melakukan pembelian impulsif tersebut dalam teori tindakan sosial Max Weber termasuk dalam tipe tindakan sosial afektif karena tindakan tersebut dilakukan atas dasar emosi dan perasaan pada saat tertentu tanpa melalui pertimbangan jangka panjang atau tujuan yang rasional.

Berdasarkan hasil penelitian juga ditemukan bentuk perilaku konsumtif pemain *game online* yaitu melakukan pembelian kompulsif, pembelian yang dilakukan untuk mendapatkan kepuasan dengan cara terus-menerus dan berlebihan, atau kurangnya kontrol diri dalam melakukan pembelian yang sering





kali di luar batas keuangan yang wajar, meskipun ada konsekuensi negatif yang terjadi dan cenderung sulit untuk dihentikan. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sutrisno (2022) didapatkan bahwamasyarakat petani yang melakukan perilaku pembelian kompulsif tidak dapat mengontrol diri untuk melakukan pembelian dengan niat untuk mendapatkan barang-barang yang sedang *trend*, memenuhi hawa nafsu, walaupun keuangan dalam kondisi yang pas-pasan.

Faktor persaingan dan agar tetap dihargai oleh teman-teman dalam lingkup lingkungan sosialnya juga menyebabkan pemain *game online* terus menerus melakukan pembelian karena merasa pembelian barang-barang *virtual* tersebut adalah suatu cara untuk bersaing dan mendapatkan rasa dihargai oleh teman-temannya. Hal ini didukung oleh pernyataan Ramadhani dalam (Lutfiah, 2019) yang mengatakan bahwa salah satu pendorong individu menjadi konsumtif adalah keinginan untuk terlihat mampu dalam segala hal, termasuk rasa gengsi yang menjadi penyebab adanya persaingan ekonomi sehingga ketika melihat orang lain membeli atau memiliki barang baru maka akan menjadi dorongan untuk membeli barang sama ataupun sesuatu yang lebih mahal dan mewah.

### 3. Tindakan rasional nilai

Pada penelitian ini juga didapatkan bahwa adanya perilaku konsumtif pemain *game online* yaitu pembelian status, pembelian barang-barang atau layanan mahal dan mewah dengan tujuan untuk menunjukkan kekayaan, status dan prestise sosial kepada orang lain, atau dapat dikatakan merupakan pembelian yang didorong oleh keinginan untuk memperoleh pengakuan atau penghargaan dari lingkungannya berdasarkan jumlah atau jenis barang yang dikonsumsi. Asmita & Erianjoni (2019) mengatakan bahwa mahasiswa sering kali tidak segan untuk melakukan pembelian barang yang menarik dan mengikuti *trend* yang sedang berkembang, karena dengan melakukan pembelian tersebut mahasiswa akan terhindar dari pandangan atau dianggap kuno, kurang gaul dan tidak *trend*.



Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dilihat bahwa mengkonsumsi apa yang sedang menjadi *trend*, akan mempengaruhi bagaimana orang lain beranggapan atau memandang individu, karena menentukan apakah individu tersebut menarik atau tidak dalam pandangan orang lain.

Dalam Teori tindakan sosial Max Weber, tindakan tersebut termasuk ke dalam tindakan rasional nilai, dimana individu melakukan tindakan sosial didasarkan pada keyakinan dan nilai-nilai individu. Nilai yang diyakini ini dapat berasal dari individu itu sendiri ataupun dari kelompok sosial dari individu tersebut. Sebagaimana dalam hal ini mahasiswa pemain *game online* meyakini adanya status sosial dalam lingkungan pertemanannya yang didasarkan atas jumlah konsumsi barang *virtual* yang ia miliki. Semakin banyak konsumsi barang *virtual* yang ia lakukan maka status sosial dalam lingkungan pertemanan *game onlinenya* akan semakin tinggi. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rachma (2022) dimana mahasiswi membeli barang dilakukan untuk mengikuti dan menyesuaikan nilai-nilai yang ada dalam lingkungan kampus, baik itu menyesuaikan bagaimana cara berpakaian seperti menggunakan gamis dan jilbab yang kebanyakan digunakan dalam lingkungan kampus.

#### 4. Tindakan tradisional

Dalam penelitian yang dilakukan, tidak ditemukan bentuk tindakan yang didasarkan pada kebiasaan atau norma-norma yang berlaku dalam masyarakat. Dalam penelitian ini mayoritas Tindakan mahasiswa yang menjadi pemain *game online smartphone* terjadi karena adanya perkembangan teknologi dan pengaruh lingkungan modern, yang menjadikan para pemain *game online* melakukan tindakan-tindakan yang jauh dari kebiasaan atau norma-norma yang berlaku dalam masyarakat. Dapat pula dikatakan bahwa tindakan pemain *game online* bukan merupakan suatu tindakan yang diwariskan dari masa lalu dan bukan merupakan bentuk ketaatan terhadap norma atau tuntutan sosial yang ada dalam



masyarakat.

### **Kesimpulan**

Bentuk perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Mataram yang menjadi pemain *game online smartphone* diantaranya yaitu adanya pembelian impulsif, pembelian komfulsif dan pembelian status, yang utamanya dengan melakukan *micrtoransaction* yang menyebabkan banyaknya jumlah uang yang dikeluarkan demi *game online*. Perilaku konsumtif tersebut didorong oleh pengaruh lingkungan pertemanan karena merasa ingin diterima, dihormati, disegani, lebih percaya diri dan tidak diremehkan dengan cara melakukan *microtransaction*.

Perilaku konsumtif mahasiswapemain *game online* ini juga berdampak pada cara mereka bersosialisasi, karena merasa sudah banyak mengeluarkan banyak uang untuk *game online*, mereka menjadi kecanduan dan semakin jarang untuk bersosialisasi secara langsung dengan lingkungannya dan lebih banyak melakukan interaksi di dalam *game online*.



## Daftar pustaka

- Baudrillard J. P. 2004. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Ritzer, George. 2016. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Pranadamedia Group
- Jones Pip. 2003. *Pengantar Teori-Teori Sosial: Dari Teori Fungsionalisme Hingga Post Modernisme*. Jakarta: Pustaka Obor
- Suyanto, 2014. *Sosiologi Ekonomi, Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Prenada Media.
- Abdullah dan Arifin. Perilaku Konsumtif Anak Kost Pada Mahasiswa Di Kota Palopo. *Journal of Sociology EDucation Review*. Vol.2, No. 3
- Anwar, Khairil. 2018. Meditasi Rupa Kota Dalam Iklan Meikarta *Spectacle, Hiperrealitas Dan Simulakra*. *Journal Communication Spectrum*, Vol.8, No 2, hlm. 147-165
- Asmita dan Erianjoni. 2019. Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Mengikuti Trend Fashion Masa Kini. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, Vol. 2, No. 2
- Azwar, Muhammad. 2014. Teori Simulakrum Jean Baudrillard Dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas. *Jurnal Ilmu Perpustakaan & Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*, Vol. 2 No 1, hlm. 38-48.
- Fatmawati, Noor. 2020. Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, Volume 29, Nomor 1.
- Hadi, Sugianto; Surtiningsih, Ani. 2017. Hubungan Komponen Perilaku (Pengetahuan, Sikap, Tindakan) Merokok Pada Mahasiswa. *Nursing News: Jurnal Ilmiah Keperawatan*, Volume 2, Nomor 3.
- Hariyanto, Agus. 2017. *Gaya Hidup Konsumtif Pemandu Karaoke (Studi Pada Pemandu Karaoke Di Majosari Karaoke Di Kecamatan Mojosari Kabupaten Mojokerto*. Universitas Muhammadiyah Malang
- Lestari. 2018. Hubungan antara Konformitas dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Siswa Sekolah X. *Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi*, Volume 5, Nomor 2.
- Lestarina, Eni. 2017. Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*. Vol 2, No. 2
- Ruzadi, Nugrawan. 2019. Gaya Hidup Shopaholic. *Jurnal Sosialisasi : Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian, dan Pengembangan Keilmuan*. Volume 6, Edisi 3
- Rachel, R., & Rangkyu, R. P. 2020. Konsumerisme dan Gaya Hidup Perempuan di Ruang Sosial: Analisis Budaya Pembedaan Diri Di Lingkungan FISIP UNIMAL. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*. 1(1), 97-113



Subagio. 2019. Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Pendidikan Olahraga Dan Kesehatan (FPOK) IKIP Mataram. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*. Volume 3. No. 3

Wardah, Dwi M., Ananda, Marino., Ulya, Rusmiatul. 2020. Fenomena Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer Dalam Era Belanja Daring. *Jurnal Sains Sosial dan Humaniora*. Volume 4. Nomer 1