

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2022, Indonesia merupakan pasar game terbesar di Asia Tenggara dengan nilai pasar sebesar 1,92 Miliar Dollar Amerika dan jumlah populasi pemain 194,2 juta orang. Jika dibandingkan dengan total populasi Indonesia saat ini maka sekitar 68% dari penduduk Indonesia saat ini merupakan pemain game (Allcorrect, 2022). Dalam mengaksesnya ada yang menggunakan laptop atau komputer, konsol (misalnya PS5, Xbox One, Nintendo Switch) dan juga Mobile. Jenis game sangat beragam. Dari game yang bisa dimainkan secara gratis (*free*), game yang harus dibeli sebelum dimainkan (*premium*) dan juga game gratis dengan opsi pembelian item dan barang virtual (*freemium*).

Genshin Impact merupakan game *freemium* berjenis *Action Role Playing game*. Pada Desember 2022, game ini mendapatkan penghargaan The Game Awards di Kategori Player's Voice sebagai game populer yang paling diminati oleh komunitas gamer (The Game Awards, 2022). Di Playstore sendiri jumlah download untuk game ini telah mencapai angka lebih dari 50 Juta unduhan (Playstore, 2022). Pada tahun 2022 merupakan game dengan jumlah pendapatan tertinggi di dunia (Statista, 2022). Game ini menceritakan kisah perjalanan pemain sebagai *traveler* atau petualang yang mencari kembarannya di dunia bernama Tevyat. Dunia fantasi dengan

sihir elemen (Mihoyo, 2022). Dalam mendapatkan karakter dan item untuk dimainkan, pemain pun harus mengikuti system lootbox yang disebut *gacha*.

Gacha merupakan sistem undian yang ada di dalam game. fitur ini adalah satu-satunya metode mendapatkan item dan karakter game yang bisa dimainkan pada game Genshin Impact (Angelica., dkk. 2021). Fitur gacha dalam game ini sangat menguntungkan pengembang game. karena sistem ini merupakan faktor yang mempengaruhi banyaknya orang melakukan pembelian item virtual (Angelica., dkk. 2021). Di sisi lain fitur ini pun memberikan dampak buruk bagi pemain. Aji & Suparjan (2022) menjelaskan elemen gacha dalam game *Genshin Impact* melanggar norma kesusilaan di masyarakat karena konsepnya mirip dengan kegiatan judi, meningkatkan adiksi pada game, dan berpotensi menyamakan transaksi pembelian menjadi ke arah penipuan. Akan tetapi, dengan risiko semacam itu tidak menyurutkan para pemainnya untuk berhenti membeli item dan kepopuleran game ini terus bertahan hingga saat ini.

Handoko (2022) berpendapat alasan mengapa Genshin Impact menjadi populer adalah karena faktor desain estetik dari karakter dan item virtual yang menarik bagi pemain. Desain estetik ini terdiri dari bentuk karakter, efek audio-visual item, maupun *lore* (asal usul) dari karakter dan item yang disajikan. Ketertarikan dari faktor estetik itulah yang menyebabkan pemain pada umumnya memberikan nilai lebih pada item dan karakter yang mereka sukai. Faktor estetik tersebut memengaruhi jenis item virtual mana yang

ingin mereka koleksi. Alih-alih mengoleksi item virtual yang memiliki tingkat kelangkaan tinggi, pemain akan lebih senang mengoleksi item virtual yang mereka inginkan (George-Gabriel & Anastasia. 2022).

Di Singapura muncul fenomena seorang ayah dikejutkan oleh jumlah tagihan pembelian item virtual game *Genshin Impact* yang dilakukan putrinya. Tanpa sepengetahuannya, jumlah tagihannya sudah mencapai 20.000 Dollar Singapura atau setara dengan 211 juta rupiah (Detik.com. 2022). Di Indonesia sendiri (Tribunnews.com. 2022) seorang pemuda dari Balikpapan mengaku rela menghabiskan uang sebanyak dua juta rupiah hanya untuk satu karakter game saja. Dan jumlah keseluruhan pengeluarannya untuk *Genshin Impact* sendiri sudah mencapai puluhan juta rupiah karena mekanisme gacha tidak menjamin seseorang akan mendapatkan karakter yang diinginkannya meski sudah ratusan kali menarik undian.

Hal ditemukan pula dalam wawancara yang dilakukan peneliti pada lima pemain *Genshin Impact*. Kesemuanya mengakui bahwa lebih berfokus menginginkan karakter atau item yang diinginkan. Bahkan secara norma tidak ada penolakan dari lingkungan pemain meskipun perlu menabung sumber daya untuk *gacha*. Dalam proses mendapatkannya unik bagi setiap orang ada yang memilih menabung selama beberapa bulan, hingga ada yang secara masif membeli tiket undian gacha walaupun keluar uang sampai hampir dua juta rupiah.

Adapun kategori karakter yang diinginkan berdasarkan wawancara terbagi menjadi dua jenis. Yang pertama adalah karena desain estetik dan keunikan karakternya (Handoko. 2022) dan berdasarkan tingkat kekuatan karakter dan fungsi item dalam menyelesaikan misi game. Karakter dan item dengan tingkat kelangkaan Bintang 5 lebih kuat dari karakter dan item yang tingkat bintangnya ada dibawahnya. Kepemilikan atas item dan karakter bintang lima ini bukan hanya menjadi simbol kekuatan seorang pemain. Namun menjadi simbol identitas bagi para pemainnya.

Seseorang dikatakan sebagai orang beruntung atau ada istilah “gacha wangi” jika berhasil memperoleh barang virtual yang diinginkan menggunakan sumber daya game tanpa *top-up*. Sebaliknya seseorang dikatakan tidak beruntung atau “gacha ampas” jika sudah mengeluarkan uang untuk top up namun belum memiliki barang virtual yang diinginkan. Meskipun dalam suatu penarikan gacha orang itu mendapatkan barang virtual lain yang tidak diincar. Selain itu terdapat juga fenomena waifu/husbu, dimana seseorang menginginkan sebuah karakter sebagai refleksi identitas diri dan karakter sebagai sarana transformasi identitas tersebut (Kovalenko & Van Tilborg. 2024). Transformasi ini mengakibatkan karakter tidak hanya berperan sebatas objek dalam game saja amun juga bertransformasi ke bentuk lain seperti poster, merchandise, hingga body sepeda motor modifikasi yang mana dapat dilihat oleh orang lain.

Chaudhuri, dkk. (2011) mendefinisikan *Conspicuous Consumption* adalah rangkaian keterlibatan diri di dalam pembelian, kepemilikan, dan penggunaan produk dan layanan yang sifatnya mencolok. Memiliki nilai tertentu serta tingkat kelangkaan secara ekonomis dengan motivasi untuk mengkomunikasikan citra diri yang khas menonjol kepada orang lain. *Conspicuous Consumption* dapat juga diartikan sebagai konsumsi berlebih yang pada prakteknya bertujuan kompetitif sebagai aktivitas waktu luang untuk menunjukkan kedudukan seseorang pada kategori kelas sosial tertentu (Patsiaouras & Fitchett. 2012).

Di dunia industri dan komunitas game terdapat kategorisasi pada pemain berdasarkan tingkat pengeluaran yang dilakukan dalam sebuah game (Dreier, 2017). *Whales (High spender)* adalah kategori pemain yang menghabiskan minimal 20 Euro (Rp. 332.000) per bulan. *Dolphins (Moderate spender)* menghabiskan minimal 5 Euro (Rp. 85.000) per bulan dan *Minnows (Low Spender)* menghabiskan minimal 1 Euro (Rp. 17.000) per bulan dan F2P atau akronim dari *Free-to-play (non spender)* merupakan mereka yang tidak membeli item virtual menggunakan mata uang asli. namun memilih mendapatkan item dan karakter dengan bonus dari menyelesaikan misi dalam game (Yang., dkk. 2018). Pemberian julukan ini pun dilakukan oleh sesama pemain dalam interaksi mereka di komunitas media sosial. Terutama komunitas gamer di platform Discord. Al-Nawasreh & Andersson (2022) melabeli fenomena ini sebagai fenomena “*Whaling*” yang asal katanya berasal dari kategori *Whale*.

Di Komunitas Discord Genshin Impact Indonesia ditemukan juga fenomena “*Whaling*” ini. Bahkan disediakan channel khusus yaitu channel “*genshin-flex*” untuk saling memamerkan item virtual yang didapatkan. Di channel itu mereka pun saling memberikan *screenshot* koleksi dan berbalas memberikan julukan pada sesama anggota. Berdasarkan hasil observasi peneliti, julukan yang bagi para pemain yang dianggap “*Whaling*” disini antara lain “*Whel*” “*Whale*” “Sepuh” atau “Puh”. Shi, dkk (2015) mengemukakan sebutan semacam ini memiliki nilai prestise di dalam komunitas gamer.

Selain dari *Whaling*, terdapat pula fenomena lain yang dilakukan oleh anggota komunitas yaitu dengan melabeli dirinya sebagai F2P (*non spender*) caranya dengan memamerkan koleksi gachanya kepada komunitas dengan klaim tanpa mengeluarkan sepeser uang sedikitpun. Tidak sebatas “*whaling*” admin komunitas juga menyediakan role khusus bagi pemain yang progres permainannya sudah jauh. Role di discord adalah emblem atau tanda yang terpampang di dalam akun profil pemain yang bisa dilihat oleh anggota komunitas lainnya secara mencolok. Terlebih komunitas juga berfungsi sebagai wadah para pemain untuk saling mengekspresikan diri dengan berbagi pengalaman serta memamerkan progres permainan melalui channel-channel media sosial (Al-Nawasreh & Andersson. 2022).

Progres permainan seseorang adalah pengalaman unik yang berbeda bagi setiap pemain. Kemampuan bermain, dana dan waktu yang dihabiskan pun beragam. Terlebih jika permainan dengan unsur *gacha*. Mendapatkan

item hasil *gacha* pun akan menjadi sebuah pengalaman berbeda. Ada faktor keberuntungan berperan di sini. Karena faktanya ada pemain yang sudah mengeluarkan banyak dana untuk mendapatkan item tertentu namun belum saja dapat. di sisi lain ada juga pemain yang hanya dengan sedikit sumberdaya sudah dapat item yang sulit didapat itu.

Hal imateril berupa pengalaman unik semacam inilah yang tengah menjadi trend perubahan pola konsumsi saat ini (Bronner & De Hoog, 2019). Orang yang pamer dengan perilaku konsumtifnya bukan hanya karena ingin memamerkan status semata, namun juga karena ingin memamerkan bagian dari diri mereka, terutama pengalaman unik yang mereka miliki melalui media sosial (Bronner & De Hoog, 2018). Dalam konteks penelitian ini adalah keberuntungan maupun kemampuan finansial untuk mendapatkan, mengembangkan, dan mempercantik karakter game untuk progres Genshin Impact. Ironisnya pemain dengan tingkat pembelian barang virtual yang tinggi justru memiliki risiko kecanduan game lebih tinggi dibandingkan mereka yang pengeluarannya lebih sedikit (Dreier, dkk. 2017).

Selaras dengan itu Efendioglu (2019) mengemukakan bahwa media sosial merupakan channel atau saluran yang kini digunakan untuk melakukan *Conspicuous Consumption* dan perilaku memamerkannya memberikan dampak pada intensi pembelian. Bronner (2018) mengemukakan bahwa terdapat hubungan antara *Conspicuous Consumption* dengan intensi pembelian produk-produk hiburan atau

rekreasi. Dan bentuk hiburan yang penggunaannya paling pesat pasca pandemi COVID-19 adalah kegiatan bermain game (Claesdotter-Knutsson, André, & Håkansson. 2021). Lebih lanjut Hosseini (2021) menemukan bahwa tingkat intensi pembelian dipengaruhi perilaku *Conspicuous Consumption* pada produk yang mencerminkan keunikan penggunaannya.

Intensi menurut Ajzen (1991) adalah kemauan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Dan intensi membeli adalah keinginan untuk melakukan suatu kegiatan konsumsi produk. Hal ini dapat dilihat melalui tiga hal. Yaitu dari sikap pada perilaku pembelian, norma subjektif pembelian dan kontrol dari perilaku membeli (Ajzen. 1991). Intensi membeli pada item virtual game amat berhubungan dengan faktor hubungan sosial dari komunitas (Chandra. 2021). Dampak mempertontonkan perilaku *Conspicuous Consumption* di media sosial akan meningkatkan rasa iri dan mempengaruhi pemirsanya untuk melakukan pembelian pada produk atau jasa yang serupa (Cheng & Fu. 2019).

Balakrishnan & Griffiths (2018) mengemukakan hal ini merupakan sebuah isu etis yang serius bagi pelaku industri game. Karena dalam risetnya ditemukan para pengembang game kini banyak menaikkan pembelian item virtual dengan cara yang buruk karena meningkatkan kecanduan game. Terutama game dengan memasukan fitur gacha yang paling meningkatkan pembelian para pemain saat ini (Shibuya., dkk. 2019). Karena jika sudah kecanduan bermain game gacha, akan timbul berbagai masalah seperti gangguan kecemasan, kesepian, hingga depresi (Wang, 2019).

Diawali munculnya fenomena *Conspicuous Consumption* di komunitas discord Genshin Impact Indonesia dan saran penelitian dari Song, Zheng, & Yim (2022) untuk mengaplikasikan penelitian *Conspicuous Consumption* pada jenis aktiitas diluar olahraga. Maka peneliti ingin mengetahui Pengaruh *Conspicuous Consumption* terhadap Intensi Membeli Item Virtual di Komunitas Discord Genshin Impact Indonesia. Sebab riset pada jenis produk imateril lainnya akan memungkinkan memberikan wawasan apakah *Conspicuous Consumption* dapat digeneralisasikan ke seluruh *Experiential Purchase* (Pembelian/konsumsi yang memberikan pengalaman). Seperti gacha Item game dan bertualang di dalam game yang tidak memiliki wujud fisik namun berfungsi untuk memberikan pengalaman bermain yang unik bagi setiap orang.

1.2 Identifikasi Masalah

Genshin Impact adalah game berjenis *freemium* bergenre Role Playing Game dengan sistem mendapatkan dan mengembangkan karakter game melalui sistem gacha atau undian. Sedangkan *Whaling* dan fenomena *Waifu* dan *Husbu* merupakan bentuk dari *Conspicuous Consumption* yaitu konsumsi berlebih yang bertujuan untuk mendapatkan status atau memperlihatkan citra diri kepada orang lain. Fenomena ini terfasilitasi oleh komunitas dengan disediakan channel khusus yaitu channel "*Genshin-flex*" untuk aktivitas *Conspicuous Consumption* para anggotanya. Dampaknya adalah para anggota akan berlomba-lomba dalam melakukan *Conspicuous Consumption*. Dan karena sumber daya yang disediakan game sangat terbatas untuk melakukan gacha/undian, maka mereka akan dihadapkan pada opsi membeli item virtual untuk mempercepat progres game mereka. Sehingga berakibat meningkatnya intensi membeli.

Kepemilikan atas karakter dengan tingkat kelangkaan tinggi mencerminkan identitas dan status pemain dalam komunitas. Dengan meningkatnya *Conspicuous Consumption* maka intensi membeli pun meningkat juga. Imbasnya kepada pemain adalah mereka akan menjadi lebih sering menghamburkan uang demi progres game yang mereka inginkan. Karena mekanisme undian gacha dalam *Gensin Impact* menyebabkan seseorang belum tentu mendapatkan item virtual yang ia inginkan meskipun sudah melakukan top up.

Di dalam komunitas, intensi membeli terfasilitasi dengan memberikan dampak sikap yang positif terhadap perilaku pembelian, selain itu membentuk norma subjektif pemain menganggap hal yang wajar terhadap gacha. Riset dari Dreier, dkk. (2017) menjelaskan hal ini berisiko karena semakin banyak mereka menghabiskan uang dalam game akan meningkatkan risiko kecanduan terhadap game. Di sisi lain, terdapat juga kasus pembelian item virtual melalui pihak ketiga yang harganya jauh lebih murah daripada pembelian resmi melalui aplikasi. Akan tetapi hal ini merupakan bentuk pembajakan yang justru merupakan kegiatan ilegal yang merugikan bagi perkembangan industri game (Hitekno.com, 2021).

Dikarenakan belum adanya penelitian sebelumnya mengenai gambaran mengenai hal ini dalam ranah komunitas, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *Conspicuous Consumption* dengan intensi membeli item virtual pemain Genshin Impact di komunitas discord Genshin Impact Indonesia.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel *Conspicuous Consumption* pada variabel Intensi Membeli item virtual game di ranah komunitas media sosial Discord pemain Genshin Impact Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui tingkat *Conspicuous Consumption* pada komunitas Discord Genshin Impact Indonesia
2. Mengetahui tingkat Intensi membeli Item virtual pada komunitas Discord Genshin Impact Indonesia
3. Mengetahui pengaruh *Conspicuous Consumption* terhadap intensi membeli item virtual

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Sebagai pengembangan penelitian psikologi di ranah komunitas pemain game yang berkaitan dengan Psikologi Sosial dan juga Psikologi Konsumen. Terutama pada fenomena *Conspicuous Consumption* dan variabel Intensi Membeli

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi pemain game diharapkan hasil penelitian ini mampu untuk menjadi acuan dalam menyikapi game yang didalamnya memiliki sistem gacha.
2. Bagi peneliti selanjutnya hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya terkait variabel dan sampel serupa.