

Perilaku Konsumtif Subkultur Pemuda Pada *Game Grand Theft Auto Roleplay "Executive Roleplay"*

Astra Shada Hidayat^{1*}, Jayanti Hemakumari Agnes Silvia², J.A. Wempi³

¹⁻³Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR, Bekasi, Indonesia

*astrashada13@gmail.com

Artikel

Submitted: 12-01-2024

Reviewed: 19-02-2024

Accepted: 22-07-2024

Published: 27-12-2024

DOI:

10.32509/wacana.v23i2.3708



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution-
NonCommercial-ShareAlike 4.0.

Volume : 23
No. : 2
Bulan : Desember
Tahun : 2024
Halaman : 226-240

Abstract

The consumerist behavior among young people, solely aimed at fulfilling desires, is increasingly prevalent, from streaming to playing online games. In the game GTA V Roleplay, there is a donation or sales system involving virtual items designed to enhance the role-playing experience and the sense of reality in the game. Many players spend millions of rupiahs to purchase these virtual items purely for entertainment or to boost their status within the game. This undoubtedly impacts the consumerist influence exerted by these GTA V Roleplay players in pursuit of their satisfaction while playing the game. To comprehend and analyze the phenomenon of teenage consumptive behavior in the game GTA V "Executive Roleplay," this study employs a descriptive-qualitative method based on Jean Baudrillard's theory of consumer society. Data collection involves interviews and focus group discussions with 8 informants, including 7 players and 1 server admin handling virtual item transactions. Data analysis in this study utilizes Miles and Huberman's approach. Teenagers derive satisfaction and excitement from playing the game and obtaining desired vehicles or items. In the online game GTA V Roleplay, consumerist behavior is evident. Such behavior persists due to the persuasive communication among players and the identity formation among teenagers through game participation, reflecting the happiness and satisfaction derived from these activities.

Keywords: consumerism behavior, online games, youth subculture

Abstrak

Perilaku konsumerisme anak muda yang hanya untuk memenuhi keinginan semata semakin marak dari menonton streaming hingga bermain game online. Pada game GTA V Roleplay terdapat sistem donasi atau penjualan berupa virtual item yang memiliki tujuan untuk melengkapi kebutuhan Roleplay dan rasa kenyataan dalam memainkan permainan ini. Banyak pemain yang mengeluarkan uang jutaan rupiah untuk membeli virtual item tersebut hanya untuk bersenang-senang atau meningkatkan gengsi di dalam game. Hal ini tentunya berdampak pada pengaruh konsumerisme yang dilakukan para player gta v roleplay ini demi mencapai titik kepuasannya dalam bermain game. Untuk memahami dan menganalisis fenomena perilaku konsumtif remaja dalam game GTA V "Executive Roleplay" penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif yang berdasar pada teori masyarakat konsumtif Jean Baudrillard. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara serta focus discussion group pada 8 informan yang diantaranya 7 pemain dan 1 admin server yang menangani transaksi pembelian item virtual. Data dianalisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data miles dan huberman. Remaja merasakan kepuasan dan sensasi saat memainkan game dan memiliki kendaraan atau item yang diinginkan. Pada *game online* GTA V Roleplay menunjukkan terjadinya perilaku konsumerisme. Perilaku konsumerisme akan terjadi secara menerus karena terciptanya komunikasi persuasi pada sesama pemain serta identitas remaja yang terbentuk melalui partisipasi dalam game mencerminkan kebahagiaan dan kepuasan yang diperoleh dari aktivitas tersebut.

Kata Kunci: perilaku konsumerisme, game online, sub kultur pemuda

PENDAHULUAN

Pada saat ini individu bekerja hingga mencari hiburan menggunakan perangkat digital seperti belanja online, nonton streaming, hingga bermain game online. Pada akhirnya terbentuk kebiasaan baru hingga saat ini yang sudah beralih ke era new normal. Game online pada abad ke-21 ini menjadi sebuah gaya hidup bagi para gamers dan hal ini terbukti menurut survei yang dibuat oleh Data Reportal, Indonesia adalah salah satu negara dengan pemain game terbanyak di dunia. Indonesia menempati urutan ketiga dengan pengguna game online terbanyak di dunia dengan jumlah 94,8% yang terhitung dari tahun sebelumnya, usia para pengguna game online berkisar sekitar 16-64 tahun yang tercatat per Januari 2023. Menurut We Are Social usia para pengguna internet berkisar 16-64 tahun, pengeluaran untuk game online di Indonesia tercatat sebesar 1,07 miliar US Dollar selama tahun 2022. Pengguna internet melalui perangkat laptop atau komputer (PC) di Indonesia yang digunakan untuk bermain game online tercatat sebanyak 38,8% (Kemp, 2023). Sehingga tercatat para pengguna internet untuk kebutuhan bermain game menempati peringkat ke-11 atau sebesar 42,3%. (Kemp, 2023).

Game online dapat digunakan oleh seluruh individu melalui jaringan internet serta memiliki berbagai macam jenis game, seperti dalam bentuk audio, visual, teks, grafik, dan lainnya. Melalui game online para pemain dapat bertemu dan melakukan aktivitas sosial seperti melakukan interaksi dengan para pemain lainnya pada dunia virtual, sehingga sangat mungkin jika tercipta sebuah komunitas pada sebuah game (Firdaus et al, 2018). Pada penelitian ini yang dikaji merupakan game Grand Theft Auto V yang diterbitkan oleh developer game yang cukup ternama bernama Rockstar Games yang dirilis pada tahun 2013 dengan genre aksi petualangan. Pada game ini dapat kita mainkan secara single player dan multiplayer. Single player pada permainan ini pemain akan mengikuti jalan cerita yang sudah disajikan. Sedangkan bermain secara multiplayer (online), pemain dapat bertemu dengan pemain lain di dalam game tersebut dan dapat menentukan jalan ceritanya sendiri atau bisa disebut juga dengan roleplay. Roleplay dapat dimengerti sebagai tipe game online yang memerankan seseorang pada dunia virtual. Permainan ini membuat para pemain wajib memiliki identitas pribadi secara virtual, agar permainan dapat dilakukan dengan memainkan peran di game online tersebut (Adiyatma & Zamzamy, 2023).

Roleplay adalah karakter yang ingin kita tentukan dan dimainkan oleh seseorang di dalam game, sedangkan pada game Grand Theft Auto V kita dapat menentukan berbagai macam karakter yang lebih kompleks seperti kehidupan nyata. Dan pada permainan roleplay ini sangat diutamakan interaksi antar player agar roleplay ini dapat berjalan. Keunikan video game GTA terdapat ketika para pemain dapat saling berinteraksi dengan lingkungan sekitar serta melakukan segala aktivitas yang ingin dilakukan, seperti melakukan aktivitas yang biasa dilakukan sehari-hari (Jiwandono, 2015). Pemain dapat melakukan seluruh kegiatan yang ingin mereka lakukan ketika memerankan karakter pada game Grand Theft Auto V, tidak hanya itu terdapat beberapa hal yang tidak bisa mereka lakukan di kehidupan nyata. Game ini tidak hanya interaktif, tetapi juga memiliki komunitas modding yang aktif. Dengan banyaknya fitur yang bisa dicoba pada game ini, pemain pasti akan betah. Konsep kehidupan sehari-hari, atau yang biasa disebut kehidupan sehari-hari, mempunyai makna cultural dan media studies yang memiliki keterkaitan dengan hubungan pertemanan hingga berbagai macam cara individu memahami dan memaknai dunianya.

Pada game GTA V Roleplay terdapat sistem donasi atau penjualan berupa virtual item seperti mobil, rumah, dan custom karakter yang memiliki tujuan untuk melengkapi kebutuhan Roleplay dan rasa kenyataan dalam memainkan permainan ini. Disamping untuk kebutuhan roleplay-nya, banyak juga pemain yang membeli virtual item tersebut hanya untuk bersenang-senang atau meningkatkan gengsi di dalam game tersebut. Tak tanggung-tanggung, biaya yang dikeluarkan player untuk membeli virtual item tersebut dari ratusan ribu rupiah hingga jutaan rupiah. Belum lagi biaya untuk customs karakter di dalam gta v roleplay ini bisa mencapai belasan juta hingga puluhan juta rupiah. Hal ini tentunya berdampak pada pengaruh konsumerisme yang dilakukan para player gta v roleplay ini demi mencapai titik kepuasannya dalam bermain game.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang dilakukan atas dasar keinginan yang ditujukan untuk melengkapi kepuasan dan tidak dilandasi oleh kebutuhan hidup. Para individu yang melakukan kegiatan konsumtif seringkali menggunakan uangnya hanya untuk memenuhi keinginan yang berupa barang atau jasa tanpa berpikir akan kebutuhan lain yang seharusnya dipenuhi terlebih dahulu (Fauzi & Sulistyowati, 2022). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pembelian virtual item pada GTA V Roleplay ini menunjukkan perilaku konsumtif para pemain karena melakukan pembelian barang tanpa dilakukan pertimbangan yang rasional dan hanya ditujukan untuk kesenangan semata tanpa ada manfaat untuk memenuhi sebuah kebutuhan utama hidup.

Penelitian ini menggunakan konsep masyarakat konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Karena menurut Baudrillard, masyarakat konsumsi merupakan masyarakat yang mengutamakan untuk mengonsumsi barang atau jasa berdasarkan keindahannya bukan pada fungsinya. Sehingga masyarakat tidak akan pernah merasa puas namun menimbulkan rasa ingin terus mengonsumsi secara terus menerus. Konsumerisme menurut Baudrillard menyebabkan masyarakat terperangkap dalam sistem kebutuhan palsu. Baudrillard dalam Jauhari (2017), menyatakan bahwa game virtual dan simulasi merupakan bentuk-bentuk representasi yang memainkan peran penting dalam membangun citra diri dan realitas sosial. Baudrillard berargumen bahwa game virtual menghadirkan dunia yang terpisah dari realitas fisik dan menjadi tempat di mana individu dapat menggambarkan citra diri yang diinginkan. Dalam konteks ini, game virtual tidak hanya menjadi alat hiburan semata, tetapi juga menjadi platform di mana individu dapat mengekspresikan identitas dan mengasah kemampuan sosial dalam lingkungan yang dikonstruksi secara virtual.

Perilaku konsumtif pemain game online terjadi ketika pemain game melakukan pembelian item virtual, seperti melakukan kustomisasi karakter dalam game dan kepuasan memainkan peran menjadi hal penting dalam pembelian item dalam game (Ahmad et al, 2022). Dalam konteks ini, game online simulasi telah menjadi bagian dari kehidupan sebagian besar remaja, terutama karena keberadaan video game yang luas dan mudah diakses (Hayer et al., 2018). Gaya hidup hedonis yang mengutamakan kesenangan dan kepuasan duniawi memiliki hubungan dengan gaya hidup konsumtif pada anak muda, ketika gaya hidup hedonis seseorang tinggi, maka gaya hidup konsumtifnya akan semakin tinggi (Anggraini & Santhoso, 2019), sama halnya dengan semakin tinggi tingkat gaming disorder pemain game, semakin besar peluang mereka menggunakan uangnya untuk membeli aksesoris dalam permainan (Hasanah et al, 2022). Adapun faktor lain yang dipengaruhi oleh keluarga, remaja dari keluarga dengan dua sumber penghasilan cenderung lebih rentan terhadap faktor-faktor seperti "salience," "tolerance," dan "withdrawal," menggambarkan bahwa mereka lebih banyak menggunakan waktu untuk bermain permainan online, kesulitan mengendalikan diri, dan dapat mengalami ketidakstabilan emosional saat berhenti bermain (Choi et al., 2018).

Ketika seorang individu sudah kecanduan bermain permainan online maka mereka akan menggunakan sebagian besar uang yang dimilikinya untuk membeli atribut atau aksesoris yang disediakan pada game online tersebut (Firdaus, Pebrianti & Andriyani, 2018). Khususnya remaja remaja seringkali melakukan konsumsi berlebihan dalam game online, membeli barang-barang virtual secara impulsif. Seringkali hanya untuk memuaskan keinginan pribadi tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau manfaat yang sebenarnya (Rachman & Ghozali, 2023). Penelitian yang dilakukan oleh (Pamungkas & Firmialy, 2023) juga menyatakan bahwa tingkat konsumtif gamer laki-laki lebih tinggi dibandingkan dengan gamer perempuan. Gamers adalah aktor utama pada dunia game online, mereka juga yang meningkatkan pengembangan bisnis pada video game untuk meningkatkan kualitas produksi. Keunikan video game GTA terjadi ketika para pemain dapat saling berinteraksi dengan lingkungan sekitar serta melakukan segala aktivitas (Jiwandono, 2015). Roleplay dapat dimengerti sebagai salah satu tipe game yang memerankan seseorang pada dunia virtual. Memainkan permainan ini para pemain wajib memiliki identitas pribadi secara virtual, agar permainan dapat dilakukan yaitu dengan memainkan peran di game online tersebut (Adiyatma & Zamzamy, 2023).

Pada game GTA V Roleplay terdapat sistem donasi atau penjualan berupa virtual item seperti mobil, rumah, dan custom karakter yang memiliki tujuan untuk melengkapi kebutuhan Roleplay dan

rasa kenyataan dalam memainkan permainan ini. Banyak pemain yang membeli virtual item tersebut hanya untuk bersenang-senang atau meningkatkan gengsi di dalam game tersebut. Tak tanggung-tanggung, biaya yang dikeluarkan player untuk membeli virtual item tersebut berkisar ratusan ribu hingga ratusan juta rupiah. Belum lagi biaya untuk customs karakter di dalam gta v roleplay ini bisa mencapai belasan juta rupiah. Hal ini tentunya berdampak pada pengaruh konsumerisme yang dilakukan para player gta v roleplay ini demi mencapai titik kepuasannya dalam bermain game. Menurut penelitian Yulius (2017) perilaku konsumtif dilatar belakangi oleh faktor pembelian aksesoris pada game online didasari oleh keinginan semata, rasa kepercayaan terhadap penyedia layanan. Jika dilihat dari faktor individu menurut Firdaus, Pebrianti, & Andriyani (2018) perilaku konsumtif dapat terjadi karena keinginan untuk selalu update trend terbaru, tidak merasa puas dengan yang dimilikinya, serta selalu mengikuti tren teman-teman sekitar. Selain itu menurut Zhang & Huang (2019) hasil survei menunjukkan perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan bulanan, dan jenis game yang dimainkan.

Mishra & Maity (2021) mencatat bahwa remaja saat ini mengakses media online secara intensif, dan media online termasuk game online, memiliki dampak yang konkret terhadap pengetahuan, sikap, dan perilaku konsumtif mereka. Faktor individu, seperti status ekonomi, konsep diri, gaya hidup, dan kepribadian, juga memiliki pengaruh signifikan pada perilaku pemain. Faktor sosial, termasuk keluarga, kelompok referensi, tren, dan peran, berperan dalam membentuk pilihan pemain game. Sehingga kepuasan pelanggan dalam industri game sangat erat kaitannya dengan perilaku konsumen (Nguyen, 2021). Faktor lain yang melatar belakangi seorang individu membeli aksesoris pada game online adalah faktor keinginan pribadi yang merupakan kesenangan, kepuasan, dan rasa penasaran. Faktor interaksi sosial seperti pamer, bangga, dan pengakuan sosial (Badaliansyah, Wardana & Anwar, 2022). Pemain dengan Kepribadian gengsi dan mudah dipengaruhi ketika sesama pemain game online menunjukan item virtual membuat setiap individu terdorong untuk mendapatkan item virtual tersebut dengan membelinya. Sehingga ketika terdapat suatu kelompok, komunitas, dan server pada discord mampu menarik keinginan setiap pemain untuk membeli item virtual (Mandira & Suputra, 2023).

Dibalik faktor-faktor perilaku konsumtif pada game online memiliki dampak positif seperti yang dinyatakan oleh Istiyani, Purwanto & Hendrati (2023), seperti pada faktor ekonomi. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memanfaatkan kesempatan ini untuk mendorong perekonomian secara digital seperti, melakukan kerja sama dengan mengadakan turnamen internasional. Di era saat ini game online sudah dilengkapi dengan fitur virtual ekonomi yang memungkinkan para pemain game online dapat melakukan transaksi pembelian item virtual menggunakan uang sungguhan. Salah satu aplikasi yang biasa digunakan para pemain game untuk berinteraksi serta melakukan pembelian adalah Discord (Setyawan, Fauzi, & Wikan, 2022). Perusahaan yang menyediakan fitur-fitur item virtual, sebaiknya terus mengembangkan fitur-fitur tersebut agar para pemain game online merasa nyaman dan puas terhadap permainan yang dimainkannya. Hal ini akan menciptakan dampak positif kepada para penyedia item virtual (Ridha & Daga, 2020).

Dengan demikian, seperti yang ditulis dalam artikel (Aqila et al., 2017) game GTA memiliki dampak positif seperti dapat mengisi waktu luang, remaja mampu menurunkan stress, dan juga mampu meningkatkan kreativitas dalam membuat cerita di dalam tokoh di karakter game GTA. Dampak negatifnya, dengan bermain GTA anti sosial, perilaku agresif, dan perilaku konsumtif. Salah satu solusi untuk mengatasi perilaku konsumtif gamers adalah dengan meningkatkan literasi finansial agar dapat mengelola pengeluaran atau perilaku konsumtif (Pamungkas & Firmialy, 2023). Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumerisme remaja yang terjadi pada game online Grand Theft Auto V Online "Executive Roleplay".

Melalui fenomena di atas, tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk memahami dan mengetahui perilaku konsumtif pada kalangan remaja sebagai dampak dari adanya game online GTA V "Executive Roleplay". Penelitian ini memanfaatkan konsep masyarakat konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Menurut Baudrillard, masyarakat konsumsi dapat dipahami sebagai masyarakat

yang memberikan keutamaan pada konsumsi barang atau jasa berdasarkan keindahan daripada kegunaan. Dalam konteks ini, masyarakat tidak pernah merasa puas dan terus merasa dorongan untuk terus mengonsumsi. Baudrillard berpendapat bahwa konsumerisme memperbudak masyarakat dalam sistem kebutuhan palsu dan didapati perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana perilaku konsumtif sub kultur pemuda yang terjadi pada Game Online GTA V “Executive Roleplay”?”

METODOLOGI

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif Creswell (2018), sebuah penelitian dengan metode kualitatif perlu dilakukan dengan asumsi dan penggunaan kerangka penafsiran yang dapat mempengaruhi atau membentuk studi permasalahan sehingga dapat berkaitan dengan suatu permasalahan dalam individu ataupun kelompok manusia dan sosialnya. Pendekatan yang digunakan yaitu *cultural studies* didefinisikan Bennett, Grossberg, Morris, & Raymond dalam Arioka (2018) didefinisikan sebagai bidang penelitian yang memiliki fokus pada proses budaya dalam menciptakan dan mengubah peristiwa yang dialami seseorang, pada kehidupan sehari-hari yang berhubungan dengan sosial dan kekuasaan, serta aspek perilaku konsumtif remaja yang dianalisis dengan menggunakan kerangka teori Baudrillard. Peneliti menggunakan kualitatif dengan pendekatan Cultural Studies, penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis fenomena perilaku konsumtif remaja dalam game GTA V “Executive Roleplay” dalam konteks budaya yang lebih luas, dengan menggali interaksi kompleks antara budaya populer, identitas remaja, dan faktor sosial yang mempengaruhi perilaku konsumtif yang terjadi pada kalangan remaja dalam game online. Paradigma penelitian ini adalah postmodernisme yang merupakan pemahaman, pemikiran, dan pandangan filsafat yang menggambarkan cara berpikir dan sikap yang mampu mempengaruhi perkembangan dan budaya manusia (Iham, 2018) sehingga penelitian ini mencoba untuk melihat penilaian moralistik dan stereotip yang seringkali melekat pada perilaku konsumtif remaja pada permainan video, dan lebih fokus pada pemahaman mendalam tentang bagaimana remaja mengonstruksi makna dan identitas mereka melalui partisipasi dalam permainan GTA V “Executive Roleplay”.

Penelitian ini melakukan wawancara sebagai data primer dengan 1 admin dari “Executive Roleplay” dan 7 remaja yang aktif bermain game GTA V “Executive Roleplay” untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang perilaku konsumtif mereka, faktor-faktor yang mempengaruhinya, dan persepsi mereka terhadap game tersebut. Wawancara dapat dilakukan secara individu atau kelompok tergantung pada preferensi peneliti. Teknik FGD melibatkan kelompok remaja yang bermain game GTA V “Executive Roleplay” untuk berdiskusi secara terarah mengenai perilaku konsumtif mereka. Dalam FGD, peserta dapat saling berbagi pengalaman, pandangan, dan sikap mereka terhadap game tersebut. Diskusi kelompok ini dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja dalam konteks permainan tersebut. Wawancara akan memberikan ruang untuk interaksi langsung dengan responden, sedangkan FGD akan memfasilitasi dialog dan interaksi antara peserta, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih kaya dan variasi perspektif. Pengumpulan data dan informasi melalui dokumen artikel jurnal, dan pemberitaan online. Teknik analisis data penelitian ini adalah analisis data yang ditinjau menggunakan data Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, kesimpulan (Denzin & Lincoln, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Eksplorasi motif dan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja

Remaja, dalam konteks ini, seringkali terpapar dengan pesan persuasif dan iklan yang menekankan pada kebutuhan akan pemenuhan hasrat dan status sosial melalui konsumsi. Hal ini juga diungkapkan narasumber kami, Ilham Fauzie, yang menyatakan bahwa “Alasan saya untuk tertarik membeli karena saya suka aja sama mobilnya. Dan juga ya paling buat pamer ke teman-teman hahaha”. Remaja seringkali menggunakan barang-barang yang mereka konsumsi sebagai sarana ekspresi dan pencapaian status di dalam kelompok sebaya mereka, seperti yang telah diungkapkan

oleh narasumber kami yang menyatakan bahwa “Menurut saya sih ada ya, karena juga kalau untuk saya bisa meningkatkan pride karakter saya di dalam game dan juga ya yang pasti juga bisa membantu kebutuhan di dalam game juga”. Hal ini terkait dengan aspek konstruksi identitas remaja yang dipengaruhi oleh budaya dan lingkungan sosial tempat mereka berada.

Remaja mengonstruksi makna dan identitas mereka melalui partisipasi dalam konsumsi, serta mempertimbangkan pengaruh budaya, lingkungan sosial, dan pengaruh media dalam membentuk perilaku konsumtif remaja, sebagaimana data yang kami peroleh dari narasumber kami, yaitu “...Kaya mikir mikir dulu buat ngeluarin uang sebanyak itu untuk game saya sebenarnya mikir-mikir juga, tapi yaudah mungkin kalau untuk saya bisa dijadikan “investasi” di server ini juga untuk kebutuhan streaming jadi it’s okay lah”. Faktor-faktor psikologis seperti keinginan untuk diterima, pengaruh teman sebaya, dan pengaruh media juga dapat memainkan peran penting dalam perilaku konsumtif remaja sebagaimana yang telah kita peroleh dari diskusi grup yang menyatakan bahwa sebenarnya pembelian fitur dalam game tidak terlalu penting, yaitu “gaada, ya kepuasan doang, gaada kelebihan sama sekali”, “kepuasan aja, karena realisasinya di game doang”, “dapet kebahagiaan sama sensasi, jadi seru main gamenya, kalo dibilang ada guna atau tidak ya gaad”, “kelebihan bisa ada kalo misalkan kita mau streaming, eee itu kan sambil live otomatis viewers maunya ngeliat kita baik ya. hanya sebatas itu sih”.

Hilangnya Kedalaman dan Makna

Hasil wawancara dengan narasumber Arfin Firmansyah yang dimana ia mengatakan “Iya gua ngebeli kendaraan dari yang biasa sampai yang limited dengan harga jutaan karna gua suka aja dan pengen punya kendaraan itu di *character* gua”. Sehingga menurut hasil wawancara di atas menunjukkan perilaku konsumtif yang dilakukan oleh pemain GTA V “Executive Roleplay” adalah surface sehingga dalam membeli barang tidak memikirkan makna kebutuhan dan fungsi sebuah barang, melainkan hanya membeli barang sesuai keinginan semata yang dikarenakan barang atau kendaraan tersebut merupakan kendaraan yang limited.

Executive Roleplay Donation Sheets

File Edit Tampilan Sisipkan Format Data Alat Ekstensi Bantuan

100%

Hanya lihat

AT:F2

A

B

C

D

E

F

1

MOBIL DI BULAN / TAHUN SEBELUMNYA MASIH BISA DIBELI, MOBIL DENGAN HARGA DONASI YANG TERCANTUM BELUM TERMASUK FULL UP DKK, INI ADALAH POLOSAN

2

POLOSAN

3

4

Mercedes AMG 503 Mansory Edition (15/15)

4

S

Lihat Gambar / Preview Picture

SOLD OUT

5

Porsche 911 GT2 RWB

2

S

Lihat Gambar / Preview Picture

IDR 2.500.000

6

1971 Plymouth GTX

2

S

Lihat Gambar / Preview Picture

IDR 2.000.000

7

Ford Mustang Dark Horse 2024

2

S

Lihat Gambar / Preview Picture

IDR 2.000.000

8

BMW M2 Performance 2023

2

S

Lihat Gambar / Preview Picture

IDR 1.500.000

9

January 2024

Mercedes Brabus B63S Widerstar

6

A

Lihat Gambar / Preview Picture

IDR 1.000.000

10

2018 Jaguar XE SV Project 8

4

A

Lihat Gambar / Preview Picture

IDR 1.000.000

11

2023 Toyota Tacoma

4

B

Lihat Gambar / Preview Picture

IDR 500.000

12

Harley Davidson E-Bagger

2

M

Lihat Gambar / Preview Picture

IDR 500.000

13

BMW R Nine T

2

M

Lihat Gambar / Preview Picture

IDR 500.000

14

15

16

Mkaren 720S (15/15)

2

S

Lihat Gambar / Preview Picture

SOLD OUT

17

2015 Lexus RCF

2

S

Lihat Gambar / Preview Picture

IDR 2.000.000

18

Nissan Silvia S14

2

S

Lihat Gambar / Preview Picture

IDR 2.000.000

19

Subaru BRZ TS 2020

2

S

Lihat Gambar / Preview Picture

IDR 2.000.000

20

BMW Z4 AC Schnitzer

2

A

Lihat Gambar / Preview Picture

IDR 1.000.000

21

February 2024

1972 Hoogan Chevrolet

2

S

Lihat Gambar / Preview Picture

IDR 2.000.000

22

2014 Volvo XC90

4

A

Lihat Gambar / Preview Picture

IDR 800.000

23

KTM 450 SX-F

2

M

Lihat Gambar / Preview Picture

IDR 500.000

24

Thunder B

2

M

Lihat Gambar / Preview Picture

IDR 500.000

25

26

≡

Syarat & Ketentuan / TOC

[2023] Harga Mobil

[2024] Harga Mobil

Harga Mobil PDM

House MLO

Harga Helicopter

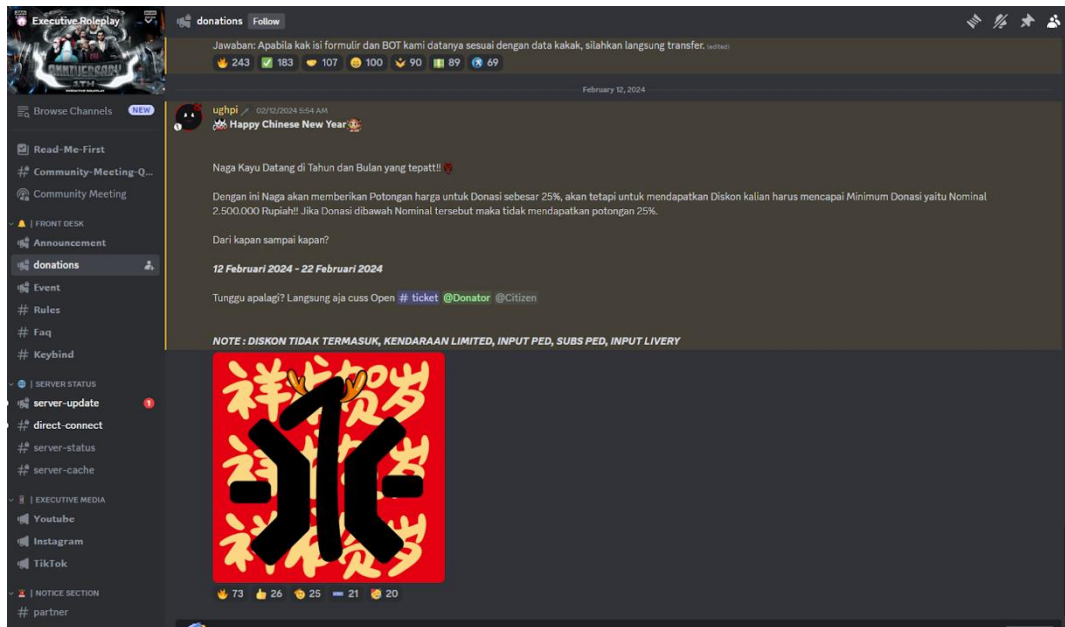
Gambar 1. Daftar Harga *Virtual Item*

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Sehingga menurut hasil wawancara di atas menunjukkan perilaku konsumtif yang dilakukan oleh pemain GTA V “Executive Roleplay” adalah surface sehingga dalam membeli barang tidak memikirkan makna kebutuhan dan fungsi sebuah barang, melainkan hanya membeli barang sesuai

keinginan semata yang dikarenakan barang atau kendaraan tersebut merupakan kendaraan yang limited.

Peran Interaksi Sosial dalam Perilaku Konsumtif Remaja. Analisis peran interaksi sosial dalam membentuk perilaku konsumtif remaja dalam bermain game GTA V "Executive Roleplay"



Gambar 2. Interaksi Sosial Server "Executive Roleplay"

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Dalam konteks game GTA V "Executive Roleplay", perusahaan pengembang dan penyedia layanan memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif remaja. Mereka menggunakan strategi pemasaran yang cerdas untuk mendorong pembelian donasi dan menciptakan lingkungan game yang mempengaruhi persepsi nilai dan kebutuhan remaja sebagaimana informasi yang penulis peroleh dari diskusi grup yang menyatakan bahwa "...dengan mengeluarkan dana 500-1 juta itu hanya bisa diraup sama waktu kurang sebulan. menurut gue ga worth it karena kayak ngontrak dipetakan. misalkan kayak, kenapa ga dibikin 500rb sebulan, atau kalo nambah 1 juta bisa jadi permanen. dan semua orang yang main roleplay adalah orang baru". Perusahaan yang menyediakan fitur-fitur item virtual, sebaiknya terus mengembangkan fitur-fitur tersebut agar para pemain game online merasa nyaman dan puas terhadap permainan yang dimainkannya.

Pengaruh norma sosial dan tekanan kelompok terhadap perilaku konsumtif remaja

Dalam komunitas game, ada tekanan yang mendorong remaja untuk mengikuti tren konsumsi yang ada, seperti memiliki item langka atau membeli fitur donasi tertentu yang dianggap populer atau menguntungkan, sebagaimana yang telah diungkapkan saat proses wawancara yang penulis lakukan yang menyatakan bahwa "Benefit yang saya dapatkan tentunya memudahkan saya untuk menuju ke satu tempat ke tempat lainnya, karena tentunya mobil-mobil yang saya beli itu juga jalannya kencang jadi untuk kebutuhan di dalam in game bisa terbantu". sebagaimana yang penulis peroleh dari hasil wawancara yang menyatakan bahwa "Untuk yang mempengaruhi sih kalau saya lihat dari review youtuber di server ini ya. Jadi kok pas saya liat-liat tuh bagus juga gitu kalau punya, jadi yaudah saya beli saja.". Pemain dapat terpapar dengan pemain lain yang memamerkan keberhasilan atau kepemilikan dalam game, memicu rasa ingin memiliki dan bergaya hidup yang serupa. Tekanan kelompok juga berperan dalam membentuk perilaku konsumtif remaja dalam bermain game.

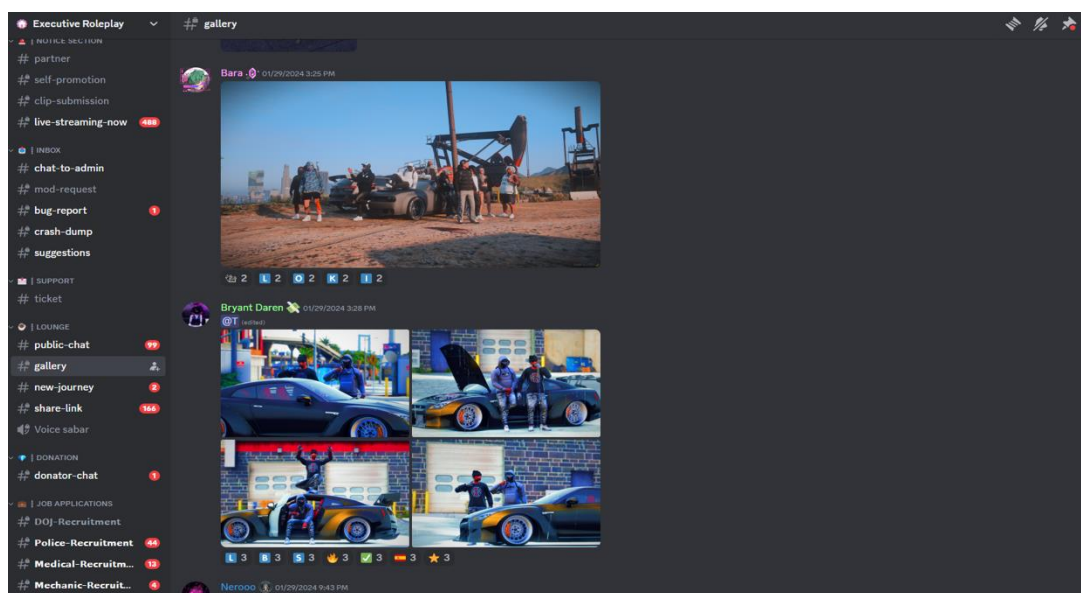
Dampak perilaku konsumtif terhadap kesehatan mental dan emosional remaja

Penulis telah melakukan wawancara dengan seorang yang bekerja sebagai *Donation Staff of Executive Roleplay* yang menjelaskan bahwa remaja cenderung membeli fitur donasi untuk memenuhi keinginan pribadi, mendapatkan sensasi, dan kebahagiaan dalam bermain game, "... saat saya membeli mobil rx7 di dalam server ini. Karena ya memang saya sangat suka dengan kendaraan Mazda RX7 di dunia nyata juga jadi saya tidak memikirkan apa-apa langsung saya beli saat sudah dilaunching di server ini". Seperti hasil wawancara yang telah dilakukan penulis yang menunjukkan bahwa Melalui kepemilikan kendaraan atau item yang diinginkan, mereka dapat menggambarkan diri mereka kepada orang lain dan merasa lebih diakui atau dihargai dalam komunitas game, "Dan juga ya paling buat pamer ke teman-teman". Hal ini dapat berdampak pada kesehatan mental dan emosional, di mana remaja mungkin merasa lebih puas dan bahagia ketika identitas yang mereka bangun diakui atau diapresiasi orang lain.

Penelitian oleh menunjukkan bahwa remaja yang terlibat dalam perilaku konsumtif bermain game cenderung mengalami kecanduan game yang mana akan menghabiskan waktu yang berlebihan untuk bermain game, mengabaikan tanggung jawab sehari-hari, dan mengalami kesulitan mengendalikan penggunaan game. Secara keseluruhan, konsumsi yang berlebihan dalam bermain game dapat mempengaruhi beberapa aspek psikologis remaja, termasuk kecanduan, gangguan kognitif, penurunan kesejahteraan mental, dan gangguan hubungan sosial, dan ketidakstabilan emosional.

Pembahasan

Eksplorasi motif dan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja



Gambar 3. Perilaku Kepuasan Remaja

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Dalam analisis perilaku konsumtif remaja dalam permainan GTA V "Executive Roleplay", kita akan melihat bagaimana teori masyarakat konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard dapat memberikan wawasan yang mendalam terkait fenomena ini. Dalam konteks permainan GTA V "Executive Roleplay", aspek perilaku konsumtif remaja dapat dianalisis dengan menggunakan kerangka teori Baudrillard. Salah satu konsep utama yang relevan adalah "simulasi". Baudrillard berpendapat

bahwa masyarakat modern mengalami "penggantian realitas" di mana representasi dan simulasi menjadi lebih penting daripada realitas itu sendiri.

Dalam permainan video seperti GTA V "Executive Roleplay", pemain memasuki dunia virtual yang menggambarkan simulasi kehidupan nyata, di mana konsumsi menjadi elemen sentral dalam menciptakan pengalaman dan identitas pemain. Dalam permainan ini, remaja dapat mengambil peran sebagai karakter yang terlibat dalam aktivitas konsumtif, seperti membeli properti, kendaraan, dan barang-barang mewah. Konsumsi dalam permainan tersebut bukan hanya berfungsi sebagai sarana untuk mencapai tujuan dalam permainan, tetapi juga memainkan peran sosial dan simbolis yang signifikan dalam membangun citra diri dan status sosial virtual (Baudrillard dalam Jauhari 2017). Para remaja terlibat dalam siklus konsumsi yang terus-menerus, di mana mereka terus memperoleh dan mengonsumsi barang-barang dalam upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan status mereka dalam lingkungan permainan.

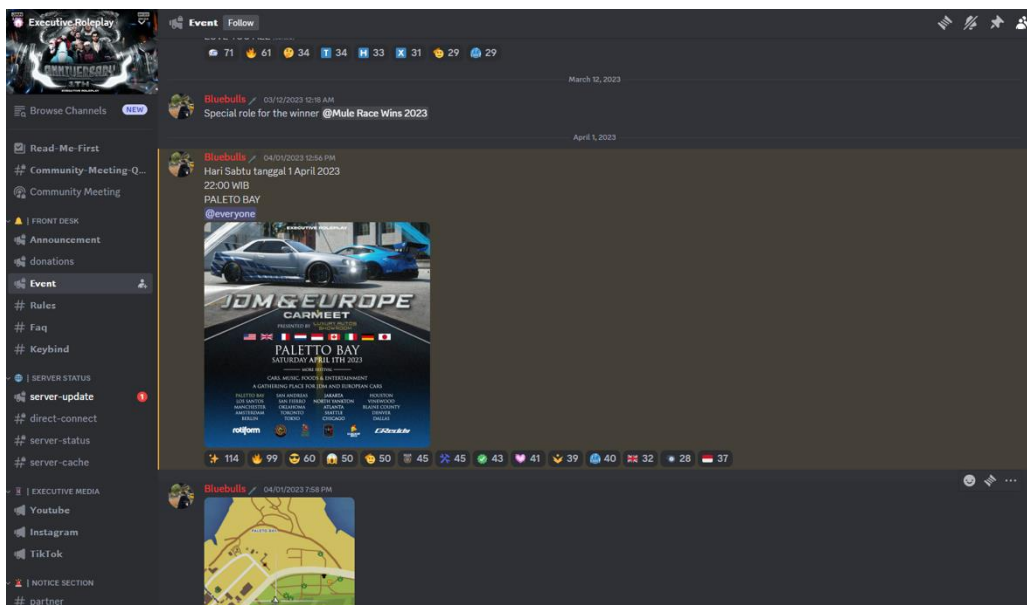
Dalam teori tentang "komodifikasi", Baudrillard berargumen bahwa dalam masyarakat konsumsi, segala sesuatu menjadi komoditas yang diperdagangkan dan dijual (Baudrillard dalam Jauhari, 2017). Dalam GTA V "Executive Roleplay", remaja terlibat dalam proses komodifikasi di mana barang-barang dan kekayaan virtual menjadi objek yang diperdagangkan dan diperoleh melalui perilaku konsumtif. Proses ini mencerminkan logika masyarakat konsumsi yang terus mendorong remaja untuk mengasumsikan peran sebagai konsumen yang aktif dan terus-menerus memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Dalam konteks permainan ini, teori Baudrillard juga dapat membantu menjelaskan fenomena "hiperrealitas". Baudrillard berpendapat bahwa masyarakat modern mengalami kehilangan pemahaman tentang realita karena terperangkap dalam dunia yang terus-menerus diproduksi dan direproduksi melalui media dan simbol.

Dalam permainan ini, dunia virtual yang dibangun menciptakan pengalaman yang terdistorsi dan membingungkan antara realitas dan representasi. Remaja yang terlibat dalam permainan ini mungkin kehilangan pemahaman tentang realitas di luar lingkungan permainan. Mereka terikat dalam hiperrealitas yang diciptakan oleh permainan tersebut, di mana pengalaman virtual menjadi lebih penting dan mendominasi daripada dunia nyata. Mereka terfokus pada menciptakan identitas dan citra diri dalam permainan, terlibat dalam siklus konsumsi yang tanpa henti, tanpa mempertimbangkan implikasi dan konsekuensi dalam kehidupan nyata. Teori Baudrillard juga menyoroti fenomena "penghapusan tanda". Dalam permainan GTA V "Executive Roleplay", konsumsi menjadi fokus utama, sementara nilai-nilai dan tujuan yang lebih bermakna dalam kehidupan nyata mungkin terabaikan. Remaja terlibat dalam konsumsi yang tidak bertujuan, tanpa mempertimbangkan dampaknya pada diri mereka sendiri dan masyarakat secara lebih luas.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja adalah pengaruh budaya konsumerisme yang meluas. Budaya konsumerisme, yang didefinisikan oleh Jean Baudrillard (dalam Jauhari, 2017), menggambarkan masyarakat yang mengutamakan konsumsi barang dan jasa berdasarkan keindahan dan simbolisme, bukan hanya pada kegunaan atau pemenuhan kebutuhan. Eksplorasi motif dalam perilaku konsumtif remaja juga melibatkan keinginan untuk membangun identitas sosial dan status melalui kepemilikan benda-benda materi. Menurut Baudrillard, setiap anggota masyarakat konsumeris memiliki keinginan untuk memiliki perbedaan antara diri mereka sendiri dengan orang lain. Setiap anggota konsumtif sebisa mungkin terus membeli barang dan melakukan update tren yang dianggap akan meningkatkan status sosialnya, tanpa mempertimbangkan nilai guna dari barang atau jasa tersebut dibutuhkan atau tidak (dalam Saumantri, 2022). Dalam penelitian ini, dengan demikian didapatkan kesimpulan konsumen membeli suatu barang untuk meningkatkan status sosial dari nilai atau value yang diberikan dari objek tersebut daripada atas dasar kebutuhannya. Dalam paradigma Postmodernisme, eksplorasi motif dan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja tidak hanya melihat konsumsi sebagai tindakan individu yang bersifat instrumental, tetapi juga sebagai bagian dari proses sosial yang kompleks. Dalam konteks paradigma Post Modernisme, eksplorasi motif dan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja melibatkan pemahaman yang mendalam tentang kompleksitas konstruksi sosial dan realitas yang

diteliti. Paradigma ini menekankan pentingnya mempertanyakan narasi yang telah mapan dan mengungkapkan keberagaman perspektif yang mungkin ada.

Dalam hal perilaku konsumtif remaja, pendekatan post modernisme memungkinkan kita untuk melihat melampaui penilaian moralistik dan stereotip yang seringkali melekat pada perilaku konsumtif remaja. Faktor-faktor psikologis seperti keinginan untuk diterima, pengaruh teman sebaya, dan pengaruh media juga dapat memainkan peran penting dalam perilaku konsumtif remaja sebagaimana yang telah kita peroleh dari diskusi grup yang menyatakan bahwa sebenarnya pembelian fitur dalam game tidak terlalu penting. Remaja seringkali merasa perlu untuk memenuhi harapan sosial dan memperoleh persetujuan dari teman sebaya mereka melalui kepemilikan benda-benda materi yang dianggap populer atau trendi. Media juga berperan penting dalam membentuk persepsi remaja tentang keinginan dan kebutuhan mereka, melalui promosi produk dan gaya hidup yang ditampilkan dalam program televisi, iklan, dan media sosial.



Gambar 4. Car Meet Event
Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Hilangnya Kedalaman dan Makna

Baudrillard, menyatakan pada saat ini dalam konsumsi tidak mengenal lagi depth atau kedalaman. komoditas tidak lagi ditentukan berdasarkan depth atau kedalamannya, melainkan didefinisikan berdasarkan surface atau permukaannya saja yang dilihat berdasarkan simbol atau yang ditandai olehnya. Hilangnya nilai guna atau fungsi suatu komoditas pada konsumerisme adalah hilangnya depth atau kedalaman pada konsumerisme. Sehingga menurut Baudrillard, surface telah menggantikan depth, dimana para konsumen hanya mengkonsumsi barang atau jasa hanya atas dasar citra yang melekat pada objek tersebut (Saumantri, 2019).

Depth yang hilang ditandai dengan hilangnya makna (meaning), Baudrillard menyatakan bahwa sifat konsumerisme dikelilingi dengan berbagai informasi yang menciptakan sebuah makna menjadi hilang (Baudrillard dalam Jauhari, 2017). Seluruh informasi yang diterima oleh konsumen berdasarkan dari produsen pesan atau iklan maupun publikasi lain, sehingga pengetahuan yang dipahami oleh konsumen hanya ciptaan para team pembuat iklan dan kelompok yang menyimpan informasi. Sehingga pengetahuan dan budaya yang tercipta tidak diketahui secara jelas sumbernya dan tidak jelas kebenarannya. Pengetahuan dan budaya menjadi suatu komoditas yang menciptakan konsumsi (Lestarina et al, 2017).

Peran Interaksi Sosial dalam Perilaku Konsumtif Remaja. Analisis peran interaksi sosial dalam membentuk perilaku konsumtif remaja dalam bermain game GTA V "Executive Roleplay"

Dalam konteks permainan GTA V "Executive Roleplay", interaksi sosial memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif remaja. Game ini menawarkan pengalaman bermain yang berfokus pada peran sosial dan interaksi dengan pemain lain. Remaja dapat berinteraksi dengan sesama pemain dalam komunitas game, membentuk persahabatan, dan bahkan membangun identitas virtual mereka. Pada tingkat interpersonal, interaksi sosial dalam game dapat mempengaruhi perilaku konsumtif remaja. Konteks permainan yang menekankan pencapaian, kekayaan, dan status dalam lingkungan virtual dapat memicu motivasi untuk membeli fitur donasi atau item dalam game. Firdaus, Pebrianti, & Andriyani (2018) menyatakan perilaku konsumtif dapat terjadi karena keinginan untuk selalu update *trend* terbaru, tidak merasa puas dengan yang dimilikinya, serta selalu mengikuti tren teman-teman sekitar.

Faktor lain yang melatar belakangi seorang individu membeli aksesoris pada game online adalah faktor keinginan pribadi yang merupakan kesenangan, kepuasan, dan rasa penasaran. Faktor interaksi sosial seperti pamer, bangga, dan pengakuan sosial (Badaliansyah, Wardana & Anwar, 2022). Pendekatan cultural studies juga mempertimbangkan dimensi politik dalam analisisnya. Dalam konteks game GTA V "Executive Roleplay", perusahaan pengembang dan penyedia layanan memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif remaja. Mereka menggunakan strategi pemasaran yang cerdas untuk mendorong pembelian donasi dan menciptakan lingkungan game yang mempengaruhi persepsi nilai dan kebutuhan remaja. Hal ini akan menciptakan dampak positif kepada para penyedia item virtual (Ridha & Daga, 2020). Pendekatan cultural studies menekankan pentingnya melihat fenomena budaya dalam konteks sosial, ekonomi, dan politik yang lebih luas, serta bagaimana interaksi sosial mempengaruhi cara individu memahami dan berpartisipasi dalam budaya populer.

Pengaruh norma sosial dan tekanan kelompok terhadap perilaku konsumtif remaja

Dalam komunitas game, ada tekanan yang mendorong remaja untuk mengikuti tren konsumsi yang ada, seperti memiliki item langka atau membeli fitur donasi tertentu yang dianggap populer atau menguntungkan (Firdaus, Pebrianti, & Andriyani, 2018).

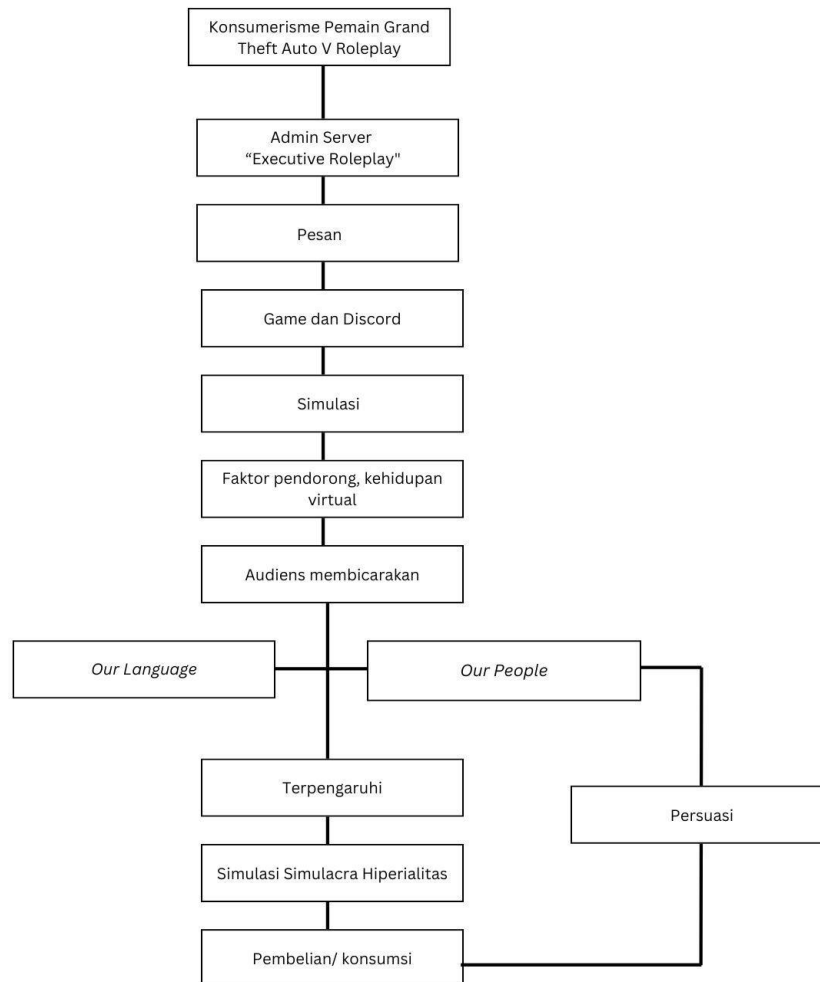
Pendekatan cultural studies menyoroti bahwa norma sosial dan tekanan kelompok tidak hanya berasal dari dalam komunitas game itu sendiri, tetapi juga terkait dengan faktor budaya dan politik yang lebih luas. Pemain dapat terpapar dengan pemain lain yang memamerkan keberhasilan atau kepemilikan dalam game, memicu rasa ingin memiliki dan bergaya hidup yang serupa. Norma sosial dan tekanan kelompok dapat diperkuat melalui komunikasi online, unggahan media sosial, dan interaksi dengan komunitas game yang lebih luas.

Dampak perilaku konsumtif terhadap kesehatan mental dan emosional remaja

Perilaku konsumtif yang berlebihan dapat memiliki konsekuensi negatif yang signifikan bagi kesehatan mental dan emosional remaja. Perilaku konsumtif mencerminkan hal yang tidak rasional dan bersifat kompulsif yang berdampak pada faktor ekonomi, dimana terjadinya pemborosan dan pengeluaran yang tidak efisien. tidak hanya itu, perilaku konsumtif juga berdampak pada faktor psikologis yang menciptakan sifat cemas, rasa tidak aman, merasa selalu kurang, sombong, dan terjadi kesenjangan sosial antara teman sekelompoknya ketika seorang individu selalu update pada tren (Kurniawan, 2017). Motivasi ini dapat menunjukkan adanya kebutuhan emosional yang ingin dipenuhi melalui konsumsi dalam game. Penulis berpendapat bahwa hal ini perlu diperhatikan karena terlalu fokus pada pemenuhan kebutuhan dan kebahagiaan instan melalui konsumsi dalam game dapat mengabaikan pengalaman dan eksplorasi dunia nyata yang penting dalam pembentukan identitas remaja. Selain itu, kepuasan yang diperoleh dari konsumsi dalam game bersifat sementara dan dapat memicu siklus perilaku konsumtif pembelian donasi.

Remaja mungkin merasa terdorong untuk membeli donasi agar bisa berpartisipasi lebih aktif dan mendapatkan perhatian atau pengakuan dari teman sebaya atau komunitas game. Hal ini dapat

mempengaruhi kesehatan mental dan emosional, terutama jika remaja merasa tertekan atau tidak puas ketika tidak dapat memenuhi ekspektasi sosial dalam hal pembelian donasi. Perilaku konsumtif yang berlebihan juga dapat mengganggu perkembangan identitas remaja. Fokus yang berlebihan pada materi dan konsumsi dapat menghalangi proses eksplorasi diri yang sehat dan pembentukan identitas yang kuat. Remaja mungkin mengalami kesulitan dalam menentukan nilai-nilai dan tujuan hidup yang autentik, karena lebih terpaku pada citra diri yang terbentuk melalui kepemilikan barang-barang.



Gambar 5. Siklus Perilaku Konsumerisme
Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Melalui kerangka di atas menggambarkan perilaku konsumerisme para pemain game online Grand Theft Auto V Roleplay menciptakan hal yang viral, dengan dukungan komunikasi dari admin melalui media sosial Discord serta pada game itu sendiri, sehingga terjadi suatu simulasi pada game tersebut maka terjadilah kehidupan virtual. Didalam kehidupan virtual ini audiens atau para pemain game Grand Theft Auto V Executive Roleplay menangkap dan membicarakan segala aktivitas yang ada di dalam permainan tersebut hal ini disebut sebagai "Our People" yang kemudian terjadi bahasa khusus yang digunakan dalam kelompok tersebut disebut sebagai "Our Language" seperti MLO (Map Loadouts). Our Language yang muncul dalam permainan ini menimbulkan ada komunikasi antar pemain ketika pemain satu memiliki beberapa barang virtual yang menarik, memungkinkan pemain lainnya untuk juga tertarik pada item yang dimiliki. Sehingga dalam siklus ini terjadilah komunikasi

persuasi antar pemain hingga terjadi pembelian barang. Siklus tersebut akan terus berulang dan terjadi sehingga terbentuklah kultur konsumerisme pada pemain Grand Theft Auto V "Executive Roleplay".

SIMPULAN

Interaksi sosial dalam bermain game GTA V "Executive Roleplay" memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif remaja. Interaksi sosial di dalam game, baik dengan pemain lain maupun dengan kebijakan perusahaan pengembang, dapat mempengaruhi motivasi konsumsi dan persepsi nilai konsumtif. Partisipasi dalam game dan pembelian donasi seringkali terkait dengan kepuasan pribadi, sensasi, dan kebahagiaan. Remaja merasakan kepuasan dan sensasi saat memainkan game dan memiliki kendaraan atau item yang diinginkan. Identitas remaja yang terbentuk melalui partisipasi dalam game juga dapat mencerminkan kebahagiaan dan kepuasan yang diperoleh dari aktivitas tersebut. Pendekatan cultural studies membantu melihat fenomena ini dalam konteks budaya, sosial, dan politik yang lebih luas, memberikan pemahaman yang lebih komprehensif. Norma sosial yang mengatur perilaku konsumtif dalam bermain game mendorong remaja untuk membeli fitur donasi atau item dalam game guna memenuhi harapan komunitas atau meningkatkan status sosial mereka. Tekanan kelompok timbul melalui interaksi dengan pemain lain dan paparan kepada tren konsumsi yang populer di dalam komunitas game. Mereka menghabiskan waktu yang berlebihan di dunia virtual, mengisolasi diri dari interaksi sosial yang sehat, dan kesulitan dalam membentuk hubungan interpersonal yang positif di dunia nyata. Setelah melakukan penelitian mengenai perilaku konsumtif remaja pada game gta v "executive roleplay", dari penelitian ini diharapkan kepada para pemuda mampu lebih bijak lagi dalam menentukan pilihannya, lebih memiliki pemikiran yang rasional, dan tidak terlalu menghabiskan waktu yang berlebihan di dunia virtual atau mengisolasi diri dari interaksi sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyatma, B., & Zamzamy, A. (2023). Konstruksi identitas virtual pada pemain Grand Theft Auto san Andreas pada komunitas roleplay Lunarpride 1. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(8), 4076-4083. <http://dx.doi.org/10.31604/jips.v10i8.2023.4076-4083>
- Ahmad, Wardana, M. S., & Anwar, M. K. (2022). Analisis perilaku konsumen pada virtual item pada pemain game online. 3(01), 52–58. <http://dx.doi.org/10.58791/ekobis.v3i01.415>
- Alwi., Nirzalin., & Bakti, I. (2019). Konsumerisme dalam perspektif Jean Baudrillard. *Jurnal Sosiologi USK Media Pemikiran & Aplikasi*, 13(2), 146-165. <https://doi.org/10.24815/jsu.v13i2.15925>
- Anggraini, R.T., & Santhoso, F.H. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131-140. [10.22146/gamajop.44104](http://dx.doi.org/10.22146/gamajop.44104)
- Arioka, N. (2018). Journal studi kultural. *Jurnal Studi Kultural*, 3(1), 1-54. ISSN: 2477- 3492
- Aqila, F.M, Riyandanie, O.G, Fauziah, R.N, & Giri, R.S. (2017). Pengalaman remaja berusia di bawah 18 tahun dalam bermain grand theft auto game. *Jurnal Psikologi Undip*, 16(1), 54-63. <https://doi.org/10.14710/jpu.16.1.54-63>
- Badaliansyah, A., Wardana, M.S., & Anwar, M.K. (2022). Analisis perilaku konsumen pada virtual item pemain game online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 52-58. <http://dx.doi.org/10.58791/ekobis.v3i01.415>
- Denzin, N.K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications, inc.
- Choi, C., Hums, M. A., & Bum, C. H. (2018). Impact of the family environment on juvenile mental health: eSports online game addiction and delinquency. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(12), 1-12. <https://doi.org/10.3390/ijerph15122850>
- Creswell, J.W. (2018). *Qualitative inquiry & research design. Choosing among five approaches*, Sage Publications, Inc.
- Erdiansyah, R., & Fransisca, C. (2020). Media sosial dan perilaku konsumtif. *Jurnal Prologia*, 4(2), 435-

439. doi:<https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>
- Fauzi, I. S. N. ., & Sulistyowati, A. (2022). Literasi keuangan dan perilaku keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada player call of duty: mobile. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(2), 129–142. <https://doi.org/10.31599/jki.v22i2.730>
- Firdaus, Y., Pebrianti, Y., & Andriyani, T. (2018). Pengaruh kecanduan game online terhadap perilaku konsumtif siswa pengguna game online. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi Politeknik Negeri Sriwijaya*, 2(2), 169-180. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3840736>
- Firdaus, Y., Pebrianti, Y., & Andriyani, T. (2019). Pengaruh kecanduan game online terhadap perilaku konsumtif siswa pengguna game online. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 2(2), 169-180. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3840736>
- Hannerz, E., & Tutenges, S. (2021). Negative chain referral sampling: doing justice to. *Journal of Youth Studies*. doi:10.1080/13676261.2021.1948979
- 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>
- Hayer, T., Kalke, J., Meyer, G., & Brosowski, T. (2018). Do simulated gambling activities predict gambling with real money during adolescence? Empirical findings from a longitudinal study. *Journal of Gambling Studies*, 34(3). <https://doi.org/10.1007/s10899-018-9755-1>
- Hodkinson, Paul (2015). Youth cultures and the rest of life: subcultures, post-subcultures and beyond. *Journal of Youth Studies*, 19(5), 1–17. doi:10.1080/13676261.2015.1098778
- Ilham, I. (2018). Paradigma Postmodernisme; Solusi untuk kehidupan sosial. *Jurnal Sosiologi USK*, 12(1), 1-23. <https://jurnal.usk.ac.id/JSU/article/view/11693>
- Istiyani, I., Purwanto, E., & Hendrati, I. M. (2023). Pemberdayaan komunitas dengan optimalisasi game mobile legends bang bang melalui pembelian skin atau virtual item. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 4(2), 585-599. <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i2.3107>
- Jauhari, M. (2017). Media Sosial: Hiperialitas dan simulacra perkembangan masyarakat zaman now dalam pemikiran Jean Baudrillard. *Al'Adalah LP2M IAIN Jember*, 20 (1), 117-136. <http://digilib.uinkhas.ac.id/2311/>
- Jiwandono, H.P. (2015). Analisis resepsi pemain terhadap serial video game grand theft auto. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(1), 206-223. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.36730>
- Kemp, S. (2023). Digital 2023: Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny., & Harlina, D. (2017). Perilaku konsumtif kalangan remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*, 2(2), 1-6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Mandira, I.M., & Suputra, I.D. (2023). Analisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian item virtual pada game online valorant. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 14(1), 74- 82. <https://doi.org/10.35724/jies.v14i1.5090c>
- Mishra, A., & Maity, M. (2021). Influence of parents, peers, and media on adolescents' consumer knowledge, attitudes, and purchase behavior: A meta-analysis. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(6), 1675–1689. <https://doi.org/10.1002/cb.1946>
- Nguyen, P., & Nguyen, L. (2021). A study on game consumer behavior. *Management Science Letters*, 11(9), 2323–2330. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2021.6.002>
- Pamungkas, M.Z., Firmialy, S. D. (2023). Assessing the effect of financial literacy on consumptive behavior (comparative study based on gender). *Journal Asia-Pacific Management and Business Application*, 11(3), 379-392. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2023.011.03.9>
- Pavlik, J. v, & McIntosh, S. (2018). *Converging Media: A New Introduction to Mass Communication*. In Oxford University Press. www.oup.com/us/pavlik
- Rachman, M. A., & Ghozali, M. L. (2023). Studi fenomenologi: perilaku konsumtif game online pada remaja di kelurahan siwalankerto kota surabaya perspektif masalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 1698–1704. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/7912>

- Rahmaji, F., Larassari, I., Widodo, I., & Nisrina D. (2020). Dampak konsumerisme budaya Korea (KPOP) di kalangan mahasiswa fakultas ilmu sosial Universitas Negeri Malang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 78-88. <https://journals.ums.ac.id/index.php/humaniora/article/view/8085>
- Ridha, A., & Daga, R. (2020). Analisis motif konsumen dalam membeli produk virtual pada game online di kota Makassar. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 3(2), 52-63. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v3i2.28>
- Rosaliza, M. (2015). Wawancara, Sebuah interaksi komunikasi dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmu Budaya*, Vol 11, No 2. <https://doi.org/10.31849/jib.v11i2.1099>
- Setyawan, S., Fauzi, M., & Wikan, M. (2022). Analisis kepuasan konsumen dalam pembelian item virtual melalui discord. *Journal Economic Insight*, 1(1), 71-85. <https://jei.uniss.ac.id/index.php/v1n1/article/view/22>
- West, Richard, Lynn H. Turner. (2017). Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Edisi 5. Jakarta: Salemba Humanika.
- Yulius, R. (2017). Analisis perilaku pengguna dalam pembelian item virtual pada game online. *Journal of Animation and Games Studies*. 3(1), 1-13. <https://doi.org/10.24821/jags.v3i1.1582>
- Zhang, Y., & Huang, W. (2019). The research on consumer behavior of online games and its influencing factors. *MATEC Web of Conferences*, 267, 04010. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201926704010>