

**Perilaku Konsumtif Komunitas Ch_Magelang Game MOBILE
LEGENDS BANG-BANG**



Skripsi

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Oleh

Muhammad Iqbal Nur Hakim

21321123

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**Perilaku Konsumtif Komunitas Ch_Magelang Game Mobile Legends
Bang-Bang**



Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diajukan dan dipertahankan
di hadapan tim penguji skripsi

Tanggal: 22 Agustus 2025
الجمعة الاستاذة الباندا

Dosen Pembimbing Skripsi

Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A.

NIDN 0514078702

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Perilaku Konsumtif Komunitas Ch_Magelang Game Mobile Legends Bang-Bang

Disusun oleh:
Muhammad Iqbal Nur Hakim
21321123

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam
Indonesia

Tanggal: 29 Agustus 2025

Dosen Penguji:

Ketua : Sumekar Tanjung S.Sos., M.A.
(0514078702)

Anggota : Ratna Permata Sari, S.I.Kom, M.A.
(0509118601)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Dr. Zaki Habib, S. IP., M.Comms

NIDN 0517078101

Pernyataan Akademik

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Iqbal Nur Hakim

Nomor Mahasiswa: 21321123

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia

Dengan ini menyatakan hal – hal sebagai berikut:

1. Selama proses penyusunan skripsi ini, saya tidak melakukan pelanggaran akademik dalam bentuk apa pun, termasuk pada plagiarisme, penggunaan jasa penulisan karya ilmiah oleh pihak lain, atau bentuk pelanggaran lainnya yang bertentangan dengan prinsip dan etika akademik yang dijunjung tinggi oleh Universitas Islam Indonesia.
2. Oleh karena itu, skripsi ini sepenuhnya merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri sebagai penulis, dan bukan merupakan hasil plagiarisme atau karya milik pihak lain.
3. Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya memanfaatkan teknologi Generative Artificial Intelligence secara bertanggung jawab dan terbatas pada aspek-aspek berikut:
 - a) ChatGPT milik OpenAI dimanfaatkan dalam tahap perancangan awal skripsi, khususnya untuk membentuk susunan bab dan subbab yang relevan dengan tema penelitian.
 - b) Perplexity dimanfaatkan untuk melakukan pengecekan dan penyempurnaan terhadap tata bahasa serta ejaan pada sejumlah bagian naskah, agar sesuai dengan aturan Bahasa Indonesia yang baku. Dan juga sebagai referensi untuk menambahkan jurnal
4. Apabila di kemudian hari, setelah saya dinyatakan lulus dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya, Universitas Islam Indonesia,

ditemukan bukti yang meyakinkan bahwa skripsi ini bukan merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri, melainkan merupakan hasil plagiarisme atau karya milik pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku di lingkungan Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dari pihak mana pun, untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 13 Agustus 2024

Yang menyatakan,



M. Iqbal Nur Hakim

NIM 21321123

Halaman Motto

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus dari rahmat Allah melainkan orang yang kufur.”

(Q.S. Yusuf: 87)

PERSEMBAHAN

Tidak ada lembar yang paling elok nan indah didalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Skripsi ini saya persembahkan sebagai bentuk tanda bukti kepada Allah SWT, orang tua saya yang tercinta, sahabat, dan juga teman-teman saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan penelitian ini.

Kata Pengantar

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakaatuh

Segala puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perilaku Konsumtif Komunitas Ch_Magelang Game Mobile Legends Bang-Bang” dengan lancar. Tugas akhir ini penulis susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Pada tahap kata pengantar ini penulis ingin mengungkapkan rasa bersyukur kepada Allah SWT karena telah memberi jalan serta membantu penulis dalam pengerjaannya. Waktu yang terasa singkat berawal dari pendaftaran perkuliahan hingga saat ini penulis sampaikan sebagai bentuk terimakasih karena telah diberikan waktu oleh Allah SWT sehingga dapat menimba ilmu di tempat ini.

Dalam proses penyusunan skripsi ini tentu saja bukan sebuah perjalanan yang mudah. Tantangan serta rintangan penulis hadapi selama penelitian dan penulisan. Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dari skripsi yang membuat penulis akan menerima kritik serta saran guna menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik. Berkat bimbingan dari segenap orang yang telah membantu dalam membimbing, memotivasi, dan menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada piha-pihak berikut:

1. Zat yang Maha Pengasih lagi maha Penyayang Allah SWT, karena atas izin-Nya saya diberikan kekuatan, kesehatan, serta kelancaran dalam mengerjakan skripsi ini
2. Anggota komunitas Ch_Magelang Taufiqurrahman, Naufan, Raden, Gunung, Jojo

3. Ibu Sumekar Tanjung S.Sos., M.A., selaku dosen pembimbing yang saya hormati, yang selalu memberikan arahan mengenai skripsi ini agar mendapatkan hasil yang baik. Saya ucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada ibu atas segala ilmu yang telah diberikan.
4. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan dari awal perkuliahan, Reza, Apon, Jihan, Vivi, Kirana, Hunafa, Nur Bagus, yang telah berbagi tawa, suka, canda, bahkan duka kita lalui bersama selama perkuliahan ini. Aku harap kisah perkuliahan kita ini tidak mudah untuk kalian lupakan untuk selamanya.
5. Terimakasih kepada teman-teman Samarinda Andi Astri, Alifah, Tika, Sayyidah, Della, Rara, Agit, Asta, Dery yang juga telah menemani kehidupan saya baik ketika skripsi maupun diluar skripsi
6. Dan untuk seluruh teman-teman FPSB yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Saya ucapkan terimakasih untuk semua yang telah kebersamai saya dari awal perkuliahan hingga sekarang, Doa baik saya menyertai kalian semua.
7. Yang terakhir untuk saya pribadi, Semuanya tidak berjalan dengan mulus termasuk dalam pengerjaan skripsi ini, tapi kamu berhasil untuk melewati semua ini. *Alhamdulillah.*

Penulis menyadari laporan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari pembaca sebagai bentuk koreksi penulis guna memperbaiki laporan tugas akhir. Semoga laporan tugas akhir ini bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 13 Agustus 2025



Muhammad Iqbal Nur Hakim

DAFTAR ISI

Perilaku Konsumtif Komunitas Ch_Magelang Game MOBILE LEGENDS BANG-BANG	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
Pernyataan Akademik.....	iv
Halaman Motto.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
Kata Pengantar.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis.....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	6
1. Penelitian Terdahulu.....	7
2. Latar Belakang Teori	9
F. Metode Penelitian	16
1. Jenis Penelitian	16
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	16
3. Subjek Penelitian	16
4. Teknik Pengumpulan Data.....	17
5. Tahap Penelitian	17
BAB II	18
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	18
A. Komunitas Ch_Magelang.....	18

B. Mobile Legends Bang Bang	20
C. Profil Narasumber	31
BAB III.....	32
TEMUAN PENELITIAN.....	32
A. Temuan Penelitian	32
1. Ketertarikan Bermain Mobile Legends Bang-Bang	32
2. Perilaku Konsumtif.....	34
3. Fitur Penampilan Untuk Hero	50
BAB IV.....	53
PEMBAHASAN.....	53
1. Perilaku Konsumtif.....	53
1. Latar Belakang Membeli Skin.....	56
2. Ketertarikan Bermain MLBB	57
BAB V	59
PENUTUP	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Keterbatasan Penelitian	60
C. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Tampilan didalam game MLBB. Sumber: www.pinterest.com	3
Gambar 1. 2. Postingan Turnamen ch_Magelang. sumber: Instagram @ch-magelang.....	4
Gambar 2. 1. Logo Ch_Magelang. Sumber: Instagram: ch_magelang.....	18
Gambar 2. 2. Logo ch Malaysia, Filipina dan Singapur. Sumber: Facebook	19
Gambar 2. 3. Gathering gamer Magelang yang dihadiri perwakilan dari Magelang E-Sport Association. Sumber: Instagram @ch_magelang	19
Gambar 2. 4. Logo Mobile Legends Bang Bang. Sumber: www.pinterest.com.....	20
Gambar 2. 5. Jumlah Pengunduh Mobile Legends Bang Bang di PlayStore. Sumber: Mobile Legends Bang Bang – Aplikasi di Google Play Games Beta.	21
Gambar 2. 6. Most Favorite Game of the Year dan Most Favorite Tournamen of the Year “Gaming Awards 2019”. Sumber: Instagram@exgcon.	22
Gambar 2. 7. Tampilan Profil. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.....	22
Gambar 2. 8. Fitur Shop. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.....	23
Gambar 2. 9. Fitur Event. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.....	24
Gambar 2. 10. Starlight Bulan Oktober. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang. .	25
Gambar 2. 11. Tampilan Inventory. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.....	25
Gambar 2. 12. Tampilan settings. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.	26
Gambar 2. 13. Tampilan Hero. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.....	26
Gambar 2. 14. Preparation “battle setup”. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.	27
Gambar 2. 15. Misi Harian. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.	28
Gambar 2. 16. Mode Classic. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.....	28
Gambar 2. 17. Mode Rank. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.....	29
Gambar 2. 18. Mode Brawl. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.....	29
Gambar 2. 19. Mode VS A.I. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.	30
Gambar 2. 20. Mode Arcade. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.	31
Gambar 3. 1. Skin Kolektor Sultan. Sumber: Koleksi skin Taufiqurrahman.....	35
Gambar 3. 2. Tampilan Kolektor Skin Ling. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.	36
Gambar 3. 3. Kumpulan Skin di MLBB. Sumber: Koleksi skin Naufan.	38
Gambar 3. 4. Donkey Mereview Skin Chou “Saint Seiya”. Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=1NVRVijCzu4.	39

Gambar 3. 5. Skin Xavier ”Satoru Gojo”. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.
..... 48

Gambar 3. 6. Visual Skin Legends Hero Johnson. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang. 49

Gambar 3. 7. Tampilan Skin Kolaborasi MLBB dan Naruto. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang. 52

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Daftar narasumber	31
--	----

ABSTRAK

Hakim, M.I.N 21321123 2025 Perilaku Konsumtif Komunitas Ch_Magelang Game Mobile Legends Bang-Bang. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.

Perkembangan teknologi digital yang pesat turut mendorong meningkatnya popularitas game online, salah satunya Mobile Legends Bang-Bang (MLBB). Game ini tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga membentuk pola konsumsi yang berpotensi bersifat konsumtif bagi para pemainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumtif dalam komunitas Ch_Magelang, yaitu komunitas pemain MLBB di kota Magelang, dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi dari anggota komunitas yang aktif bermain dan melakukan pembelian item dalam game, khususnya skin karakter. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan pembelian item virtual yang tidak selalu didasari oleh kebutuhan fungsional permainan, melainkan didorong oleh rasa ingin tampil menarik, kepuasan emosional, serta pengaruh dari konten kreator/influencer MLBB.

Kata Kunci: Perilaku konsumtif, game online, mobile legends, komunitas

ABSTRACT

Hakim, M.I.N. 21321123. 2025 Consumer Behavior of the Ch_Magelang Community in the Mobile Legends: Bang-Bang Game. Communication Studies Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, Universitas Islam Indonesia.

The rapid development of digital technology has contributed to the increasing popularity of online games, one of which is Mobile Legends: Bang-Bang (MLBB). This game not only serves as a form of entertainment but also shapes consumption patterns that may lead to consumerist behavior among its players. This study aims to analyze consumer behavior within the Ch_Magelang community, a group of MLBB players based in Magelang, using a qualitative descriptive approach. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation of active community members who frequently make in-game purchases, particularly character skins. The findings reveal that consumerist behavior is characterized by the purchase of virtual items not based on gameplay necessities but driven by the desire to appear attractive, emotional satisfaction, and the impact of MLBB content creators or influencers.

Keywords: Consumer behavior, online games, mobile legends, community

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Game online adalah sebuah permainan yang dijalankan dengan menggunakan koneksi internet, menurut pedoman ejaan bahasa Indonesia (PUEBI) bahwa *game online* terdiri dari dua kata yaitu *game* dan juga *online*. *Game* sendiri merupakan seperangkat sistem yang biasa digunakan untuk bermain sedangkan dengan *online* adalah sistem yang terhubung dengan internet Darihastining et al., (2019). Pada hakikatnya *game online* adalah permainan yang dimana para pemain harus difokuskan pada *game online* tersebut dan semua yang berada di kehidupan nyata akan terlupakan, membuat para pemain *game online* bakal kehilangan rasa sensitivitas terhadap waktu. *Game online* adalah sarana bermain yang membutuhkan biaya untuk mengaksesnya. (Nigam, 2022). Individu yang ingin bermain *game online* perlu untuk membayar sejumlah biaya, biaya untuk mengakses internet maupun biaya untuk membeli sebuah uang virtual sebagai alat untuk pembayaran dalam *game* tersebut. (Ismi & Akmal, 2020)

Game online (selanjutnya peneliti memakai kata GO sebagai kata ganti dari *game online*) juga menawarkan fasilitas yang berbeda dibandingkan dengan *video game* biasa, pada *game online* para pemain bisa berinteraksi dan saling berkomunikasi satu sama lain melalui pesan dari teks dan juga pesan suara, *game online* dikemas dengan *audiovisual* yang menarik dan juga memiliki kepuasan tersendiri apabila dapat mengalahkan pemain lain. Pada saat ini, *game online* tidak hanya dimainkan pada satu tempat saja seperti dahulu yang hanya bisa main di rental ataupun di warnet. Seiring pesatnya perkembangan teknologi *game online* dapat dinikmati melalui *smartphone*, dengan hal ini, individu dapat bermain dimana saja, kapan saja, dan durasi atau waktu lama bermain yang diinginkan.

Di abad ke-21 ini, *game* dalam hal ini sudah menjadi salah satu budaya dan juga kegiatan sehari-hari bagi masyarakat, budaya bermain *game* menjadi gaya hidup yang banyak disenangi oleh masyarakat sekarang baik itu di daerah pedesaan maupun perkotaan. Hal ini dibuktikan dengan laporan dari *We Are Social*, Indonesia sendiri menjadi negara dengan pemain *video game* terbanyak ketiga di dunia. Menurut laporan tercatat ada 94,5% pengguna internet yang berusia dari 16-24 tahun di Indonesia yang memainkan *video game* per Januari 2022 (databoks.katadata, 2022). Internet sendiri yang memfasilitasi dan memungkinkan kita bermain pada jalur protokol yang digunakan internet, walaupun *game online* tidak selalu berarti *game* yang dapat dimainkan secara *multiplayer*, tetapi kebanyakan

game online dengan skala yang besar mendukung permainan multiplayer yang menjadikan salah satu faktor game online sangat populer.

Banyak sekali game-game yang bisa dimainkan secara multiplayer maupun tidak, seperti, *Valorant, Free Fire, Lethal Company, Fifa, Gta V* dan *Mobile Legends Bang Bang*. MLBB adalah sebuah game yang dapat dimainkan secara online. MLBB dirilis dan juga dikembangkan oleh developer bernama Moonton yang berasal dari China dan dirilis pada tahun 2016 yang bisa dimainkan melalui platform mobile maupun iOS. MLBB dapat dimainkan oleh 10 orang pemain yang dibagi menjadi tim kawan dan juga tim lawan dengan jumlah yang sama yaitu 5 melawan 5. Didalam arena permainan, rata-rata lama permainan dalam satu game yakni sekitar 25-20 menit, dan juga setiap pemain untuk bisa memilih satu dari puluhan hero MLBB yang sudah tersedia (Kumparan, 2021).

MLBB juga memberikan beberapa mode didalam game nya untuk para pemain bisa memainkannya yaitu ada mode *Classic, Ranked, Brawl, VS A.I*, dan juga mode *Latihan*. Dengan tampilan gameplay yang menarik dan sangat mudah untuk dimengerti menjadi daya tarik tersendiri bagi pemain game online dan hal itu pula yang membuat MLBB ini berbeda dengan game MOBA lainnya. Mobile Legends Bang Bang ini bukan hanya untuk hiburan saja, namun banyak sekali perlombaan yang diselenggarakan mulai dari tingkat Nasional maupun Internasional. Contohnya untuk perlombaan Nasional sendiri MLBB mempunyai liga tersendiri yaitu Mobile Legends Professional League (MPL), Mobile Legends Development League (MDL), Piala Presiden dan lain-lain. Lalu untuk perlombaan Internasional ada Mid-Season Cup (MSC) dan juga Mobile Legends World Championship. Kesuksesan game MLBB ini meraih banyak sekali keuntungan dari tahun 2016-2019, berdasarkan laporan Sensor Tower pendapatan dari MLBB sejak tahun 2016 sampai dengan 2019 mencapai pendapatan kotor US\$500 juta atau setara dengan RP6 triliun. Dan pendapatan dari industry permainan ini juga terus meningkat setiap tahunnya (Chapple, 2020).



Gambar 1. 1. Tampilan didalam game MLBB. Sumber: www.pinterest.com

GO bisa berdampak baik jika dimanfaatkan untuk kesenangan sementara, yang dimana untuk menghilangkan rasa letih dan juga stres bisa dikurangi dengan bermain sebuah game. Lalu dampak buruk dari bermain game yaitu kecanduan akan sebuah game hingga lupa waktu, memiliki rasa malas dan kurang komunikasi sesama orang lain dan juga rela mengeluarkan uang dalam jumlah berapapun untuk membeli item-item di dalam game tersebut.

Dalam hal ini secara tidak langsung orang-orang sudah melakukan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan sebuah tindakan membeli barang yang kurang diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan, selain itu pula adanya pengaruh dari kelompok lain yang menjadi peran dalam perilaku konsumtif (Durandt, 2021). (Pulungan & Febriyanti, 2018) perilaku konsumtif merupakan sebuah tindakan yang dilakukan oleh individu juga sebagai konsumen barang ataupun jasa secara berlebihan, tidak rasional, menimbulkan pemborosan dan juga hanya untuk mengutamakan keinginan maupun kesenangan pribadi saja yang dalam hal ini tidak mempertimbangkan aspek dari kebutuhan atau juga manfaat dari barang maupun jasa tersebut, bahkan hanya sebatas untuk mendapatkan pengakuan sosial atau juga kepuasan pribadi. Sebuah keinginan untuk membeli suatu barang secara berlebihan bisa jadi disebabkan oleh orang-orang yang mementingkan ego dan gengsinya saja, sehingga seseorang akan selalu mengikuti gaya terkini dan juga akan selalu berusaha untuk bisa mengikuti gaya tersebut tanpa memikirkan keadaan ekonomis yang akan dikeluarkan.

Pada dasarnya, hasrat ingin membeli sebuah produk yang lebih banyak ditunjukkan untuk memberikan rasa kebahagiaan yang lebih dari yang sudah didapatkan. Tindakan untuk

membeli dan juga mengkonsumsi yang menjadi tujuan utama dari seseorang karena tujuannya pada saat membeli itu sendiri, tanpa memikirkan manfaat dari barang yang telah dibeli atau hanya untuk kesenangan saja saat membeli dan mengkonsumsi produk-produk tersebut. Perilaku konsumtif dapat juga diartikan sebagai sebuah tindakan untuk membeli barang yang bukan untuk mencukupi kebutuhan pribadi namun untuk memenuhi sebuah keinginan, yang dilakukan secara berlebihan dan terus-menerus sehingga menimbulkan pemborosan (Lestarina et al, 2017).

Komunitas CH_Magelang merupakan komunitas MLBB yang berada di kota magelang, pada komunitas ini seringkali mengikuti turnamen-turnamen yang diselenggarakan baik dari developer Moonton maupun dari turnamen lokal yang diadakan. Para anggota komunitas tidak hanya dari laki-laki saja, namun terdapat pula anggota perempuan. Banyak sekali turnamen yang telah diikuti oleh komunitas CH_Magelang dan sudah banyak pula turnamen yang telah dimenangkan oleh para anggota di komunitas ini. Selain daripada itu, komunitas ch_Magelang juga kerap diajak kerja sama untuk menjalankan turnamen MLBB, seperti baru-baru ini komunitas CH_Magelang menyelenggarakan turnamen yaitu KAHALARI BATTLEGROUND yang akan diselenggarakan pada 4 Juli 2024. Komunitas Ch_Magelang sendiri pula menjadi salah satu komunitas yang berafiliasi langsung dengan developer MLBB yaitu Moonton, sehingga turnamen-turnamen yang diadakan oleh Ch_Magelang otomatis dibawah naungan Moonton langsung.



Gambar 1. 2. Postingan Turnamen ch_Magelang. sumber: Instagram @ch-magelang

Hal ini yang dikatakan perilaku konsumtif yaitu ketika pemain game menggunakan uang mereka secara berlebihan dan tanpa adanya perhitungan yang matang untuk bermain sebuah GO. *MLBB* sendiri sebuah permainan ketika sang pemain merasa senang akan semakin banyak uang dan juga waktu yang akan dihabiskan, apalagi jika para pemain tersebut kecanduan game online yang mengeluarkan uang secara berlebihan yang hanya untuk membeli sebuah item GO didalam *MLBB*. Sehingga ini dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif yang tercipta dengan membeli barang atau item hanya karena keinginan saja. Konsumtif sendiri termasuk ke dalam gaya hidup dari seseorang yang merupakan sebuah perilaku tidak biasa menjadi kebiasaan terhadap kondisi sosialnya untuk memenuhi kebutuhannya saat berkomunikasi dan juga bersosialisasi dengan orang lain (Akhsaniyah, 2022).

Penelitian mengenai perilaku konsumtif didalam GO, terkhususnya *MLBB* telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu dengan berbagai pendekatan dan juga fokus analisis. Namun demikian, terdapat sejumlah kesenjangan yang belum banyak dieksplorasi secara mendalam dan juga menjadi dasar dilakukannya penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Rizqiyah Yusrinawati (2023) dalam penelitian ini belum menjangkau aspek simbolik dari konsumsi digital, seperti bagaimana skin itu digunakan untuk membangun citra atau juga identitas didalam lingkungan sosial komunitas gamer. Muhammad Raufan Gusrananda (2023), penelitian ini lebih berfokus kepada fanatisme personal, namun belum melihat lebih dalam bagaimana interaksi sosial, struktur komunitas, atau juga pengaruh media digital (*influencer*) yang berperan dalam membentuk perilaku konsumtif tersebut. selanjutnya yang di teliti oleh Aditya Nafidzurramdhan (2021), penelitian ini belum menempatkan komunitas game sebagai lingkungan sosial yang berperan aktif didalam pembentukan perilaku konsumtif pemain secara kolektif dan juga simbolik. Lalu khafifah Munawaroh dkk (2023), penelitian ini terdapat adanya hubungan signifikan antara tingkat kecanduan dan perilaku konsumtif namun pada penelitian ini belum menyentuh dimensi sosial-budaya dari konsumsi virtual, contohnya pada makna status sosial dari skin, kebutuhan akan pengakuan, serta juga dorongan emosional sebagai motivasi konsumsi didalam komunitas pemain game. Yang terakhir dari Yurdhika Anna Ridwan (2023), didalam penelitian ini belum secara spesifik mengangkat dinamika komunitas yang memiliki hubungan secara langsung dengan pengembang game, serta belum mengungkapkan secara terperinci peran dari influencer dalam membentuk keputusan konsumsi pemain.

Maka dari itu penelitian yang penulis buat menghadirkan kebaruan yaitu adanya peran signifikan dari influencer MLBB didalam keputusan membeli sebuah skin di game MLBB yang mengakibatkan adanya perilaku konsumtif didalam komunitas Ch_Magelang.

Penulis tertarik untuk meneliti bagaimana perilaku konsumtif yang dilakukan oleh anggota Ch_Magelang. Alasan peneliti memilih komunitas Ch_Magelang sendiri dikarenakan komunitas ini juga langsung bekerja sama atau terafiliasi dengan Moonton selaku developer game MLBB. Selain dari pada itu juga, komunitas Ch_Magelang sendiri merupakan komunitas besar dan terpercaya yang ada di kota Magelang. Adapun penelitian ini berencana untuk menggunakan metode kualitatif, kemudian pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, rumusan masalah yang akan diteliti adalah: “Bagaimana perilaku konsumtif pada komunitas Ch_magelang?”.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitain ini yaitu untuk mengetahui perilaku konsumtif pada komunitas Ch_magelang dalam game Mobile Legends Bang-Bang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada Ch-magelang ini memiliki beberapa manfaat, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terhadap game online Mobile Legends Bang Bang yang memiliki perilaku konsumtif dan juga bahan rujukan bagi peneliti yang akan dilakukan selanjutnya. Selanjutnya, penelitian ini mampu sebagai bahan rujukan bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian serupa serta dapat dijadikan bahan untuk perbandingan, evaluasi dari teori dan juga pengalaman yang terjadi di lapangan.

2. Manfaat Praktis

Dapat menjadi pedoman bagi tenaga pendidik, Masyarakat, orang tua tentang dampak dan juga pengaruh dari perilaku konsumtif dalam game online, terkhusus pada game Mobile Legends Bang-Bang.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian Pertama dari Rizqiyah Yusrinawati pada tahun (2023) dengan judul “Analisis Perilaku Konsumtif Pemain Game Mobile Legends Bang Bang di Esports Indonesia Jember.” Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data dilakukan melalui proses wawancara mendalam (*indepth interview*), observasi, dan juga dokumentasi pada akun game narasumber. Lalu narasumber juga dipilih melalui teknik *purposive sampling* pada komunitas game online ESI Jember. Hasil dari penelitian ini ialah adanya perilaku konsumtif pada pemain game online MLBB, yang dibuktikan dengan durasi dari bermain yang berlangsung dan juga pemain cenderung mengeluarkan uang untuk membeli skin yang divisualisasikan dengan menawan. Perbedaan dari penelitian ini adalah lebih berfokus kepada simbol status sosial dan juga adanya pengaruh influencer, lalu untuk subjek juga komunitas yang lebih terafiliasi dengan developer.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Muhammad Raufan Gusrananda di tahun (2023) dengan judul “Perilaku Fanatisme dan Konsumtif Pemain Game Online eFootball”. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan juga dokumentasi yang dilakukan secara online. Dan pemilihan responden melalui teknik *purposive sampling* dan juga *snowball sampling* di sebuah komunitas pada salah satu *platform* Facebook bernama eFootball PES Mobile Community. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bermain game online eFootball bisa menyebabkan perilaku fanatisme dan juga konsumtif. Fanatisme terjadi karena adanya perasaan yang berlebih dan juga intensitas yang tinggi ketika bermain game online tersebut dengan pemain akan melakukan apa saja dan rutin bermain eFootball setiap harinya. Perilaku konsumtif yang terjadi dengan mengorbankan waktu dan juga uang dari pemain, para pemain mengorbankan waktunya untuk bermain setiap hari dan juga mengeluarkan uang untuk melakukan top up koin eFootball. Untuk perbedaan peneliti dari penelitian ini yaitu penelitian ini tidak membahas akan fanatisme anggota Ch_Magelang terhadap game MLBB namun, simbolisasi sosial dari konsumsi skin.

Penelitian ketiga dari Yurdhika Anna Ridwan ditahun (2023) dengan judul “Perilaku Fanatisme Dan Konsumerisme Player Game Mobile Legends Di

Komunitas Mlbb Yogyakarta”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme, dengan pengumpulan data primer dari postingan akun komunitas dalam platform Facebook MLBB Yogyakarta. Dan juga melakukan wawancara secara mendalam, observasi dan juga partisipasi dengan cara main bareng dan juga data sekunder dari buku, jurnal, internet, maupun penelitian terdahulu yang memiliki ketertarikan dengan penelitian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya sebuah fanatisme dan juga konsumerisme pada player game online MLBB. Yaitu dengan dibuktikan mengeluarkan uang pribadi untuk membeli skin dan juga mencari sanjungan dari player lainnya, hal ini menjadi sikap yang terbentuk ketika mendapatkan tim publik secara acak didalam permainan yang dapat memicu sikap dari player dalam berkomunikasi. Jika player tersebut mendapatkan satu tim yang kurang baik saat menaikkan peringkat dalam game akan membuat *player* berkata kasar dan memberikan makian. Adapun perbedaan dari penelitian ini yaitu penelitian ini lebih memperdalam dari segi aspek visual, lalu simbol status, dan juga adanya pengaruh dari influencer didalam pembentukan perilaku konsumtif.

Penelitian terdahulu yang keempat dengan judul “Perilaku Konsumtif Pada Remaja Yang Bermain Game Online”. Ditulis oleh Aditya Nafidzurramdhan pada tahun (2021). Metode dalam penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara semi terstruktur yaitu secara daring dan menggunakan aplikasi telepon genggam WhatsApp. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan mahasiswa dari Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) dengan teknik purposive sampling dengan kriteria bermain game online lebih dari 1 tahun menghabiskan waktu 3 jam/hari dan juga menggunakan uang jajannya untuk bermain game online. Hasil dari penelitian ini menunjukkan ada beberapa faktor yang mengakibatkan munculnya perilaku konsumtif yaitu dari faktor internal dan juga eksternal. Perbedaan dari penelitian ini yaitu hanya berfokus kepada remaja saja, sedangkan penelitian yang diteliti oleh penulis yaitu kepada anggota aktif komunitas Ch_Magelang yang sudah menjadi fase dewasa dan juga terdapat faktor kompetitif di kehidupan nyata.

Penelitian terakhir dari Khafifah Munawaroh dkk ditahun (2023) dengan judul “Pengaruh Kecanduan Game Online Berbayar Terhadap Perilaku Komsumtif Mahasiswa”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian

kuantitatif dengan analisis data menggunakan regresi linear sederhana, dan juga menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling dengan jumlah 217 orang mahasiswa yang disebarakan melalui kuesioner atau angket, dengan skala yang digunakan adalah skala kecanduan game online berbayar dan skala perilaku konsumtif. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu tingginya tingkat kecanduan dari game online berbayar pada aplikasi game online mahasiswa, tingginya atau dominannya perilaku konsumtif pada mahasiswa dan hasil dari analisis yang diperoleh dari penggunaan game online berbayar sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan pada penelitian ini membahas hubungan adiksi dan konsumsi, sementara penelitian yang penulis teliti menyoroti dimensi sosial, simbolik, dan pengaruh budaya komunitas dalam konsumsi virtual.

2. Latar Belakang Teori

A. Perilaku Konsumtif

Fromm (2008:127) mengatakan bahwa perilaku konsumtif yang terjadi kepada individu dimana dalam hal ini individu tersebut memiliki rasa keinginan untuk selalu mengkonsumsi barang yang tidak primer secara berlebihan. Dan yang terjadi dimana individu tersebut mencari kepuasan yang klimaks yaitu dengan mengkonsumsi barang yang bukan sekedar untuk mencukupi kebutuhannya saja melainkan untuk memenuhi perasaan keinginan dari individu itu sendiri. Ridwan (2023) Banyaknya uang yang dikeluarkan dan pemain dapat diasumsikan berperilaku konsumtif yang dalam hal ini didasari oleh keinginannya tersendiri yang berlebih bukan karena kebutuhan yang rasional.

Kotler (dalam Devi dan Agriyanti, 2020) perilaku konsumtif merupakan sebuah tindakan dari individu yang menggunakan, memakai, mengkonsumsi suatu barang yang bukan dari kebutuhan pribadinya. Melainkan karena keinginan dan juga untuk memenuhi rasa keinginan semata.

James (dalam Lois Fergie, 2019) mengungkapkan kalau keinginan yang terus terjadi secara berulang dan tidak akan ada habisnya terlebih jika didukung dengan perasaan bersaing antar pemain untuk mendapatkan status sosial atau meningkatkan harga diri tidak akan ada habisnya, dalam hal ini menyebabkan masyarakat lebih penting

membandingkan dirinya sendiri. Saat gagal dalam mengikuti tren atau menuruti hasrat dan nafsu dapat membuat pemain tersebut merasa tidak pantas berada di lingkungan sehingga menjadi memiliki perasaan depresi.

Perilaku konsumtif menurut Tambunan (2001:1) adalah sebuah perilaku mengonsumsi barang secara berlebihan yang sebenarnya tidak diperlukan bagi individu (khususnya yang selalu berkaitan dengan respon terhadap konsumsi dari suatu barang-barang sekunder, dengan membeli barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan). Sedangkan Sumartono (2002:117) konsumtif merupakan pembelian barang tanpa adanya pertimbangan rasional dan juga bukan didasari dari kebutuhan pokok. Dalam hal ini perilaku konsumtif yang terjadi di masyarakat memiliki kecondongan materialistik, dengan hasrat yang sangat besar untuk memiliki benda-benda tanpa mempertimbangkan kebutuhannya dan juga sebagian besar hasrat ingin membeli hanya untuk kesenangan sesaat.

Dapat disimpulkan dari beberapa tokoh di atas, bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku dari individu sebagai seorang konsumen yang dalam hal ini bertindak secara emosional dan tanpa didasarkan perencanaan yang matang. Perilaku konsumtif yang terjadi kepada individu didalam hal ini individu tersebut merasa ingin untuk selalu mengonsumsi barang tidak primer secara berlebihan. Merasa tidak cukup dengan satu barang saja, individu akan terus mencari kepuasan dan hasrat semata itu untuk sesaat, faktor adanya perilaku konsumtif ini bisa didasarkan atas faktor internal dan juga eksternal.

Ini bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor didalam diri sendiri untuk mencari kepuasan yang akhir.

Dalam Novita Suryanti, Titin Ekowati, Mahendra Galih. P (2017), indikator dari perilaku konsumtif yaitu:

- a) Membeli Produk dikarenakan ada iming-iming hadiah.
- b) Membeli produk karena pengemasannya menarik.
- c) Membeli produk dikarenakan untuk penampilan diri dan juga gengsi.

- d) Membeli produk dari harganya (bukan atas dasar manfaat dari produk tersebut atau kegunaannya).
- e) Membeli produk hanya untuk menjaga simbol status.
- f) Memakai atau membeli produk karena unsur model yang mengiklankan.
- g) Timbulnya rasa percaya diri dengan membeli produk dengan harga mahal.
- h) Mencoba membeli dua produk yang sama (merek berebeda).

Adapun empat aspek dalam melakukan perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (1997:9) antara lain:

- a) Aspek dari mengkonsumsi barang yang tidak sesuai dengan kebutuhannya melainkan hanya untuk memenuhi rasa keinginan. Dalam hal ini menyebabkan individu didalam pembeliah barang yang baru tidak berdasarkan kebutuhannya namun hanya rasa keinginan semata.
- b) Aspek mengkonsumsi barang di luar jangkauan, dimana individu membeli sebuah produk yang harganya cukup mahal walaupun berada didalam kondisi ekonomi yang terbatas.
- c) Aspek untuk mengkonsumsi barang yang tidak produktif, individu membeli sebuah produk yang sebenarnya ia tidak perlukan, namun hanya untuk sebatas mendapatkan rasa senang dan juga validitas dari orang lain.
- d) Dan yang terakhir aspek mengkonumsi barang hanya demi status, dimana individu membeli sebuah barang hanya demi sebuah gengsi saja, sehingga terlihat modern dan juga menimbulkan kebanggan tersendiri bagi individu.

B. Komunitas

Komunitas adalah sekelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi sebuah lingkungan, yang umumnya memiliki ketertarikan dan juga habitat yang sama. Didalam komunitas manusia, para individu didalamnya dapat memiliki kepercayaan, kebutuhan, resiko, dan juga beberapa dalam kondisi lain yang serupa. (Wenger, 2002:4).

Menurut Muzafer Sherif (dalam Santoso, 2009:36), kelompok sosial sendiri adalah kesatuan dari sosial yang terdiri dari dua ataupun lebih individu yang sudah melakukan interaksi yang cukup rutin dan juga teratur. Sehingga menimbulkan diantara individu sudah terdapat pembagian tugas, struktur dan juga norma-norma tertentu.

Suci Musvita Ayu, Fitriana Putri Utami, Dra. R. Sitti Nur Djannah, Julian Dwi Saptadi dalam buku ajar *Dinamika Kelompok* membagi beberapa bentuk-bentuk dari kelompok yaitu:

a) Kelompok sosial teratur

1) *In-group* dan *Out group*.

In-group sendiri adalah kelompok sosial yang Dimana individu mengidentifikasi dirinya didalam kelompok tersebut, sedangkan *out-group* berarti kelompok sosial yang dapat diartikan sebagai individu lawan dari *in-group* dan juga biasanya ditandai dengan antipati terhadap kelompok lawan.

2) *Primary group* dan *Sekundary Group*

Primary group sendiri sebuah kelompok yang ditandai dengan adanya saling mengenal antara para anggotanya, dengan jumlah anggota yang relatif sedikit dan juga berdekatan secara fisik, sedangkan *sekundary group* merupakan sebuah kelompok yang lebih besar. Namun kelompok ini bersifat sementara untuk mencapai tujuan tertentu dan juga bersifat impersonal.

b) *Gemeninschaft* dan *Gessekschaft*

1) *Gemeinschaft* atau paguyuban adalah bentuk dari kehidupan Bersama yang dimana para anggotanya terikat hubungan batin murni dan bersifat alamiah serta kekal.

2) *Gesselschaft* atau patembayan yang dapat diartikan suatu kelompok yang dimana hubungan antar anggotanya bersifat berjarak dan juga impersonal.

c) Kelompok sosial tidak teratur

- 1) Kerumunan (*crowd*) yaitu para individu-individu yang berkumpul secara kebetulan disatu tempat dan pada waktu yang bersamaan.
- 2) Publik yakni orang-orang yang sedang berkumpul dan mempunyai kesamaan dalam kepentingan.
- 3) Massa yaitu sekumpulan individu yang tercipta bisa setiap saat karena kesamaan tujuan.
- 4) Community adalah kelompok-kelompok yang terbentuk karena atas dasar wilayah dan juga tidak memiliki kepentingan yang khusus.

Adapun karakteristik dari sebuah komunitas sebagai berikut:

- a) Sejumlah orang yang terlibat didalam suatu sistem sosial dikarenakan memiliki perasaan kebersamaan, mengakui dari relasi sosial yang didasarkan emosional diantara mereka, serta mempunyai rasa kepedulian terhadap sesuatu yang sama.
- b) Melalui sistem sosial yang relatif kecil yang dibentuk dari ikatan perasaan bersama dari para anggota untuk mewujudkan suatu cita-cita dan juga harapan jangka panjang.
- c) Sekumpulan orang yang menjalankan sebuah aktivitas kehidupan secara kebersamaan yang didasari oleh asas kerja sama secara sukarela, namun didalamnya memiliki tata aturan yang penting tentang sebuah pemberian ganjaran dan juga sanksi terhadap kebersamaan tersebut.

C. Game Online

Perkembangan E-Sport yang begitu pesat membuat pertanyaan besar yaitu bagaimana dari sebuah game yang disajikan dalam bentuk elektronik atau yang kita sebut games online, saat ini menjadi memiliki unsur sport didalamnya. Menurut (Reitman et al.,2020), Esport adalah suatu bentuk olahraga yang dimana aspek utama dari olahraga difasilitasi oleh sistem elektronik. Input dari para pemain dan juga tim serta output dari sistem eSports ini dimediasi antarmuka manusia dan juga komputer.

Kane (2017) dalam “Recognizing E-Sport as A Sport” yang merujuk pada penelitian yang telah dilakukan oleh modesti mengatakan bahwa terdapat kenaikan tekanan darah basal dan selama kompetensi dan juga

pelatihan video games, para atlet memperlihatkan tanda yang dianggap sebagai upaya fisik dan juga mengikuti rutinitas sebagai seorang atlet profesional. Dari tanda-tanda tersebut diartikan dengan definisi olahraga, karena pada saat aktifitas terutama (Darihastining, 2019) atlet E-Sport juga menunjukkan tanda-tanda fisik yang sama dengan para atlet pada umumnya.

Secara bahasa, game berasal dari bahasa Inggris yang berarti sebuah permainan. Game online merupakan sebuah video yang bisa dimainkan oleh para pemain melalui perangkat seperti komputer, laptop, dan juga *smartphone*. Salah satu fungsi dari game itu sendiri adalah untuk menghilangkan stress dan juga rasa jenuh, maka dari itu hampir setiap orang bermain game pasti merasakan rasa senang saat mereka bermain. Ridoi (2018:1) pengertian game menurut ahli seperti yang dikatakan Samuel Henry game adalah bagian yang tak bisa dipisahkan dari keseharian anak-anak, sedangkan untuk orang tua sendiri berprasangka game sebagai penyebab nilai akademik anak turun, membuat anak tidak bisa bersosialisasi dan juga melakukan tindakan kekerasan.

Nugroho (2016:78) mengatakan game online adalah sebuah permainan yang terhubung langsung dengan koneksi internet sehingga para pemainnya dapat terhubung langsung dengan para pemain lainnya yang memainkan game yang sama. Didalam game online ini semua pemain harus tahu beberapa aturan yang tertuang didalam game-game yang dimainkan, seperti harus *setting map*, lalu ada alur dan juga cerita bahkan efek-efek yang ada didalam gamenya. Adapun beberapa jenis game online seperti:

a) Massively Multiplayer Online Games

Jenis ini menghadirkan dunia layaknya seperti di kehidupan nyata, sehingga dunia virtual yang sudah diciptakan didalam permainan ini mempunyai skala yang besar sehingga dapat dimainkan dengan lebih 100 pemain.

b) Massively Multiplayer Online First-person Shooter Games

Permainan ini menyuguhkan pemain untuk diberikan sensasi hadir didalam permainan yang dimainkan, baik dari segi karakter

dan juga kemampuan yang dimiliki oleh karakter yang dimainkan.

c) Cross-platform Game

Pada jenis ini pemain dapat memainkan game nya melalui berbagai platform, sehingga pemain bisa memilih platform mana yang akan ia gunakan seperti Playstation, Gadget, maupun PC.

d) Massively Multiplayer Online Real-time Strategy Games

Dalam permainan ini dibutuhkan keahlian untuk menyusun strategi, yang biasanya pemain akan diberikan tantangan untuk mengatur bagaimana ia akan menyelesaikan permainannya.

e) Musik/dance Game

Jenis permainan musik/dance adalah hal yang baru dan juga unik, dalam permainan ini akan berfokus pada gerak tari dan juga alunan lagu.

f) Simulation game

Permainan ini akan membawa kita apa yang kita dapatkan setelah bermain game ini, jenis dan juga tokoh yang ada didalam permainan ini didesain sesuai dengan kebutuhan manusia dan juga makhluk lainnya.

g) Massively Multiplayer Online Role-playing Game

Didalam MMORPG ini dibuat bukan untuk permainan yang bertujuan untuk memenangkan game ini. Namun untuk menciptakan dunia Impian dan juga merangkai sebuah cerita bersama dengan pemain lainnya.

h) Massively Multiplayer Online Browser Game

Permainan ini biasanya menggunakan browser untuk bermainnya, dan permainan jenis ini dapat dimainkan sendiri (solo). Jenis ini biasanya diakses dengan menggunakan scripting yang sudah ada.

i) Multiplayer Online Battle Arena

Para pemain akan mengontrol sebuah karakter yang memiliki atribut lalu memiliki kemampuan yang unik dan juga berbeda di setiap karakternya. Pada jenis ini hanya memiliki sebuah tujuan

untuk memenangkan permainan, yaitu dengan menghancurkan semua bangunan inti dari tim lawan.

F. Metode Penelitian

Pada penelitian ini akan menggunakan metode Depth Interview guna mendapatkan hasil yang akurat. Peneliti bermaksud untuk menjabarkan alasan-alasan dari pemain Mobile Legends Bang-Bang pada komunitas ch_Magelang dalam bermain dan juga melakukan pembelian didalam permainan tersebut.

1. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan alasan dan juga bentuk perilaku konsumtif pemain Mobile Legends Bang-Bang pada komunitas ch_Magelang. (Sugiyono dan Lestari, 2021) mengatakan metode penelitian kualitatif adalah sebuah metode penelitian yang berlandaskan akan filsafat post-positivisme atau juga interpretatif secara alamiah, yang dimana penelitian sebagai instrumen kunci.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu dan juga lokasi penelitian guna sebagai perincian kapan dan dimana waktu pelaksanaan penelitian. Didalam penelitian ini, rencana lokasi dari penelitian yaitu berada di kota Magelang dan juga kota Yogyakarta, penelitian ini akan dilakukan secara langsung dengan turun kelapangan. Wawancara dilakukan pada tanggal 25-27 Februari 2025, pada tanggal 25 Februari dilaksanakan wawancara di Tomoro Coffe Magelang dan pada tanggal 27 Februari 2025 melakukan wawancara di Dailyfavor Yoyakarta.

3. Subjek Penelitian

Peneliti memilih sampel responden yang ditentukan melalui teknik snowball sampling. Snow ball sampling adalah teknik penentuan sampel non-probabilitas yang dilakukan dengan cara mencari sejumlah kecil informan awal yang sesuai dengan kriteria penelitian, lalu kemudian dari informan tersebut peneliti memperoleh rekomendasi kepada informan lainnya yang relevan. Subjek dari penelitian ini diambil dari para anggota komunitas ch_Magelang (Taufiqurrahman, Naufan, Gunung, Raden, Jojo) dengan bertemu secara langsung (offline).

4. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan data primer dan juga data sekunder untuk sumber dari penelitian. Data primer sendiri dapat diperoleh melalui postingan dari akun komunitas ch_Magelang pada *platform* instagram, melalui wawancara yang mendalam kepada anggota komunitas ch_Magelang, dan juga melalui observasi partisipasi. Lalu sumber data sekunder bisa didapatkan melalui buku, internet, jurnal, dan juga dari penelitian sebelumnya yang masih berkaitan dengan penelitian ini. Pengumpulan data yang perlu dilakukan nantinya akan mencakup dua jenis data yang berbeda, yaitu:

- a) Data didalam catatan di lapangan, yakni data yang diperoleh melalui observasi dari Taufiqurrahman, Naufan, Gunung, Raden,Jojo secara langsung.
- b) Arsip, yaitu berupa dokumentasi berupa tangkapan layar skin dari para anggota komunitas Ch_Magelang.
- c) Wawancara yang mendalam kepada para anggota komunitas Ch_Magelang.

5. Tahap Penelitian

- a) Menentukan tema pilihan yang akan diteliti, tema ini dicari dengan melakukan riset dan juga berdiskusi dengan dosen pembimbing. Maka dari itu, didapatkan sebuah tema perilaku konsumtif dalam game Mobile Legends Bang-Bang pada komunitas ch_Magelang.
- b) Membuat proposal penelitian, pada proposal penelitian yang nantinya akan menjadi acuan dari maksud dan tujuan dari penelitian yang dilakukan.
- c) Menyusun draft wawancara untuk digunakan sebagai pertanyaan kepada narasumber yang sudah ditentukan. Yang kemudian hasil dari wawancara ini akan menjadi data penelitian.
- d) Melakukan observasi, peneliti dalam hal ini akan melakukan observasi terhadap komunitas ch_Magelang. Observasi akan dilakukan melalui cara terjun langsung ke lokasi ch_Magelang atau bisa melalui media penghubung seperti WhatsApp dan juga Instagram.
- e) Melakukan wawancara kepada narasumber, setelah observasi dilakukan peneliti akan melakukan wawancara langsung dengan narasumber yang sudah ditentukan lokasi dan waktunya.

- f) Menyusun data atau mengolah data yang sudah didapatkan, hasil dari olah data yang nantinya akan disajikan dalam bentuk narasi atau deskripsi dalam hasil penelitian.
- g) Menarik kesimpulan dari data yang sudah didapatkan.

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bagian ini akan membahas tentang *game* Mobile Legends Bang-Bang serta profil dari komunitas Ch_Magelang yang dipilih sebagai objek dari penelitian ini terkait Perilaku Konsumtif Komunitas Ch-Magelang Game Mobile Legends.

A. Komunitas Ch_Magelang



Gambar 2. 1. Logo Ch_Magelang. Sumber: Instagram: ch_magelang

Ch_Magelang memiliki kepanjangan dari community hero magelang, komunitas *game* MLBB yang berdiri pada 23 November tahun 2017. Community hero atau yang disingkat ch sendiri adalah sebuah komunitas yang secara resmi di dukung oleh Moonton selaku developer dari game MLBB ini. Ch sendiri tersebar luas di berbagai daerah di Indonesia seperti di Yogyakarta, Magelang, Purwakarta, Sulawesi, NTB, NTT, dan juga Papua. Tidak hanya di Indonesia saja, ch sendiri terdapat di Malaysia, Filipina, dan juga Singapura.



Gambar 2. 2. Logo ch Malaysia. Sumber: Facebook Ch Malaysia

Taufiqurrahman Dhiya Ulhaq pemuda dari Magelang adalah orang yang mendirikan komunitas ch magelang. Pada awalnya komunitas ini melakukan turnamen biasa selayaknya turnamen-turnamen non resmi dari Moonton, yang diselenggarakan pada tanggal 23 November 2017, dan untuk pertama kalinya turnamen MLBB diselenggarakan di kota Magelang. Setelah turnamen selesai dilaksanakan para peserta dari turnamen ini meminta untuk dijadikan sebuah komunitas yang bertujuan untuk para pemainnya bisa saling sharing tentang strategi dan juga latihan bareng.

Ch Magelang sendiri adalah bagian dari Community Hero ID yang terbentuk pada 30 Juni 2019 sekaligus didukung langsung oleh Moonton selaku *developer* MLBB untuk melakukan turnamen-turnamen resmi dari Moonton. Tidak hanya turnamen saja yang dibuat oleh komunitas ch Magelang, beberapa acara dibuat oleh komunitas ch Magelang untuk saling sharing dan juga berkumpul bersama dengan para gamer di kota Magelang, seperti pada 31 Agustus tahun 2019 dilakukannya *gathering* gamer Magelang yang dihadiri oleh perwakilan dari Magelang *E-Sport Association*.



Gambar 2. 3. Gathering gamer Magelang yang dihadiri perwakilan dari Magelang *E-Sport Association*. Sumber: Instagram @ch_magelang

Turnamen resmi pertama komunitas ch magelang dilaksanakan setelah menjadi bagian dari ch Indonesia dan didukung langsung oleh pihak Moonton adalah "Mobile Legend Magelang Champion ship", yang berlangsung pada 2 September 2019. Sampai saat ini, komunitas ch magelang rutin mengadakan lomba dan turnamen-turnamen berhadiahkan uang tunai, skin, diamond, dan lain-lainnya. Komunitas ch magelang tidak hanya membuat sebuah turnamen sendirinya, beberapa turnamen juga berkolaborasi dengan komunitas lain, seperti turnamen yang baru akan dilaksanakan di tanggal 31 Oktober 2024 berkolaborasi dengan esi temanggung.

B. Mobile Legends Bang Bang

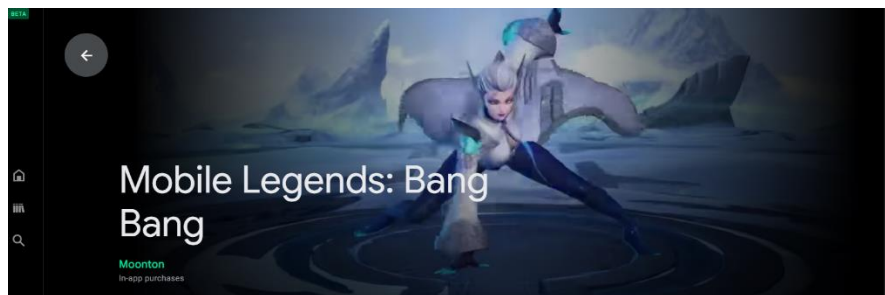


Gambar 2. 4. Logo Mobile Legends Bang Bang. Sumber: www.pinterest.com.

MLBB dirilis dan juga dikembangkan oleh developer bernama Moonton yang berasal dari China dan dirilis pada 14 Juli 2016 yang bisa dimainkan melalui platform mobile maupun iOS. MLBB sendiri merupakan jenis permainan MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*), dapat dimainkan oleh 10 orang pemain yang dibagi menjadi tim kawan dan juga tim lawan dengan jumlah yang sama yaitu 5 melawan 5. Didalam arena permainan, rata-rata lama permainan dalam satu game yakni sekitar 25-20 menit, dan juga setiap pemain untuk bisa memilih satu dari puluhan hero MLBB yang sudah tersedia. MLBB juga memberikan beberapa mode didalam game nya untuk para pemain bisa memainkan nya yaitu ada mode *Classic, Ranked, Brawl, VS A.I.*, dan juga mode *Latihan*.

Kepopuleran *games* MLBB sangatlah besar yang dapat dilihat dari jumlah unduhan yang ada di playstore dan juga menjadi unduhan peringkat pertama di App Store (Jemadu, 2021). Dan juga didalam *game* MLBB nya sendiri untuk menemukan matchmaking yang sangat singkat, yaitu hanya perlu 10 detik saja untuk bisa menemukan lawan untuk bermain. MLBB ini bukan hanya untuk

hiburan saja, namun banyak sekali perlombaan yang diselenggarakan mulai dari 21 tingkat Nasional maupun Internasional. Contohnya untuk perlombaan Nasional sendiri MLBB mempunyai liga tersendiri yaitu Mobile Legends Professional League (MPL), Mobile Legends Development League (MDL), Piala Presiden dan lain-lain. Lalu untuk perlombaan Internasional ada Mid-Season Cup (MSC) dan juga Mobile Legends World Championship.



Gambar 2. 5. Jumlah Pengunduh Mobile Legends Bang Bang di PlayStore. Sumber: Mobile Legends Bang Bang – Aplikasi di Google Play Games Beta.

Pada umumnya *game* MOBA hanya bisa dimainkan menggunakan PC, namun berbeda dengan MLBB menjadi salah satu *game* MOBA yang bisa dimainkan melalui *smartphone*. Memiliki fitur yang lengkap dan juga cara memainkannya sangat sederhana, tak heran kesuksesan MLBB bisa menarik banyak pemainnya dari semua kalangan. Dengan kesuksesan tersebut pula MLBB mendapatkan sebuah penghargaan dalam acara Indonesia Gaming Award yaitu Most Favorite Game of the Year.

Namun dengan kesuksesan ini, Moonton selaku *developer* dari *game* MLBB banyak sekali memiliki rintangan-rintangan yang ada seperti adanya tuduhan plagiasi terhadap *hero*, dan juga *skin* yang dilaporkan oleh pihak *developer game* lain yang serupa. Dalam kasus ini akhirnya *developer* lain yang menggugat *game* MLBB berakhir dengan damai pada awal tahun 2024 (Santoso, 2024). Semenjak perilisannya di tahun 2016 hingga sekarang 2024, MLBB telah mengalami banyak perubahan dari segi grafis, fitur, *gameplay*, dan juga event-event yang dilakukan oleh Moonton.



Gambar 2. 6. Most Favorite Game of the Year. Sumber: Instagram@exgcon.

Selanjutnya mengenai pembahasan mengenai fitur-fitur yang ada di Mobile Legends Bang Bang.

1. Profile

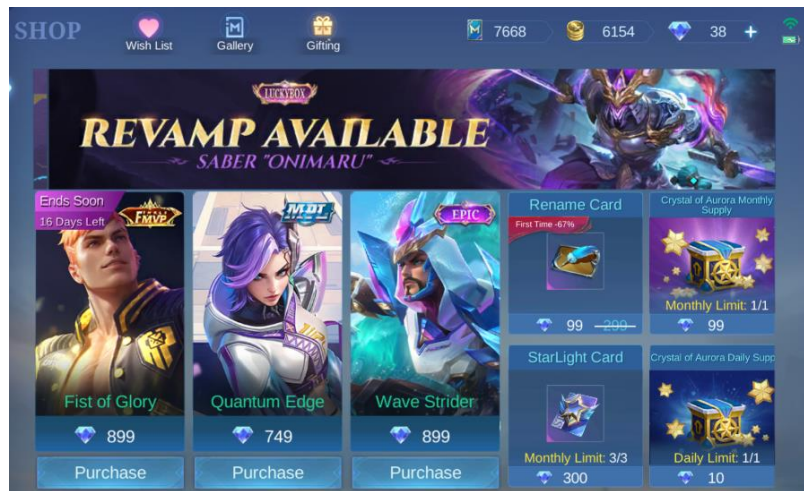


Gambar 2. 7. Tampilan Profil. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.

Profil pada di game MLBB ini berisi informasi tentang pemain, termasuk dengan statistik permainan, level dari akun pemain, jumlah hero dan skin yang dimiliki, hubungan yang terjalin sesama teman (sosial), serta prestasi yang telah dicapai oleh pemain. Didalam profil ini juga, para pemain bisa melihat

perkembangan dari permainan mereka, seperti jumlah kemenangan dan kekalahan. Pemain juga saat ini bisa memilih untuk menyembunyikan mengenai *history* pertandingan dari orang lain.

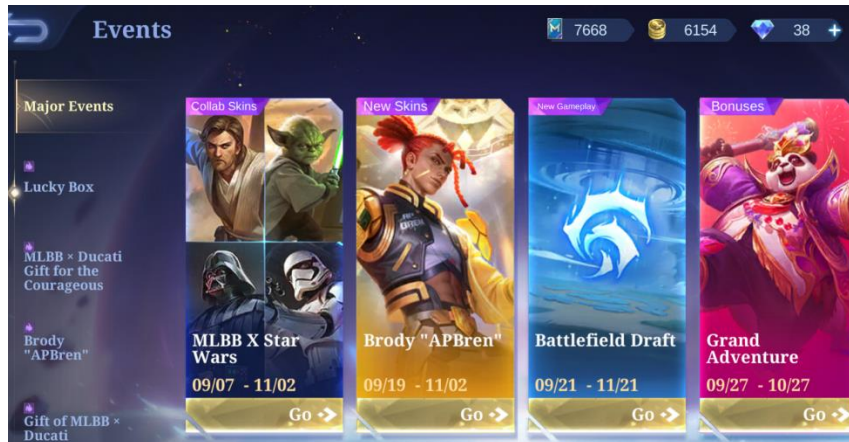
2. Shop



Gambar 2. 8. Fitur Shop. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.

Pada Fitur ini para pemain akan disuguhkan dengan penawaran yang menarik serta diskon-diskon yang ada. Dibagian *featured* para pemain akan diberikan tentang skin atau hero yang baru saja ditambahkan dan juga ada penawaran untuk mengganti nama, membeli *starlight card*, dan juga diskon yang diberikan. Lalu pada bagian hero, skin dan juga battle emote adalah *item virtual* yang ada didalam game yang bisa digunakan didalam pertandingan. Sedangkan pada bagian draw yaitu berisi beberapa *event* musiman yang seperti *skin zodiac*, *skin legend*, dan juga *lucky spin*. Pada bagian arcade merupakan bagian khusus untuk membeli *item* yang hanya bisa digunakan didalam mode permainan "arcade". Dan *fragment* adalah penukaran *fragment* dengan beberapa pilihan hero dan juga skin yang dapat ditukarkan.

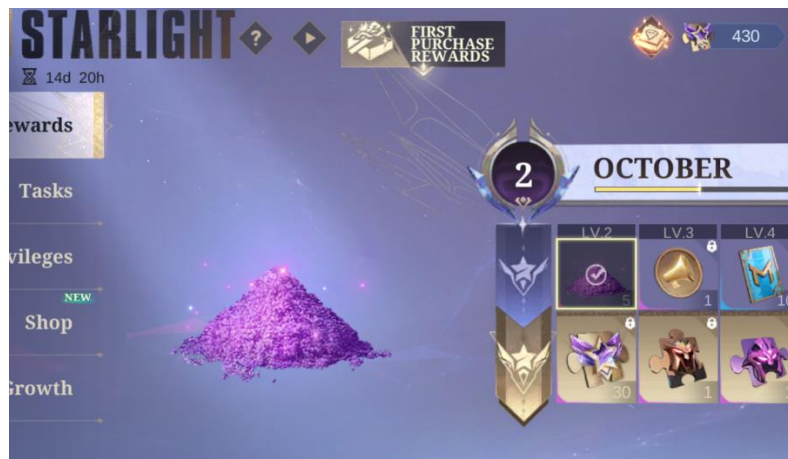
3. Event



Gambar 2. 9. Fitur Event. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang

Fitur event adalah bagian yang menawarkan pemain berbagai kegiatan atau juga tantangan khusus untuk pemain. Pada fitur ini pemain bisa berpartisipasi dalam berbagai acara yang biasanya bersifat temporer dan juga sering menawarkan hadiah-hadiah yang menarik. Didalam fitur ini terbagi menjadi empat bagian yaitu ada *major event* yang berisikan event yang lagi dilaksanakan saat ini. harian yaitu tentang acara atau *quest* yang ada di reset setiap hari, lalu berita dan juga pengumuman mengenai *event-event* MLBB yang akan datang.

4. Starlight



Gambar 2. 10. Starlight Bulan Oktober. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.

Pada *starlight* adalah layanan berlangganan bulanan yang diberikan kepada pemain untuk mendapatkan berbagai keuntungan yang eksklusif dalam game. Seperti mendapatkan hadiah-hadiah yang tidak tersedia untuk pemain yang tidak berlangganan, skin eksklusif, dan efek animasi khusus. Para pemain juga bisa membeli *skin starlight* sebelumnya dengan menggunakan *starglight fragment* yang hanya bisa didapatkan jika berlangganan *starlight pass*.

5. Inventory



Gambar 2. 11. Tampilan Inventory. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.

Fitur *inventory* di MLBB yaitu sebagai tempat untuk penyimpanan berbagai item yang para pemain telah kumpulkan selama bermain, yaitu seperti *skin trial*, *hero trial*, *battle emote*, *tiket*, dan lain-lain. Hadiah yang didapatkan bisa dari pemain lain, kumpulan *event* yang telah diikuti maupun dari hasil pertandingan.

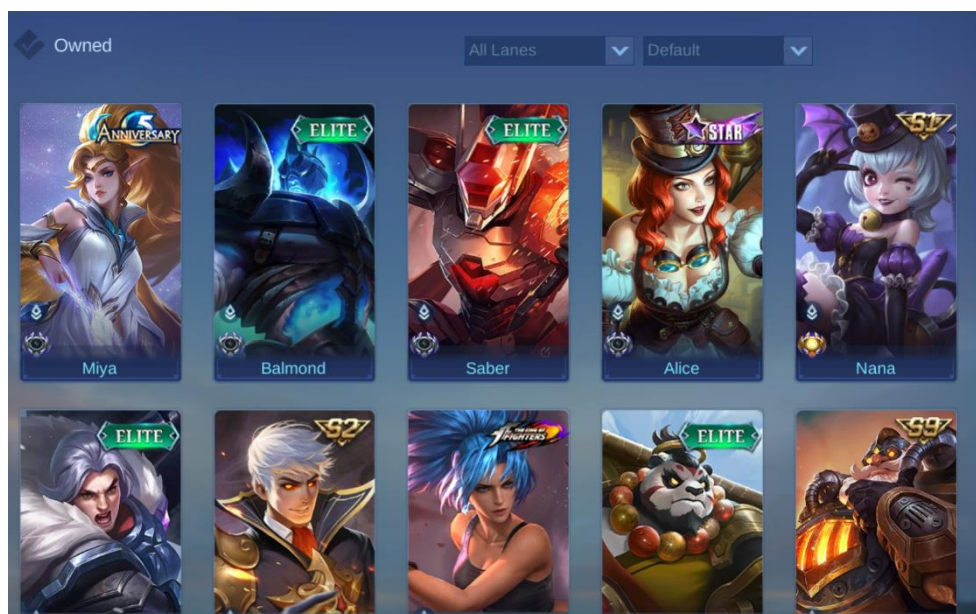
6. Settings



Gambar 2. 12. Tampilan settings. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.

Para pemain memungkinkan untuk bisa mengatur aspek permainan sesuai dengan preferensi dari masing-masing pemain, didalam settings para pemain bisa menyesuaikan kontrol, suara, fitur, grafis, music bawaan game, bahasa dan fitur lainnya untuk meningkatkan kenyamanan saat bermain. Fitur *settings* sangat penting dikarenakan akan mempengaruhi performa dan juga kenyamanan pemain saat lagi bertanding, pengaturan yang tepat bisa dapat membantu pemain untuk bisa beradaptasi dengan gaya permainan mereka dan kondisi dari perangkat yang sedang digunakan.

7. Hero



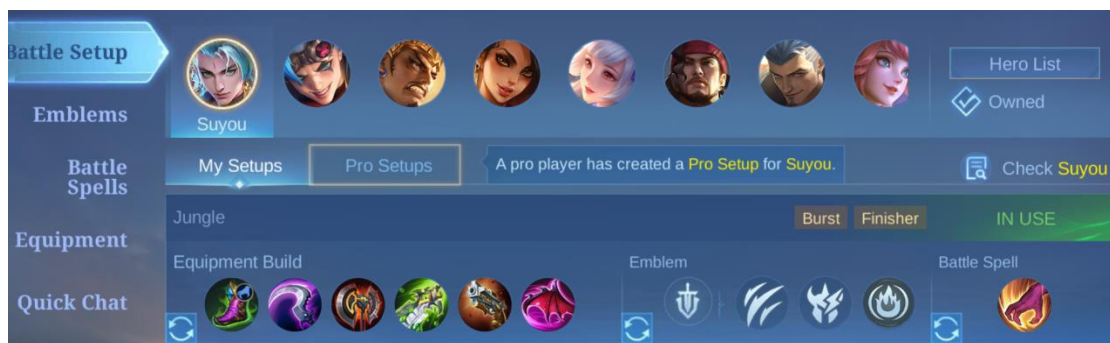
Gambar 2. 13. Tampilan Hero. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.

Pada fitur hero di MLBB merupakan sebuah fitur yang menampilkan semua hero (karakter) yang ada di MLBB, selain itu fitur ini untuk pemain agar bisa memilih, mengatur dan juga mempelajari semua hero yang ada. Hero adalah sebuah karakter utama yang digunakan pemain didalam pertandingan, dan semua hero memiliki keunikan, peran dan juga gaya bertarung yang berbeda sesuai dengan tugasnya dan lajur dari kemampuan hero didalam permainan. Seperti Tank yang memiliki tugas untuk melindungi satu tim atau menyerap serangan musuh yang biasanya berada di jalur *roamer*, fighter yang memiliki gaya pertarungan jarak dekat dan bisa bertahan didalam pertempuran

dikarenakan memiliki keseimbangan antara serangan dan daya tahan yang biasa berada di jalur *exp laner* atau *jungler*, assassin hero dengan serangan yang cepat dan mempunyai *damage* tinggi yang bertugas untuk menghabisi hero musuh dengan mudah dan cepat biasanya berada di jalur *jungler*.

Mage merupakan hero yang mengandalkan kemampuan sihir yang menghasilkan *damage* tinggi dari jarak yang jauh biasanya berada di jalur *mid lane*, marksman hero jarak jauh dengan serangan fisik yang kuat, hero bertipe marksman ini bisa menghasilkan *damage* yang besar dalam waktu yang singkat yang biasanya berada di jalur *gold lane* dan terakhir yaitu support, hero yang bertugas untuk mendukung tim dengan kemampuan nya untuk menyembuhkan dan juga memberikan *buff* kepada hero teman yang biasanya berada di jalur *roamer* ataupun *mid lane*.

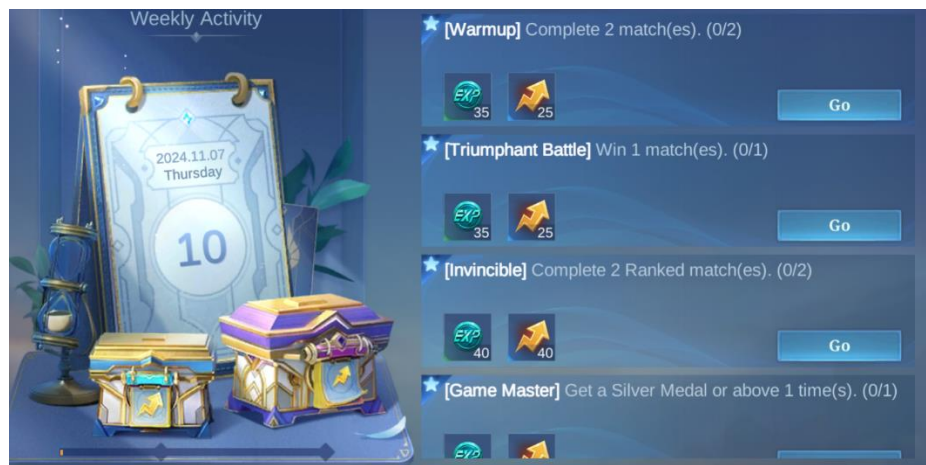
8. Preparation



Gambar 2. 14. Preparation “battle setup”. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.

Preparation digunakan untuk memungkinkan para pemain untuk mengatur semua yang mendukung dari performa hero mereka sebelum melakukan pertandingan. Untuk pengaturan *preparation* sangat bisa mempengaruhi ke efektivitas hero saat didalam game. Para pemain di sini juga bisa mengatur efek yang akan digunakan seperti *quick chat*, *emote*, *equipment* dan juga *emblem*. Fitur ini tidak dapat digunakan setelah masuk kedalam pertandingan.

9. Misi Harian

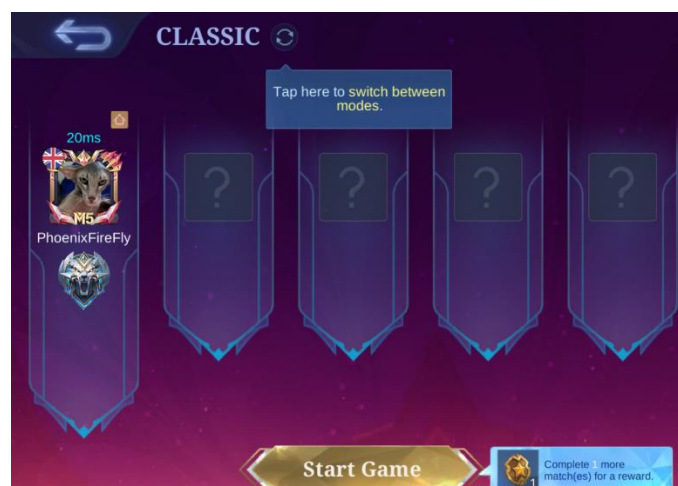


Gambar 2. 15. Misi Harian. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.

Fitur ini merupakan misi atau tugas yang didapatkan setiap pemain dan selalu diperbarui setiap hari, yang berguna untuk mendapatkan hadiah seperti *battle points* (BP), *tiket*, *fragment* dan *exp*. Untuk menyelesaikan misinya pemain bisa menyelesaikannya dengan cara *login* harian, bermain dengan teman, menang dan menyelesaikan pertandingan, mendapatkan *kill* atau *assist*.

10. Mode Permainan

a. Classic

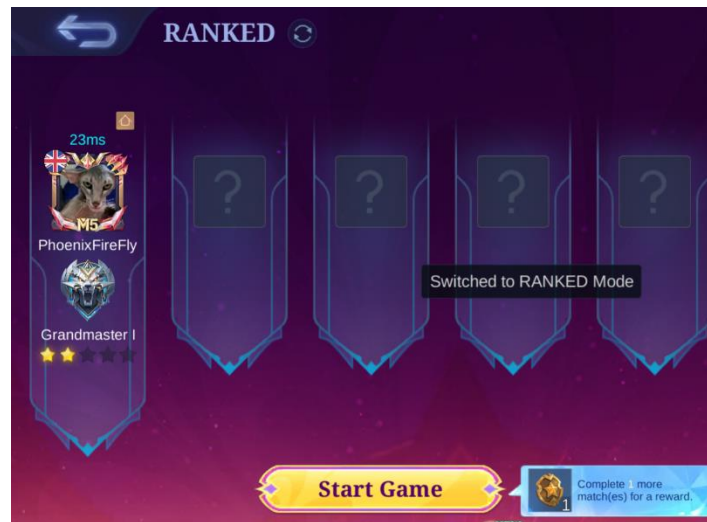


Gambar 2. 16. Mode Classic. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.

Mode *classic* pemain dapat bermain 5 vs 5 yang dinyatakan menang jika dapat menghancurkan *turret* utama musuh. Pada mode ini pemain dapat memilih memilih hero yang sama dengan musuh, mode *classic* sangat ideal

untuk orang yang baru bermain MLBB ataupun orang yang mau mencoba hero baru, karena tidak mempengaruhi peringkat (rank) pemain.

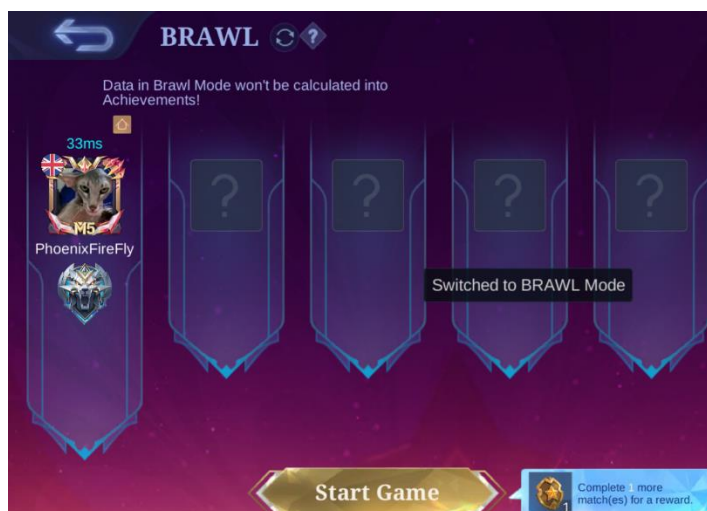
b. Rank



Gambar 2. 17. Mode Rank. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.

Mode rank adalah mode kompetitif di MLBB, Dimana pemain akan bertanding untuk meningkatkan peringkat atau rank mereka. Setiap kemenangan akan memberikan poin atau bintang, sementara jika kalah dapat mengurangi poin atau bintang tergantung tingkatan rank masing-masing pemain. Mode rank mempunyai delapan tingkatan rank yaitu, warrior, elite, master, grandmaster, epic, legend, mythic, dan juga mythical glory.

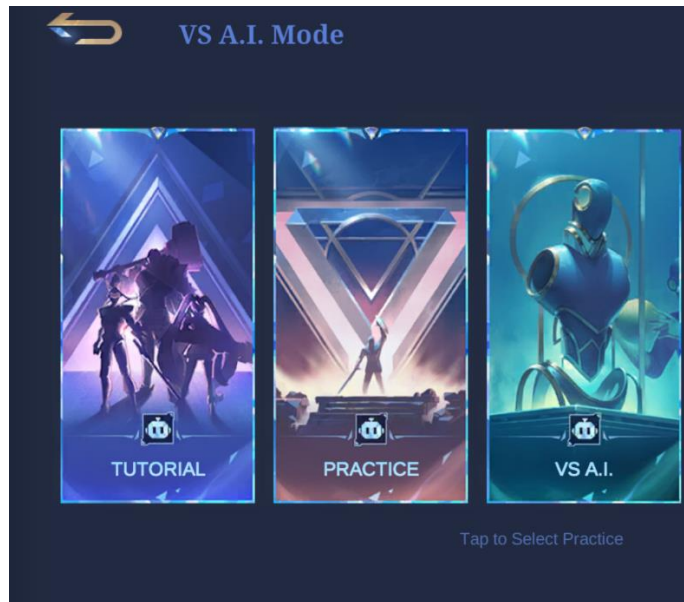
c. Brawl



Gambar 2. 18. Mode Brawl. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.

Mode brawl di MLBB adalah permainan cepat dengan format yang sama yaitu 5 vs 5 yang dimainkan dengan peta yang lebih kecil dan hanya memiliki satu jalur saja (lane). Pada mode ini memberikan pengalaman bermain yang lebih sederhana dan juga intens dikarenakan hanya satu saja. Mode brawl bisa dimainkan hanya dengan 10 menit saja dan juga keunikan mode brawl yaitu pemilihan hero yang acak.

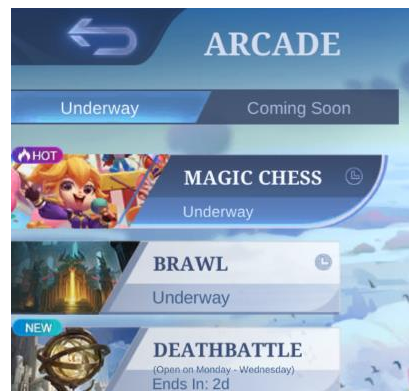
d. VS A.I



Gambar 2. 19. Mode VS A.I. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.

Seperti namanya, pada mode ini pemain hanya bermain melawan A.I (Artificial Intelligence). Mode A.I sendiri dirancang untuk tempat latihan untuk pemain, seperti pemain yang mau mencoba hero yang baru saja dibeli, memahami mekanik dasar game. Pada mode ini juga pemain saat memenangkan permainan akan tetap mendapatkan *battle point* (BP) dan item lainnya secara gratis.

e. Arcade



Gambar 2. 20. Mode Arcade. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.

Mode arcade ini berbeda dari mode-mode sebelumnya, mode ini adalah kumpulan mode permainan yang lebih kasual, yang dimana para pemain dapat mencoba untuk berbagai jenis gameplay yang berbeda dari mode yang utama (Classic, dan juga Ranked). Disini pemain dapat memainkan mode seperti magic chess yaitu para pemain bermain secara individu dan menggabungkan hero yang memiliki *synergy* yang sama agar lebih kuat. Brawl permainan 5 vs 5 yang hanya memiliki satu lane, dan deathbattle yaitu para pemain harus cepat beradaptasi dengan cepat karena hero akan terus berganti secara acak sepanjang permainan.

C. Profil Narasumber

Didalam penelitian ini peneliti menggunakan 5 narasumber, dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, sesuai yang diinginkan oleh peneliti. Narasumber yang dipilih merupakan anggota aktif dari komunitas Ch_Magelang.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara secara langsung dengan 5 narasumber melalui coffe shop, dengan jangka waktu dua hari. Peneliti menghubungi ketua dari komunitas Ch_Magelang untuk meminta 5 narasumber yang sesuai dengan kriteria narasumber, lalu didapatkan lah 5 narasumber tersebut. Selanjutnya peneliti menguraikan profil dari narasumber sebagai berikut:

Tabel 2. 1. Daftar narasumber

NO	Nama	Keterangan	Pekerjaan
1.	Taufiqurrahman	Laki-laki, 26 tahun	Freelance
2.	Naufan	Laki-Laki, 23 tahun	Atlit E-Sport
3.	Gunung	Laki-laki, 22 tahun	Mahasiswa
4.	Raden	Laki-laki, 22 tahun	Mahasiswa
5.	Jojo	Laki-laki, 22 tahun	Mahasiswa

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

A. Temuan Penelitian

1. Ketertarikan Bermain Mobile Legends Bang-Bang

Game Mobile Legends Bang-Bang saat ini salah satu game yang paling digemari oleh banyak orang, MLBB menghadirkan permainan moba mobile 5vs5 yang dapat dimainkan dimana saja. Kesuksesan game MLBB ini terbukti dengan banyaknya pemain yang memainkan dan juga komunitas-komunitas yang ada, salah satu komunitas yang ada yaitu Ch_Magelang yang ada di kota Magelang. Ketertarikan anggota Ch_Magelang bermain MLBB ini yaitu dari segi permainan yang menarik dan juga skin yang ada didalamnya, namun hal ini juga menyebabkan para anggota di komunitas Ch_Magelang melakukan perilaku konsumtif.

a. Alasan Menyukai Mobile Legends Bang-Bang

Salah satu genre permainan yang banyak peminatnya di seluruh dunia yaitu adalah MOBA, permainan bergenre MOBA yang biasa hanya bisa dimainkan dengan spesifikasi khusus dan melalui perangkat komputer atau laptop saja. Namun pada tahun 2016 keluar game bergenre MOBA yang bisa dimainkan melalui smartphone dan dimana saja yaitu MLBB, MLBB pertama kali rilis pada tanggal 14 Juli 2016. MLBB langsung menarik banyak sekali peminatnya termasuk di Indonesia, alasan para pemain menyukai game ini karena dinilai mudah dan juga gampang untuk dimainkan, dan lagi para pemainnya tidak memerlukan perangkat yang kuat untuk memainkan game ini.

”Di MLBB ini dapat melatih pengendalian emosi ya serta meningkatkan ketangkasan dalam berpikir juga secara cepat selama permainan ini berlangsung, dan juga sebagai orang yang menyukai permainan MOBA yang umumnya hanya bisa dimainkan di pc saja lalu MLBB hadir untuk bisa dimainkan di perangkat handphone saja”. (Taufiqurrahman, 25 Februari 2025)

Ketua komunitas Ch_Magelang, Taufiqurrahman, mengungkapkan bahwa permainan Mobile Legends: Bang Bang (MLBB) diminatinya karena mampu melatih pengendalian emosi serta meningkatkan kemampuan berpikir cepat dan pengambilan keputusan secara tepat selama permainan berlangsung. Selain itu, ketersediaan permainan ini dalam versi mobile memberikan kemudahan akses, sehingga memungkinkan pemain untuk memainkannya secara praktis kapan pun dan di mana pun.

"Jujur saya senang permainan MLBB, dari persaingan dalam permainannya menyenangkan mas, seperti orang-orang saat bermain mereka berusaha keras juga jadi kita terpengaruh untuk serius gitu bermainnya. Dan tidak monoton selalu ada yang bikin berbeda tiap bulannya atau beberapa bulan sekali pasti ada yang pembaharuan begitu mas". (Naufan, 25 Februari 2025)

Naufan sebagai atlit E-Sport menyukai game ini juga karena ia merasa saat bermain gamenya terasa lebih kompetitif dari pada game lainnya, ia merasa para pemain lainnya juga lebih berusaha lebih keras sebagai lawan untuk memenangkan game nya. Naufan juga dari awal nya hanya anggota komunitas Ch_Magelang ia serius menekuni MLBB ini sehingga sekarang ia menjadi atlet E-Sport untuk kota Magelang, selain dari pada itu juga pembaharuan yang dikasih Moonton sebagai developer game MLBB rajin untuk melakukan update patch untuk menambah rasa seri dan juga kompetitif dari game MLBB.

"Karena sejak 2015 saat saya SMP sudah suka main game MOBA, jika genre MOBA kan biasanya kita hanya bisa memainkannya itu harus pergi ke warnet gitu mas, lalu kalau ml ini beda dan game nya mudah dan bisa dari hp bisa main dimana-mana gitu". (Gunung, 27 Februari 2025)

Gunung menyatakan bahwa ketertarikannya terhadap MLBB didorong oleh preferensinya terhadap genre MOBA sejak lama. Ia menilai bahwa MLBB menawarkan kemudahan akses dibandingkan permainan MOBA lainnya yang umumnya hanya dapat dimainkan melalui komputer di warnet saja. Sifat permainan yang diberikan oleh MLBB menjadi lebih sederhana dan dapat diakses melalui perangkat seluler saja yang membuatnya menjadi lebih fleksibel untuk dimainkan kapan saja dan di mana saja.

"Soalnya jikalau dahulu keahlian dasar saya main dota ya, game-game MOBA gitu ya senang dan lebih mudah aja sih game MLBB. Ml ini kan juga moba gitu mas tapi bedanya dari hp, nah karena saya senang moba juga ya saya coba lah main ml ini akhirnya senang dan juga mainnya asik". (Raden, 27 Februari 2025)

"Nah yang pertama karena mudah ya cuma di hp jadi kaya yaudah buka hp buka ml udah gitu main, kedua emang suka MOBA sih. Moba yang satu-satunya aku suka cuma ml, dan dulu kan game yang aku sering mainkan kaya COC gitu kan modelnya seperti kaya COC, cuma akhirnya ketemu game yang sistemnya kaya MOBA gitu dari SMP dan sekarang pun sering main karena temen-temen pun pada main". (Jojo, 27 Februari 2025)

Kesederhanaan game MLBB menjadi salah satu daya tarik bagi para pemainnya, game bergenre MOBA biasanya harus memiliki device tinggi

seperti computer atau laptop, maka dari itu para peminat game MOBA biasanya ia akan bermain game MOBA melalui warnet ataupun pc dan laptop nya sendiri. MLBB sebagai game MOBA hadir berbeda karena bisa dimainkan di smartphone saja, kemudahan untuk bermain game ini menjadi salah satu kunci mengapa game ini sangat banyak di gemari seperti yang dikatakan oleh Gunung, Raden dan juga Jojo.

2. Perilaku Konsumtif

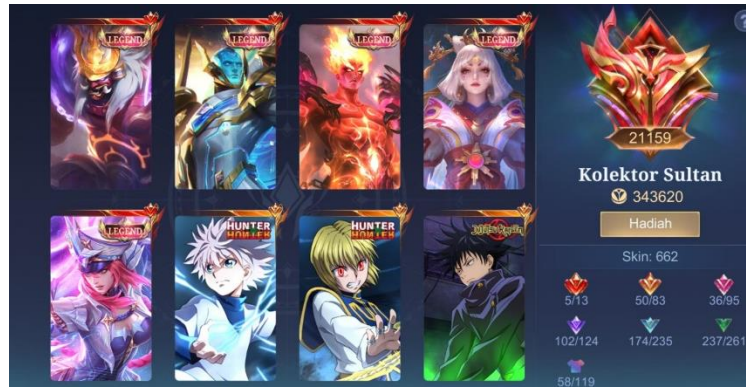
Perilaku konsumtif merupakan tindakan yang dilakukan individu dalam mengkonsumsi suatu barang dan juga jasa yang melebihi dari kebutuhan dasar seorang individu tersebut, dalam hal ini dilandasi oleh keinginan daripada kebutuhan nyata. Perilaku ini sering kali dilakukan karena faktor dari dorongan emosional, pengaruh dari lingkungan sosial, lalu perkembangan gaya hidup yang modern. Adapun beberapa indikator dan juga aspek-aspek yang mempengaruhi individu melakukan perilaku konsumtif.

2.1 Indikator Dari Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif tidak hadir begitu saja, munculnya tanda-tanda ataupun sejumlah indikator yang dapat diamati. Seperti contoh dikarenakan pengemasan yang menarik, hanya untuk terlihat keren dan gengsi semata, adanya unsur publik figure atau model yang mengiklankan dan juga timbulnya rasa percaya diri setelah membeli sesuatu yang mahal. Temuan saya kepada beberapa narasumber di komunitas Ch_Magelang terdapat indikator seseorang melakukan perilaku konsumtif khususnya di gim MLBB.

“Tujuannya sih pastinya untuk kepuasan sendiri aja sih, lalu juga untuk gengsi sama teman untuk punya skin yang bagus”. (Taufiqurrahman, 25 Februari 2025)

Taufiqurrahman menuturkan bahwa tujuan awal untuk membeli skin pada gim MLBB ini hanya untuk kepuasan tersendiri saja dan lain dari pada itu juga untuk rasa ingin menunjukkan gengsi kepada sesama teman dikarenakan mempunyai skin yang bagus dibandingkan teman-teman lainnya.



Gambar 3. 1. Skin Kolektor Sultan. Sumber: Koleksi skin Taufiqurrahman.

”Pernah, dulu gengsi karena beli skin hanya untuk bisa pamer ke teman-teman aja, kalau ada rasa seperti gengsi dan ingin pamer ada saja mas biar bisa kelihatan keren aja di depan teman-teman gitu”. (Naufan, 25 Februari 2025)

Hal yang sama dituturkan oleh Naufan, alasan utamanya untuk membeli skin di MLBB ini untuk memperlihatkan skin yang lebih bagus kepada teman-teman dan hanya rasa sebagai gengsi semata. Dan juga mempunyai rasa untuk terlihat lebih keren dari pada teman-temannya.

”Pernah juga sih, contoh teman punya skin di hero yang saya suka begitu lalu akhirnya saya ikut terbawa untuk pengen beli juga, karena nanti takut terlampaui gitu”. (Gunung, 27 Februari 2025)

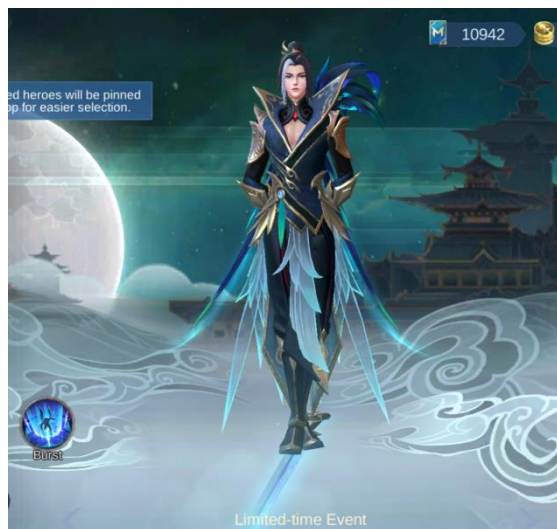
Berbeda dengan anggota lainnya, Gunung, salah satu anggota komunitas Ch_Magelang, mengungkapkan bahwa motivasi utamanya dalam membeli skin pada permainan Mobile Legends didasarkan pada perasaan kecemburuan dan pengaruh lingkungan pertemanan. Ia merasa terdorong untuk melakukan pembelian skin tersebut dikarenakan tidak memiliki skin yang dimiliki oleh temannya, terlebih lagi skin tersebut digunakan pada hero favoritnya. Pembelian tersebut dilatarbelakangi oleh kekhawatiran akan tersaingi oleh teman-temannya.

”Pernah juga, dulu yang penting mempunyai skin MLBB banyak namun buat pakaian untuk kehidupan pribadi saja seperti gelandangan gapapa, yang penting skinnya di MLBB nya banyak dan bagus dibandingkan teman-teman saya”. (Raden, 27 Februari 2025)

Mempunyai skin dalam permainan Mobile Legends: Bang Bang (MLBB) tampaknya menjadi prioritas yang lebih diutamakan dibandingkan kebutuhan dalam kehidupan nyata. Memiliki banyak skin atau skin terbaru dapat

dipersepsikan sebagai simbol status yang dapat meningkatkan citra diri di hadapan teman sebaya. Hal ini sejalan dengan pernyataan Raden, yang mengungkapkan bahwa alasan ia membeli skin dalam gim tersebut adalah untuk memperoleh kesan keren di lingkungan pergaulannya.

”Waktu itu ada skin kolektor ling, nah yang dimana aku sama sekali gak bisa make hero itu mas. Tapi pernah lihat konten di tiktok orang memakai hero ling terlihat keren banget dan juga menjadi mahir memainkannya, lalu saat skin kolektor ling keluar itu saya beli sekitar 500 ribuan tapi saya tidak bisa pakai dan akhirnya cuma dipajang saja di profil saya. Jadi kalau untuk sekedar gengsi saja sih pasti sangat pernah untuk membelinya. (Jojo, 27 Februari 2025)



Gambar 3. 2. Tampilan Kolektor Skin Ling. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.

Bukan hanya untuk pamer kepada teman-teman saja, di gim MLBB sendiri para pemain bisa menampilkan skin di profil mereka untuk bisa di lihat oleh orang yang tidak berteman didalam MLBB itu sendiri. Adanya rasa ingin pamer kepada khalayak orang lain yang tidak kita kenal dengan cara menyematkan skin yang kita mau untuk di tampilkan di profil pada saat di dalam game, selain dari pada gengsi hal itu yang menjadi dasar mengapa Jojo selalu membeli skin *event* skin tersebut sudah terlewatkan namun saat muncul kembali berusaha untuk tetap mendapatkan skin tersebut.

”Dari penampilannya, jadi dari penampilan di heronya saat dipakai skinnya itu jadinya bagus atau tidak. Aku membelinya karena memang penampilan skinnya dan juga efek skin yang menarik”. (Taufiqurrahman, 25 Februari 2025)

”Pernah, membeli skin karena penampilannya yang elegan dan menarik, semisal ada skin yang berkolaborasi lalu ada beberapa skillnya yang ada

di film aslinya yang membuat jadi lebih menarik karena langsung mengambil referensi dari filmnya, selain elegan dan menarik itu juga jadi faktor beli skinnya sih". (Naufan, 25 Februari 2025)

Indikator lainnya adanya perilaku konsumtif pada anggota komunitas Ch_Magelang ini yaitu penampilan dari skin yang di hadirkan oleh Moonton yang menarik untuk para pemainnya. Penampilan skin yang menarik menjadi salah satu mengapa para narasumber melakukan pembelian skin di MLBB ini, adapun efek yang diberikan oleh skin tersebut tidak kalah bagusnya dibandingkan dengan visual skin nya saja, dan juga adanya skin-skin yang mendapatkan kolaborasi dengan serial anime ataupun kartun yang menjadi skin tersebut terlihat sangat menarik untuk di gunakan saat bermain maupun hanya untuk koleksi semata.

"Ya ada sih mas, biasanya dari efek-efek skinnya gitu ya, kalau kolaborasi itu ada efek khusus dari model yang dikolaborasikan gitu. Nah lalu semisal harith gitu kan efek skillnya jadi kelihatan lebih cepat jika pake skin gitu mas". (Gunung, 27 Februari 2025)

Gunung mengungkapkan bahwa salah satu faktor yang mendorong pembelian skin dalam permainan adalah efek visual yang dihasilkan oleh skin kolaborasi, yang menurutnya memberikan kesan bahwa kemampuan atau skill karakter tampak lebih cepat saat digunakan dalam permainan. Efek visual yang menarik tersebut menjadi salah satu pertimbangan utama dalam keputusan pembelian skin selain aspek fungsional.

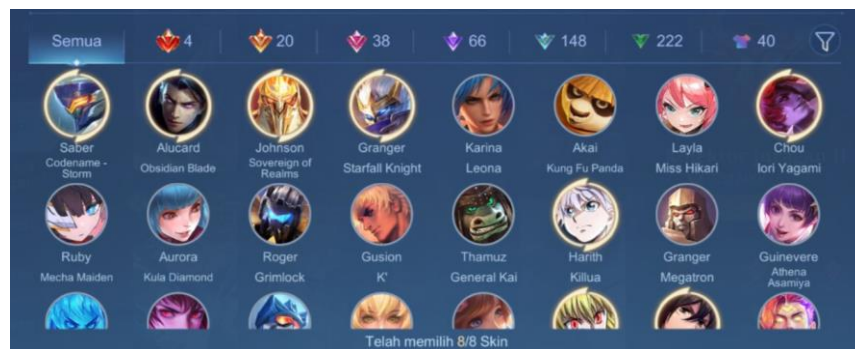
"Iya biasanya tertariknya karena itu, penampilan heronya menjadi bagus, skinnya bagus lalu efek yang ditimbulkan juga bagus dan menjadi mewah saja gitu. Lalu dibeli bisa untuk koleksi juga, apalagi jikalau hero nya itu yang tidak bisa saya pakai tapi karena suka aja dari penampilannya jadinya tetep di beli walaupun jarang sekali untuk dipakai". (Raden, 27 Februari 2025)

Penampilan yang menarik memang menjadi salah satu daya tarik utama pemain untuk melakukan pembelian pada skin tersebut, walaupun raden menyebutkan juga tidak bisa menggunakan karakter tersebut namun para pemain tetap melakukan pembelian akan skin tersebut didasarkan atas kesukaannya akan tampilan skinnya yang menarik dan merasa cocok untuk di koleksi saja.

"karena skinnya menarik gitu ya? banyak sih rata-rata skin yang aku beli itu karena menarik, karena desainnya berbeda terus dan juga efek yang

ditimbulkan nya juga berbeda, lalu efek skill didalam permainannya berbeda tiap skill. Itu biasanya aku beli, makanya sebelum aku membelinya aku cek dulu efek didalam permainannya nya gimana, kalau semisal ramai banget aku beli. Tapi kalau cuma biasa aja lebih gak beli sih". (Jojo, 27 Februari 2025)

Menurut Jojo, keputusan dalam melakukan pembelian skin didasarkan pada daya tarik visual dari desain skin yang beragam, yang memberikan pengalaman efek visual yang berbeda saat digunakan dalam permainan. Namun demikian, Jojo tidak langsung memutuskan untuk membeli skin hanya karena tampilannya menarik, ia terlebih dahulu menilai secara detail kualitas efek visual yang ditampilkan dalam permainan. Jika efek tersebut dianggap kurang memuaskan, maka ia memilih untuk tidak melakukan pembelian sama sekali.



Gambar 3. 3. Kumpulan Skin di MLBB. Sumber: Koleksi skin Naufan.

Hadir nya seorang influencer menjadi sangat penting untuk sebuah brand, karena influencer memiliki kemampuan untuk bisa mempengaruhi opini, perilaku dan juga keputusan dari orang lain. Sama halnya di dalam dunia E-Sport terkhusus MLBB, influencer di MLBB bisa mempengaruhi tingkat konsumtif untuk para pemainnya. Banyak sekali para influencer yang masih aktif untuk mereview hero, atau skin baru yang akan dikeluarkan oleh MLBB seperti, Jonathan Liandi, Donkey BAR BAR, Oura dan lain-lain.

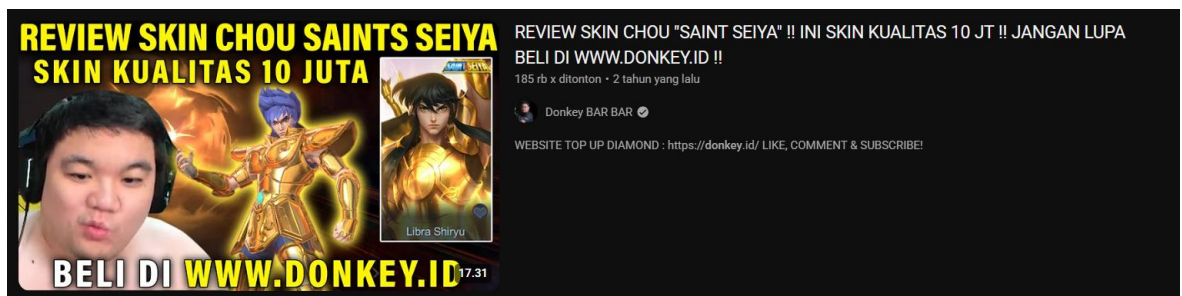
"iya pernah, liat dari bocoran dahulu atau saat sudah rilis liat review-review dari para influencer; memang saya lihat dahulu sih dari nonton influencer atau bocoran yang ada kalau bagus ya udah beli". (Taufiqurrahman, 25 Februari 2025)

Bocoran yang di tayangkan oleh para influencer biasanya adalah bocoran awal bagaimana skin terbaru akan hadir sebelum biasanya resmi muncul di server utama. Taufiqurrahman juga berbicara bahwa ia sebelum membeli

sebuah skin baru biasanya melihat *leak* dulu ataupun melihat review dari para influncer yang sudah mempunyai skin nya terlebih dahulu lalu memutuskan untuk membelinya.

”pernah, waktu masih sekolah dahulu saya teringin banget mau membeli skin chou yang elite itu, lalu karena idola saya Donkey pada saat itu yang memakai chou dengan skin itu terlihat sangat lincah dan saya langsung membeli skin tersebut”. (Naufan, 25 Februari 2025)

Para influencer menjadi salah satu indikator seorang pemain MLBB untuk melakukan pembelian skin dikarenakan review yang telah dibuatnya. Donkey atau yang bernama asli Yurino Putra Angkawijaja menjadi tolak ukur Naufan untuk melakukan pembelian skin di MLBB. Melalui konten ulasan yang dibuatnya, Donkey secara tidak langsung memengaruhi persepsi audiens, terutama ketika ia menampilkan kemampuan bermain yang lincah menggunakan skin terbaru yang sedang direview. Hal itu juga menjadi alasan mengapa Naufan akhirnya membeli sebuah skin yang telah di review oleh Donkey.



Gambar 3. 4. Donkey Mereview Skin Chou “Saint Seiya”. Sumber:

<https://www.youtube.com/watch?v=1NVRVijCzu4>.

”Biasanya membelinya sesuai review, kalau reviewnya menarik skin efeknya bagus akhirnya beli, walaupun tidak dipakai heronya tetep beli. Saat nonton content creator semisal skinnya bagus efeknya bagus dibeli”. (Raden, 27 Februari 2025)

Review yang diberikan oleh para influencer MLBB ini sangat penting terhadap tingkat pembelian skin kepada pribadi para pemain. Review yang dikemas dengan bahasa yang menarik dan juga persuasif menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi positif terhadap skin yang diulas. Raden mengatakan kalau ia akan tetap membeli skin tersebut walaupun tidak bisa memakai *hero* yang digunakan, karena saat menonton review content creator

MLBB mereview skin tersebut dengan menarik dan juga dari segi skin dan tampilannya yang akhirnya memutuskan untuk membelinya.

"Ada sih mas, tapi gak harus orang itu terus sebagai patokannya mas. Kalau dari iklan-iklan begitu biasanya sih fitur skin starlight kalau misal iklan skin yang lumayan mahal itu tidak tertarik. Tergantung yang di iklankan saja semisal starlight jadinya membeli starlight saja, kalau yang mahal-mahal gitu tidak tertarik sih". (Gunung, 27 Februari 2025)

"Kalau itu sih tidak pernah, jadi walaupun orang review kaya bagus ini ramai efeknya dan juga murah, tetep tidak aku ambil kalau tidak suka jadi aku bener-bener liat yang aku suka heronya bisa ya aku beli gitu lo". (Jojo, 27 Februari 2025)

Berbeda dengan dua anggota komunitas Ch_Magelang yaitu Gunung dan juga Jojo, mereka berdua tidak terlalu terpengaruh dengan adanya review yang dilakukan oleh seorang influencer maupun content creator MLBB yang mereview sebuah skin baru rilis. Gunung hanya tertarik membeli skin yang hanya muncul di starlight skin saja, jadi skin-skin terbaru dan juga bisa terbilang mahal kurang tertarik baginya. Sedangkan Jojo membeli sebuah skin yang memang dikarenakan ia menyukai skin tersebut dan juga hero yang sama dengan skin tersebut ia bisa memakainya, bukan dikarenakan review dari para influencer maupun content creator.

Kepemilikan skin dalam sebuah gim, khususnya pada gim Mobile Legends: Bang Bang (MLBB), memiliki nilai penting bagi sebagian besar pemain, tidak hanya dari aspek estetika, tetapi juga dari sisi psikologis dan sosial. Skin yang menarik atau telah lama diidamkan, serta menjadi ajang pembuktian atau gengsi dalam lingkungan pertemanan. Lebih dari itu, secara psikologis, penggunaan skin tertentu dapat meningkatkan kepercayaan diri pemain saat bermain, menumbuhkan perasaan lebih terampil, dan menciptakan sugesti positif bahwa mereka bermain dengan performa yang lebih baik dibandingkan ketika tidak menggunakan skin. Fenomena ini menunjukkan bahwa elemen kosmetik dalam gim dapat memberikan dampak psikologis yang signifikan terhadap pengalaman bermain.

"Wah itu kalau mendapatkan skin yang saya incar senang sekali ya, terlebih lagi saat sebelumnya udah liat bocorannya dahulu gitu. Langsung main pakai skin itu terus, spam hero terus dan pada saat didalam permainan nya saya jadi merasa lebih percaya diri gitu buat gerakan jadi berasa lebih jago". (Taufiqurrahman, 25 Februari 2025)

"Kalau skin incaran ada, yaitu skin chou Saiyan, saat mendapatkan skinnya sudah pasti saya senang dan juga membuat saat main itu saya menjadi lebih percaya diri gitu, jadi semisal chou bertipe hero inisiasi gitu nah karena saya memakai skin yang mewah gitu jadi saya seperti tidak ragu gitu untuk melakukan inisiasinya. Jadi ya berasa lebih percaya diri dan juga lebih jago pas main dan make skin itu". (Naufan, 25 Februari 2025)

Hal serupa juga dirasakan oleh narasumber itu sendiri, mereka menyampaikan bahwa memiliki skin yang pingin kita punyai akan sangat menjadi berbeda saat kita sudah mendapatkan dan bermain menggunakan skin tersebut. Taufiqurrahman dan juga Naufan menjadi sangat pede dan juga seakan lebih jago saat memakai skin yang telah didapatkannya, dibawah alam sadarnya timbul rasa percaya diri yang besar saat didalam gim nya yang seolah-olah pada saat bermain pergerakan heronya menjadi tidak tertebak, sangat lincah, dan juga menjadi lebih jago dibandingkan dengan musuhnya.

"Kalau skin incaran pasti ada sih, semisal seperti skin kolaborasi KOF chou begitu kan, lalu saat saya dapat udah pasti senang banget saya mas. Setelah itu pada saat bermain tidak tau mengapa ya jadinya seakan-akan saya lebih percaya diri kalau main pake skin itu. Jadi lebih sering buat gerakan, merasa tidak takut gitu untuk melakukan inisiasi terlebih dahulu seakan-akan mendapatkan pengaruh psikologis diri merasa lebih percaya diri tambahan gitu mas saat memakai skin tersebut". (Gunung, 27 Februari 2025)

Adanya perasaan yang lebih dari yang lain bisa menjadi faktor mengapa rasa kepercayaan diri pemain MLBB meningkat menggunakan skin yang didapatkannya. Secara tidak langsung, pemain yang menggunakan skin tersebut cenderung merasa lebih unggul dibandingkan rekan satu tim maupun lawan di dalam permainan. Skin yang bernilai tinggi sering kali memberikan efek psikologis berupa *mental boost*, yang membuat pemain merasa lebih percaya diri dan memiliki kepercayaan bahwa mereka dapat tampil lebih baik. Selain itu, penggunaan skin eksklusif juga dapat menciptakan kesan intimidatif terhadap lawan, karena diasosiasikan dengan status atau kemampuan yang lebih tinggi dalam permainan.

"Biasanya iya sih, kita kalau mendapatkan skin yang kita incar atau skin yang hero favorit kita gitu jadinya kita merasa tambah hebat saat memainkannya gitu tambah percaya diri juga lalu menjadi merasa kita lebih mudah gitu mas buat memenangkan permainannya". (Raden, 27 Februari 2025)

”Nah itu salah satunya, jadi kalau pakai skinnya tuh merasa jago apalagi efeknya yang mewah-mewah ya merasa lebih sakit nih hero ku, lalu seperti lebih percaya diri semisal musuh ada yang tidak pakai skin terus aku memakai skin, aku ejek aja di depannya untuk menyombongkan, saat mengeleminasinya aku menyombongkan begitu. Lalu kalau pun aku kalah, semisal kalau kalah tu musuh mengejek itu aku pakai senjata itu, seperti yang penting skinnya keren tidak seperti kamu default. Terkadang aku pakai senjata itu tapi ya buat sombong saja”. (Jojo, 27 Februari 2025)

Dengan skin idaman yang didapatkan oleh para pemain selain menimbulkan rasa kepercayaan yang tinggi saat berada di in game, faktor psikologis para pemain juga akan terpengaruh dengan skin yang ia punyai. Baik Raden dan juga Jojo merasa kalau ketika mereka memakai skin yang didapaknya akan meras jadi lebih mudah untuk memenangkan permainannya, merasa akan hero yang dipakainya juga jauh lebih sakit dibandingkan dengan hero yang tidak memakai skin. Adanya rasa sombong pula didapatkan ketika bertemu dengan musuh yang tidak memiliki skin dikarenakan skin yang ia punyai sangat mahal dan bisa mempengaruhi jalannya permainan saat didalam gamenya.

2.2 Aspek-Aspek yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang dalam melakukan pembelian barang atau jasa tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Salah satu aspek utama dari perilaku konsumtif adalah kebiasaan mengonsumsi barang bukan berdasarkan kebutuhan melainkan keinginan semata, aspek lainnya adalah perilaku membeli barang di luar jangkauan kemampuan ekonomi meskipun kondisi finansial terbatas. Selain itu, perilaku konsumtif juga terlihat dalam kecenderungan membeli barang-barang yang tidak produktif. Individu kerap membeli produk hanya untuk kesenangan sesaat atau demi mendapatkan pengakuan sosial dari lingkungan sekitar, Ketiga aspek ini mencerminkan bagaimana perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan, tetapi juga oleh faktor psikologis, sosial, dan ekonomi.

”Tujuannya sih sudah pasti hanya untuk kepuasan tersendiri saja sih, lalu juga untuk gengsi sama teman karena punya skin yang bagus”. (Taufiqurrahman, 25 Februari 2025)

Keinginan untuk memiliki skin dalam MLBB dapat dikategorikan sebagai salah satu aspek dari perilaku konsumtif yang muncul dalam komunitas Ch_Magelang. Hal ini seperti yang disampaikan dari Taufiqurrahman yang menyebutkan bahwa kepemilikan skin memberikan rasa kepuasan pribadi sekaligus menimbulkan rasa gengsi, terutama ketika skin yang dimiliki dianggap lebih baik dibandingkan dengan milik teman-temannya. Fenomena ini menunjukkan bahwa dorongan konsumtif dalam pembelian skin tidak hanya dilandasi oleh kebutuhan fungsional dalam permainan, tetapi juga oleh motivasi psikososial seperti pencapaian status dan pengakuan dalam lingkungan komunitas.

"Pertama pastinya hanya untuk dikoleksi saja sih skin-skin nya, lalu juga karena teringin saja mempunyai skin nya gitu karena bagus, walaupun nantinya jarang di pakai juga. Lalu pada saat main bisa untuk meningkatkan rasa kepercayaan diri aja saat mainnya gitu". (Naufan, 25 Februari 2025)

"Mungkin ada kepuasannya juga sih, soalnya kalau ada event-event gitu seperti kolaborasi atau skin eksklusif yang dirilis sama Moonton, nah jadi berasa lebih jago gitu saat mainnya. Terus juga terkadang saya kalah sama ego sendiri sih mas, maksudnya seperti aku gak bisa nih pakai hero tersebut tapi skinnya bagus terus ego saya bilang seperti, ya udah beli aja kan tidak ada salahnya hanya untuk dikoleksi. Jadi gitu mas sering beli cuma buat keinginan aja padahal jarang di pake". (Gunung, 27 Februari 2025)

Sama halnya yang di ungkapkan oleh Naufan dan Gunung, rasa keinginan walaupun hanya untuk dikoleksi saja dikarenakan penampilan skin tersebut yang menarik. Padahal sebelumnya ia mengetahui bahwa hero yang memiliki skin tersebut tidak ia kuasai sepenuhnya namun karena hanya rasa keinginan dari dirinya sendiri yang tetap membeli skin tersebut. Adanya faktor psikologis dalam diri sendiri menjadi pemicu dalam melakukan top up untuk pembelian skin, seperti timbulnya rasa percaya diri di ingame saat mendapatkan skin tersebut dan juga ego untuk melakukan pembelian skin yang sebenarnya tidak diperlukan. *"Biasanya kalau membeli skin kita karena hero favorit juga ya kebetulan rilis skin yang bagus begitu, lalu juga mempunyai keinginan untuk membeli nya". (Raden, 27 Februari 2025)*

Selain rasa keinginan tersendiri untuk melakukan top up skin di MLBB, didukung oleh faktor hero yang menjadi pas saat dikeluarkannya skin tersebut.

Raden yang merasa sudah bisa menguasai salah satu hero tertentu menjadi tidak ragu untuk melakukan pembelian skin di hero tersebut. Rasa keinginan tersendiri mendorong jauh lebih besar saat skin yang keluar bersamaan dengan hero yang dikuasainya dibandingkan hero yang ia tidak kuasai.

”Jadi dahulu aku beli karena hero yang aku bisa mainkan, semisal yu zhong tuh, karena aku suka main yu zhong jadi aku membeli skin nya. Baru ada lagi seperti xavier juga beli skin kolaborasi gojo nya, nah namun belakangan ini mulai impulsif buying, walaupun aku tidak bisa pakai heronya namyn tetap aku beli itu skin karena fomo aja. Tapi akhirnya aku pelajarin juga sih heronya baru dipakai. (Jojo, 27 Februari 2025)

Berbeda halnya yang dirasakan oleh Jojo, ia membeli skin tidak dengan rasa keinginannya sendiri melainkan rasa fomo yang dirasakannya. Pada awalnya memang Jojo membeli skin kalau sesuai *role* atau hero yang bisa ia pakai saja, namun adanya rasa fomo pada dirinya sendiri yang akhirnya membuat ia membeli skin dengan hero yang tidak bisa ia pakai dikarenakan rasa fomo saja atau bisa dibilang hanya mau ikut-ikutan saja.

Kepopuleran MLBB yang cukup pesat memang membuat para pemainnya merasa ingin terlihat lebih dibandingkan dengan teman lainnya, memiliki skin yang bagus menjadi salah satu tolak ukur bahwa ia bisa melampaui teman-temannya. Skin yang disuguhkan oleh moonton memang terlihat keren saat kita memilikinya, namun memang harga yang dibilang tidak murah untuk mendapatkan skin tersebut. Para pemain rela menabung untuk membeli skin bahkan mencari uang tambahan untuk bisa mendapatkan skin tersebut.

”Ini dari freelance, desain terus event-event tiap turnamen gitu kan kita kolaborasi itu dari cafe juga ngasih kita fee fresh money gitu kan, lalu nanti fresh money nya buat self reward buat beli skin gitu”. (Taufiqurrahman, 25 Februari 2025)

Sama halnya yang dirasakan oleh anggota komunitas Ch_Magelang, para anggota yang kebanyakan masih mahasiswa dan juga masih belum mempunyai pekerjaan rela menyisihkan duit bulanan dan mencari uang tambahan untuk membeli sebuah skin. Taufiqurrahman sendiri mencari pekerjaan *freelance* dan menjadi panitia untuk mencari tambahan duit dan membeli sebuah skin sebagai *self reward* untuk dirinya. *”Karena bermain MLBB dari sekolah, dulu beli*

skinnya uang hasil dari turnamen, jadi menang uangnya di kumpulin lalu dibelikan skin". (Naufan, 25 Februari 2025)

Naufan yang sudah bermain MLBB saat bangku sekolah mengatakan jika ia mau membeli sebuah skin ia akan mengikuti sebuah turnamen yang diadakan dikotanya, lalu saat menang uang hadiahnya ia kumpulkan jika sudah cukup untuk membeli skin baru Naufan membeli skin tersebut melalui uang hadiah turnamen yang sudah dikumpulkan sejak lama.

"Mungkin bisa dari hasil uang joki, bisa juga hadiah-hadiah dari turnamen gitu". (Gunung, 27 Februari 2025)

"Untuk mendapatkan uang paling dari menang turnamen, dari uang joki dan paling gak uang saku yang dikumpul-kumpulin". (Raden, 27 Februari 2025)

Selain bekerja dan mencari uang tambahan dari turnamen maupun kerja seperti freelance, di kalangan pemain MLBB sendiri pun terkenal dengan ada jasa untuk menaikkan sebuah rank atau joki. Joki sendiri merupakan sebuah jasa yang kita membayarkan sejumlah uang untuk menaikkan rank kita namun dimainkan oleh orang lain, Gunung dan juga Raden adalah orang yang menawarkan jasa dirinya sebagai penjoki di MLBB. Uang hasil joki ini lah yang biasanya Gunung dan juga Raden gunakan untuk membeli sebuah skin di MLBB.

"Nah dari yang pertama dari uang bulanan, dari orang tua itu aku tabung aku sisihin dan kadang kalau ada skin yang aku pengen aku maksa gak aku tabung aku langsung beli sampai duitku habis. Yang kedua aku lagi magang juga, magang itu dapat duit bulanan itu juga salah satu sumber dana untuk top up ini". (Jojo, 27 Februari 2025)

Namun tidak semua narasumber mengikuti turnamen, memiliki pekerjaan dan juga menjadi joki, seperti halnya Jojo yang menjalani kehidupannya sebagai mahasiswa biasa. Karena Jojo sendiri tidak mengikuti turnamen dan juga tidak jadi penjoki, Jojo mengakalinya dengan mencari magang yang dibayar dan juga menyisihkan duit nya dari uang bulanan yang dikirimkan oleh orang tuanya.

Adanya rasa keinginan tersendiri untuk melakukan pembelian skin di MLBB ini menjadikan para pemainnya akan melakukan segala nya untuk bisa memiliki skin impiannya. Untuk jenis skin seperti skin kolaborasi, skin epic atau skin legend bisa dikatakan di banderol dengan harga yang tidak murah, adanya sistem *spin* atau *gacha* di MLBB mengharuskan para pemainnya untuk melakukan top up lebih dari satu kali. Biasanya para pemain telah mengkalkulasikan sejumlah nominal uang yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan skin impian mereka, bahkan ada yang sampai mencari kerja sampingan untuk mendapatkan uang tambahan.

"Iya tetap berusaha untuk mendapatkan skin tersebut mungkin dengan cari tambahan-tambahan dari kerjaan lainnya gitu. Tapi tetap harus beli skin nya itu gak mau tau harus dapet gitu". (Taufiqurrahman, 25 Februari 2025)

Sama halnya seperti yang dikatakan oleh Taufiqurrahman, ia akan mencari uang tambahan untuk mendapatkan skin yang ia inginkan. Diluar dari pekerjaannya sebagai *freelance* ia akan mencari tambahan dari kerjaan lainnya yang ia terima dikarenakan dari dirinya sendiri pun mendorong nya untuk harus tetap mendapatkan skin incaran nya tersebut. *"Ya semisal menginginkan sangat ya saya berusaha untuk menabung, tapi kalau memang harus direlakan ya siap untuk merelakan, tapi tetap berusaha dulu buat nabung". (Naufan, 25 Februari 2025)*

Salah satu cara untuk bisa membeli skin yang para pemain inginkan jika belum mempunyai duit yaitu dengan cara menabung. Seperti yang dilakukan oleh Naufan ia akan berusaha untuk menabung terlebih dahulu untuk menambah uangnya supaya bisa dibelikan skin yang ia inginkan, walaupun nantinya jika memang tidak sempat ataupun *event* skin tersebut sudah lewat ia bisa saja untuk merelakan skin yang ia inginkan.

"Mungkin iya, soalnya ada kan di MLBB ada mode hemat weekly diamond pass gitu jadi harganya bisa lebih murah gitu. Jadi kita spin nya bisa per hari gitu jadi lebih murah, bisa saya mencicil gitu, ada juga ikut turnamen buat tambah-tambahan top up sama hadiah dari diamondnya mas". (Gunung, 27 Februari 2025)

Berbeda cara yang dilakukan oleh salah satu anggota komunitas Ch_Magelang yaitu Gunung, ia menggunakan cara mencicil hadiah yang akan ditukarkan sebagai skin impiannya. Di sini Gunung menggunakan salah satu

fitur di MLBB yaitu dengan mode hemat weekly diamond yang akan memberikan potongan harga spin untuk kali pertama, jadi ia bisa mencicil spin nya satu per satu hari sehingga menjadi lebih murah untuk melakukan top up nya.

"Paling tidak terlalu teringin juga, kalau memang seperti udah terlewat gitu event skin nya nah jadinya paling kita menunggu di event selanjut nya aja, sambil mengumpulkan uangnya, jadi tidak saat itu juga untuk top up nya. Tapi aku tetap berusaha untuk mendapatkan skin tersebut". (Raden, 27 Februari 2025)

Menunggu event selanjutnya menjadi salah satu cara juga para pemain untuk bisa mendapatkan skin yang diimpikan walaupun tidak langsung membeli diamond saat itu juga, untuk mendapatkan skin impiannya Raden juga menunda untuk langsung melakukan pembelian skin di saat skin itu baru dirilis. Ia tetap berusaha untuk mengumpulkan uangnya terlebih dahulu lalu membeli skin tersebut, namun ia juga bisa untuk merelakan skin tersebut untuk tidak dimilikinya.

"Jadi dulu aku pernah beli skin tapi saat aku tidak punya duit sama sekali, maksudnya seperti duitku kalau dibuat beli skin langsung beneran habis, tapi kepingin banget skin itu. Tapi seperti dapat mukzijat gitu aku di transfer duit bulanan, dan saya ingat banget kalau harga skin tersebut sekitar 500 ribu dan saya spin skinnya itu sampai habis 400 ribu sampai cuma sisa 100 ribu duitku dan ingat banget aku itu selama 2 hari aku cuma makan bubur instan aja. Tapi gak menyesal banget sih, karena kan skin kolaborasi gojo mengeluarkan empat karakter, nah aku dapat dua dari empat karakter tersebut. (Jojo, 27 Februari 2025)

Berbeda halnya yang dilakukan oleh Jojo, Jojo mengungkapkan kalau dirinya akan langsung menghabiskan duitnya untuk mendapatkan skin yang ia dapatkan. Seperti yang dikatakan ia rela untuk menghabiskan duit bulanan yang dikasih dari orang tuanya untuk langsung membeli skin yang ia pingin. Walaupun ia sendiri tau bakalan susah untuk di kehidupan aslinya seperti ia rela hanya makan bubur instan saja demi mendapatkan skin yang ia inginkan. Pada saat itu MLBB berkolaborasi dengan anime Jujutsu Kaisen dengan karakter Gojo Satoru, Kaisen Megumi, Kaisen Mobarra dan juga Itadori Yuji, sebenarnya Jojo hanya mengincar skin Gojo Satoru saja namun saat melakukan skin ia juga mendapatkan skin Kaisen Mobarra sehingga ia tidak menyesal untuk menghabiskan duit bulananya saat itu juga.

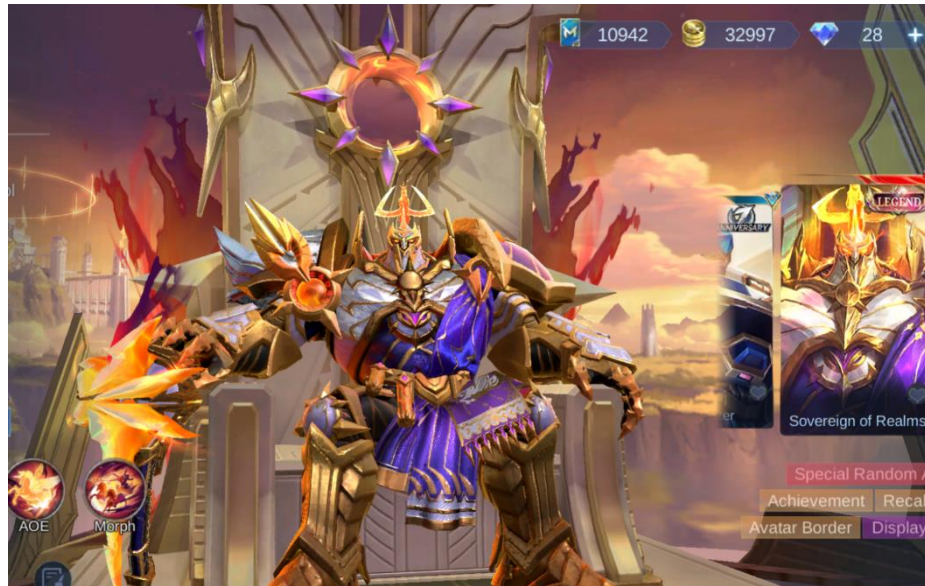


Gambar 3. 5. Skin Xavier ”Satoru Gojo”. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.

Selain dari dua aspek seseorang melakukan konsumtif, aspek yang terakhir yaitu adanya rasa kesenangan saat melakukan pembelian tersebut dan juga ingin nya mendapatkan validitas dari seseorang walaupun hal tersebut tidak diperlukan bagi dirinya. Rasa kesenangan sementara yang dicari oleh seseorang yang melakukan perilaku konsumtif dan juga haus akan validasi seseorang menjadi salah satu aspek mengapa seseorang bisa melakukan perilaku konsumtif.

”Dari visualnya skinnya sih yang bagus, terus heronya semisal skin nya bagus heronya jadi meta gitu yang sebelumnya tidak terpakai jadinya bisa terpakai kembali di rank. Jadi ya itu yang bikin senang banget sih puas saat mendapatkan skin itu”. (Taufiqurrahman, 25 Februari 2025)

Visual yang dihadirkan oleh Moonton saat mendapatkan skin tersebut menjadi salah satu faktor mengapa Taufiqurrahman merasa senang setelah mendapatkan skin terbaru, faktor lainnya adalah hero yang mendapatkan skin baru tersebut biasanya menjadi laris kembali digunakan pada saat permainan berlangsung. Sehingga rasa kesenangan yang didapatkan saat membeli skin terbaru tersebut selain mendapatkan visual yang bagus saat menggunakannya lalu hero itu kembali sering dipakai.



Gambar 3. 6. Visual Skin Legends Hero Johnson. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.

”Ya kalau kepuasan sangat dapat puasnya, kita kan dapat skin yang kita mau bisa dikatakan, nah pas sudah dapat pastinya puas dan senang banget juga. Terus karena balik lagi meningkatkan kepercayaan diri saat turnamen jadi ya itu seperti sesuatu yang harus didapatkan”. (Naufan, 25 Februari 2025)

Selain merasa senang, tumbuhnya rasa kepercayaan diri dari psikologi para pemainnya menjadi hal yang dicari saat melakukan pembelian skin baru tersebut. Timbulnya rasa kepercayaan diri yang lebih didapatkan ketika kita telah mendapatkan skin yang diinginkan, rasa kepuasan dan juga rasa senang timbul seketika setelah berhasil mendapatkan skin tersebut.

”Ya pastinya ada untuk rasa puas begitu, semisal seperti ini skin langka gitu kan harganya cukup mahal, terus saat aku beli dapat skinnya seperti puas gitu rasanya, biasanya skin-skin limited juga gitu yang buat puas dan juga senang pas dapat”. (Gunung, 27 Februari 2025)

Rasa kepuasan didapatkan saat mendapatkan skin yang diinginkan, apalagi seperti skin-skin yang dilabeli dengan skin limited atau skin legend yang secara harga memang mahal untuk sebuah skin. Gunung memberitahu bahwa rasa kepuasannya didapatkan jika ia telah mendapatkan skin yang dibidang limited dan juga mahal untuk mendapatkannya, rasa puas dan juga senang ketika langsung mendapatkan skin tersebut.

”Hal yang bikin puas itu ketika kita membeli skinnya, lalu teman kita ada yang tidak punya skin tersebut, jadinya kan kita kelihatan lebih keren gitu

dibandingkan teman dan juga ya senang biasanya gitu". (Raden, 27 Februari 2025)

"Yang pertama sih karena efeknya yang memuaskan sih, dari segi efek segi kostum skin nya yang mewah karena telah mengeluarkan harga segitu punya skin semewah ini dan bisa di sombongin jadi senang aja. Jadi kalau di pajang di profil orang buka profil tidak malu-maluin amat gitu lo. Aku tu orangnya seperti butuh validasi, kaya udah saat kita pasang skin bagus ini kan, terus melihat siapa yang mengunjungin profil kan bisa di lihat tuh kaya, wah dilihat nih sama orang ini profilku skinnya banyak ni. Bahkan di fitur koleksi profil tu aku sengaja pasang skin-skin yang mahal gitu lah, soalnya kaya ajang karena skill ku gak ada mending pamer skin aja gitu lah". (Jojo, 27 Februari 2025)

Adanya rasa validitas dari seseorang menjadi aspek mengapa orang melakukan tindakan konsumtif, sanjungan dari orang lain bahwa kalau kita lebih tinggi dibandingkan para pemain lainnya. Hal itulah yang dirasakan oleh Raden dan juga Jojo untuk melakukan perilaku konsumtif dengan melakukan pembelian skin di MLBB, rasa ingin melebihi pemain lain itulah yang dirasakan oleh Raden dan juga Jojo saat memamerkan skin-skin yang mereka punyai baik kepada teman di kehidupan nyata atau dengan memasang skin mahal di profil in game nya.

3. Fitur Penampilan Untuk Hero

Kesuksesan dari sebuah video game bukan hanya dari gameplaynya ataupun tampilan didalam saat memainkannya, namun banyak sekali aspek-aspek lainnya yang bisa membuat sebuah video game banyak digemari dan juga banyak sekali menarik para pemain. Salah satunya adalah fitur penampilan untuk karakternya, segi visual menjadi hal yang sangat gampang disadari oleh seseorang ketika pertama kali melihat sesuatu. Visual yang menarik akan sangat cepat mendapatkan perhatian dari orang termasuk juga didalam video game, Moonton sebagai developer MLBB menyadari betul akan hal itu. Maka dari itu banyak sekali tampilan yang sangat menarik di setiap karakternya, MLBB sendiri saat ini sudah merilis lebih dari 500 skin dan akan terus bertambah. Skin sendiri menjadi elemen yang penting didalam game karena akan memberikan visual yang menarik saat memainkannya, namun hal ini juga menjadi salah satu faktor seseorang akan melakukan perilaku konsumtif.

3.1 Latar Belakang Membeli Skin

Para developer saat ini menyadari betul akan pentingnya sebuah penampilan atau skin didalam game mereka, karena visual dari skin yang di berikan akan menjadi pertimbangan penting untuk orang yang belum mencoba game mereka. MLBB juga selalu menghadirkan skin-skin yang sangat menarik untuk menggaet para calon pemain baru dan juga baik pemain yang sudah memainkannya, para pemain yang sudah bermain MLBB diketahui membeli sebuah skin dikarenakan tampilan hero yang jauh jadi lebih menarik dan juga efek skin yang ditimbulkan pada saat bermainnya. *"Tujuannya sih sudah pasti untuk kepuasan tersendiri aja sih, lalu juga untuk gengsi sama teman untuk punya skin yang bagus"*. (Taufiqurrahman, 25 Februari 2025)

Selain akan membuat tampilan hero akan menjadi lebih menarik, tujuan dari para pemain MLBB juga karena kepuasan tersendiri saat kita sudah mempunyai skin yang kita inginkan. Sama halnya yang sudah diungkapkan oleh Taufiqurrahman, ia membeli sebuah skin dikarenakan untuk kepuasannya tersendiri saja dan juga timbulnya rasa gengsi yang besar kepada teman nya karena mempunyai skin yang lebih bagus dari pada teman-temannya.

"Pertama pastinya hanya untuk dikoleksi aja sih skin-skin nya, terus juga karena kepingin aja punya skin nya gitu karena bagus walaupun nantinya jarang di pake. Lalu pada saat main bisa untuk meningkatkan kepercayaan diri aja pas mainnya gitu". (Naufan, 25 Februari 2025)

"Mungkin ada kepuasannya juga sih, soalnya kalau ada event-event gitu seperti kolaborasi atau skin eksklusif yang dirilis sama Moonton, nah jadi berasa lebih jago gitu saat mainnya. Terus juga terkadang saya kalah sama ego sendiri sih mas, maksudnya seperti aku gak bisa nih pakai hero tersebut tapi skinnya bagus terus ego saya bilang seperti, ya udah beli aja kan tidak ada salahnya hanya untuk dikoleksi. Jadi gitu mas sering beli cuma buat keinginan aja padahal jarang di pake". (Gunung, 27 Februari 2025)

Adanya perasaan emosional didalam diri yang muncul setelah kita memiliki skin yang kita inginkan selain timbulnya rasa gengsi terhadap teman, hal ini dirasakan oleh Gunung dan juga Naufan mengatakan bahwa ia merasa lebih percaya diri saat bermain dengan memakai skin dibandingkan tidak memakai skin. Selain itu juga karena penampilannya yang menarik jadi banyak sekali orang membeli sebuah skin hanya untuk dikoleksi saja walaupun tidak sering memakai skin nya.



Gambar 3. 7. Tampilan Skin Kolaborasi MLBB dan Naruto. Sumber: In game Mobile Legends Bang-Bang.

”Biasanya kalau membeli skin kita karena hero favorit juga ya kebetulan rilis skin yang bagus begitu, lalu juga mempunyai keinginan untuk membeli nya”. (raden, 27 Februari 2025)

”Jadi dahulu aku beli karena hero yang aku bisa mainkan, semisal yu zhong tuh, karena aku suka main yu zhong jadi aku membeli skin nya. Baru ada lagi seperti xavier juga beli skin kolaborasi gojo nya, nah namun belakangan ini mulai impulsif buying, walaupun aku tidak bisa pakai heronya namyn tetap aku beli itu skin karena fomo aja. Tapi akhirnya aku peljarin juga sih heronya baru dipakai. (Jojo, 27 Februari 2025)

Hal lainnya yang membuat para pemain membeli sebuah skin tersebut adalah hero favorit dari mereka mendapatkan skin yang bagus. Skin yang diberikan kepada hero favorit juga menjadi alasan utama para pemain membeli sebuah skin, mudahnya nya karena mereka sudah biasa memakai hero tersebut dan juga mendapatkan skin baru jadi mereka tidak ragu untuk langsung membelinya. Sama halnya dengan Raden dan juga Jojo, mereka membeli skin dikarenakan skin tersebut terdapat kepada hero favorit mereka.

BAB IV PEMBAHASAN

1. Perilaku Konsumtif

a. Indikator Dari Perilaku Konsumtif

Berdasarkan temuan dari kelima narasumber mendapati bahwa mereka semua pernah melakukan top up untuk pembelian skin di MLBB. Seperti yang diungkapkan oleh Taufiqurrahman menuturkan bahwa tujuan awal untuk membeli skin pada gim MLBB ini hanya untuk kepuasan tersendiri saja dan lain dari pada itu juga untuk rasa ingin menunjukkan gengsi kepada sesama teman dikarenakan mempunyai skin yang bagus dibandingkan teman-teman lainnya.

Hal yang sama dirasakan oleh Naufan, rasa ingin terlihat lebih keren dibandingkan teman-temannya menjadi salah satu alasan mengapa ia kerap sekali membeli skin di MLBB, dan juga rasa gengsi yang muncul juga yang akhirnya membuat dirinya selalu membeli skin.

Berbeda dengan yang dirasakan oleh Gunung, ia mengatakan alasan utamanya membeli sebuah skin berdasarkan dari rasa kecemburuan sosial dan juga pengaruh lingkungan sekitarnya. Gunung melakukan pembelian skin dikarenakan ia tidak mempunyai skin yang sama dengan yang dimiliki oleh temannya, lalu skin tersebut pula terdapat pada hero favoritnya, yang membuat adanya rasa kekhawatiran pada diri sendiri dan munculnya rasa tersaingin dibandingkan dengan teman-temannya.

Perilaku konsumtif di nilai bisa menjadi ekstrem karena lebih mementingkan barang di dunia sosial dibandingkan di dunia nyata. Seperti yang dilakukan oleh Raden, ia lebih memilih memiliki skin yang bagus dalam MLBB dibandingkan kebutuhannya di dunia nyata. Hal itu dilakukan untuk mendapatkan citra diri yang tinggi dibandingkan dengan teman lainnya, ia merasa akan lebih keren memiliki banyak skin dan memiliki skin yang bagus dibandingkan dengan teman-temannya.

Mempunyai skin di MLBB bukan hanya menimbulkan gengsi dan citra sendiri saja di kehidupan nyata dan lingkungan pertemanan saja. Mempunyai skin yang bagus dan juga banyak dapat juga dipamerkan didalam game nya, karena orang lain bisa melihat skin yang kita punya saat mengunjungin profil. Hal itu yang membuat Jojo selalu berusaha membeli skin walaupun *event* skin dari hero tersebut telah terlewat.

Dalam hal ini selaras dengan teori yang dikemukakan (Durandt, 2021) yaitu perilaku konsumtif merupakan sebuah tindakan membeli barang yang kurang diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan, selain itu pula adanya pengaruh dari kelompok lain yang menjadi peran dalam perilaku konsumtif. Terlihat dari jawaban dari kelima narasumber bahwa rata-rata dasar pembelian skin yang dilakukan di MLBB dipengaruhi oleh sesama temannya, adanya rasa gengsi, kecemburuan, dan juga pengaruh besar dari teman yang membuat mereka merasa tertinggal dan akhirnya melakukan perilaku konsumtif yang berlebihan.

Rasa akan kesenangan sesaat menjadi salah satu hal yang ingin dicari oleh para narasumber dan juga rasa validitas saat mempunyai skin didalam game MLBB ini. Mereka seakan tidak peduli dengan apa yang terjadi didunia nyata, yang mereka pikirkan hanyalah agar dapat bisa terlihat keren dibandingkan teman-temannya maupun orang lain yang ada didalam game MLBB. Sumartono (2002:117) mengatakan bahwa konsumtif merupakan pembelian barang tanpa adanya pertimbangan rasional dan juga bukan didasari dari kebutuhan pokok. Dalam hal ini perilaku konsumtif yang terjadi di masyarakat memiliki kecondongan materialistik, dengan hasrat yang sangat besar untuk memiliki benda-benda tanpa mempertimbangkan kebutuhannya dan juga sebagian besar hasrat ingin membeli hanya untuk kesenangan sesaat. Hasrat yang besar saat ingin menyaingi teman lainnya menjadikan para narasumber tidak memperdulikan dengan kehidupan nyata mereka, tanpa mempertimbangkan kebutuhan pokok diri mereka sendiri hanya untuk rasa kesenangan sesaat saja.

Visual yang dihadirkan oleh Moonton juga menjadi daya tarik tersendiri mengapa perilaku konsumtif itu bisa terjadi, penampilan ataupun efek visual membuat pengalaman bermain menjadi berbeda bagi para pemainnya, hal ini juga dilakukan oleh Moonton selaku developer game MLBB. Skin dengan memiliki penampilan yang menarik dan juga saat saat bermainnya pun terasa menjadi berbeda, anggota komunitas Ch_Magelang sendiri juga melakukan perilaku konsumtif dalam bentuk top up diamond dikarenakan adanya visual yang menarik di setiap skinnya. Teori ini juga pernah diungkapkan oleh Novita Suryanti, Titin Ekowati, Mahendra Galih. P (2017), indikator dari perilaku konsumtif yaitu: Membeli Produk dikarenakan ada iming-iming hadiah, membeli produk karena pengemasannya menarik, membeli produk dikarenakan untuk penampilan diri dan

juga gengsi, membeli produk dari harganya (bukan atas dasar manfaat dari produk tersebut atau kegunaannya), membeli produk hanya untuk menjaga simbol status, memakai atau membeli produk karena unsur model yang mengiklankan, timbulnya rasa percaya diri dengan membeli produk dengan harga mahal, mencoba membeli dua produk yang sama (merek berbeda).

Adapun kehadiran influencer atau orang yang berpengaruh juga menjadi sebab mengapa pemain melakukan top up diamond untuk membeli sebuah skin. Hal ini juga berpengaruh kepada para anggota komunitas Ch_Magelang, mereka menyatakan bahwa adanya pengaruh yang dilakukan oleh para influencer setelah mereka menonton review skin yang telah dilakukannya. Penjelasan skin baru saat di review menjadi salah satu ketertarikan untuk melakukan top up setelah menonton ulasan skin mereka, para influencer biasanya memiliki hak istimewa karena biasanya ia diberikan akun khusus untuk mengulas skin yang belum keluar atau masih percobaan. Dengan hadirnya para influencer menjadi indikator terjadinya perilaku konsumtif seperti menjadi salah satu poin yang dikatakan Novita Suryanti, Titin Ekowati, Mahendra Galih. P (2017), yaitu memakai atau membeli produk karena unsur model yang mengiklankan.

b. Aspek yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif

Banyak sekali aspek-aspek yang ada untuk mempengaruhi seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif, seperti mengkonsumsi barang yang tidak sesuai kebutuhan, mengkonsumsi barang diluar kemampuan ekonomi, aspek untuk mengkonsumsi barang yang tidak diperlukan dan juga hanya untuk mendapatkan status sosial. Dari temuan yang peneliti kemukakan kepada anggota Ch_Magelang, menjelaskan bahwa benar adanya kalau mereka melakukan pembelian skin hanya untuk kesenangan semata saja, adapun selain meraih rasa kesenangan sesaat timbulnya rasa gengsi dan juga status yang lebih tinggi dibandingkan teman-temannya menjadi rasa kenikmatan tersendiri saat membeli sebuah skin. Dan lagi pula mereka melakukan pembelian skin ini tidak didasarkan akan kebutuhannya, melainkan hanya untuk sebagai menaikkan status sosial dibandingkan teman lainnya maupun pemain lain yang ada didalam game.

Dalam hal ini selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Lina dan juga Rosyid (1997:7) yaitu empat aspek dalam melakukan perilaku konsumtif aspek dari mengkonsumsi barang yang tidak sesuai dengan kebutuhannya melainkan hanya

untuk memenuhi rasa keinginan. Dalam hal ini menyebabkan individu didalam pembelian barang yang baru tidak berdasarkan kebutuhannya namun hanya rasa keinginan semata. Aspek mengkonsumsi barang di luar jangkauan, dimana individu membeli sebuah produk yang harganya cukup mahal walaupun berada didalam kondisi ekonomi yang terbatas. Aspek untuk mengkonsumsi barang yang tidak produktif, individu membeli sebuah produk yang sebenarnya ia tidak perlukan, namun hanya untuk sebatas mendapatkan rasa senang dan juga validitas dari orang lain. Dan yang terakhir aspek mengkonsumsi barang hanya demi status, dimana individu membeli sebuah barang hanya demi sebuah gengsi saja, sehingga terlihat modern dan juga menimbulkan kebanggaan tersendiri bagi individu.

Perilaku konsumtif sangat merugikan bagi orang yang tidak sadar melakukannya, banyak sekali kerugian yang didapatkan karena hanya untuk memenuhi hasrat sesaat saja lalu rasa akan fomo dan juga ingin pengakuan status sosial yang lebih tinggi dibandingkan teman sebayanya. Kerugian dari segi material pasti terasa dikarenakan ia membeli barang tidak didasarkan atas kebutuhan pribadi, namun melainkan hanya rasa keinginan semata. Hal itu juga dilakukan oleh anggota Ch_Magelang, narasumber selalu melakukan pembelian skin bahkan ia tidak memerlukannya, hanya untuk keinginan semata saja dan juga untuk gengsi sesama teman. Hal ini mengakibatkan terjadinya pemborosan yang dilakukan oleh para narasumber karena sering melakukan pembelian skin namun tidak pernah dipakai. Teori dari Eni Lestari et al, (2017) mengatakan bahwa perilaku konsumtif dapat juga diartikan sebagai sebuah tindakan untuk membeli barang yang bukan untuk mencukupi kebutuhan pribadi namun untuk memenuhi sebuah keinginan, yang dilakukan secara berlebihan dan terus-menerus sehingga menimbulkan pemborosan.

1. Latar Belakang Membeli Skin

Banyak sekali hal yang bisa melatarbelakangi para pemain untuk melakukan pembelian skin di MLBB seperti skin yang diberikan kepada hero favorit para pemainnya, harga skin yang tidak terlalu mahal dan juga disuguhkan visual skin yang diberikan, lalu penampilan dari skin ataupun efek dari skill setelah kita mendapatkannya. Namun visual yang pertama kali kita lihat sebelum kita memutuskan apakah kita akan membeli ataupun tidak, sama halnya dengan para narasumber, mereka pertama kali sebelum membeli sebuah skin yaitu dari segi penampilan dan juga skill yang disuguhkan disaat kita memakai skin tersebut.

Penampilan yang bagus, efek yang menarik menjadi salah satu kunci mengapa pembelian skin di MLBB terus keberlanjutan. Banyak sekali kategori skin yang dihadirkan oleh Moonton yang memiliki visual yang berbeda dan juga efek skill yang berbeda pula, visual yang bagus dan juga efek skill yang menarik saat ini terdapat dikategori Legend dan juga Epic, hal ini membuat para narasumber tidak fikir panjang untuk langsung membeli skin tersebut bahkan rela menabung untuk mempunyai skin tersebut.

Dalam teori perilaku konsumtif hal ini sangat relevan seperti yang dikemukakan oleh Novita Suryanti, Titin Ekowati, Mahendra Galih. P (2017) dalam indikator dari perilaku konsumtif, Suryanti dkk menjelaskan salah satu indikator dari perilaku konsumtif yaitu tentang membeli produk dikarenakan kemasan yang menarik. Dalam hal ini visual dan juga efek skill diibaratkan sebagai kemasan yang menarik, visual menjadi pertama kali apa yang dilihat dan menjadi munculnya rasa ingin membeli dan menjadi perilaku konsumtif. Adanya pembaharuan di setiap *event* MLBB yang membuat munculnya skin-skin terbaru walaupun di hero yang sama, maka dari itu para narasumber selalu membeli skin terbaru dan melakukan perilaku konsumtif dikarenakan pengemasan yang menarik untuk dipunyai walaupun tidak diperlukan.

2. Ketertarikan Bermain MLBB

Permainan atau game saat ini telah jauh berkembang pesat dibandingkan zaman dahulu, kalau dahulu kita mengenal permainan hanya seperti petak umpet, bermain kelereng, bermain layang-layang dan hanya bisa dimainkan bersama teman-teman dan memainkannya secara langsung. Namun dengan seiring berkembangnya zaman permainan pun ikut berubah, adanya internet merubah segalanya termasuk juga permainan atau yang biasa dikenal sebagai game online. Di zaman sekarang banyak sekali game online yang dapat dimainkan melalui jaringan internet, seperti Dota, Valorant, dan juga Mobile Legends Bang-Bang. Seperti teori dari Nugroho (2016:78) mengatakan game online adalah sebuah permainan yang terhubung langsung dengan koneksi internet sehingga para pemainnya dapat terhubung langsung dengan para pemain lainnya yang memainkan game yang sama.

MLBB sangat terkenal bahkan sampai seluruh dunia, bukan tanpa sebab, MLBB menyuguhkan permainan moba 5vs5 yang bisa dimainkan di smartphone saja. Kemudahan bermain ini lah yang membuat MLBB sangat banyak digemari dan banyak sekali pemainnya, ketenaran MLBB ini juga akhirnya muncul berbagai

macam komunitas bermain hingga turnamen. Salah satunya komunitas Ch_Magelang yang terbentuk karena kesukaan mereka bermain MLBB, komunitas yang awalnya hanya diperuntukkan untuk mencari teman main bareng, namun sekarang dapat menggelar turnamen resmi bareng dibawah naungan Moonton Indonesia. Lebih dari pada itu, game online sekarang sudah memosisikannya sebagai E-Sport, E-Sport sendiri merupakan olahraga yang berbasis dengan elektronik. Kebanyakan game online seperti Dota, Valorant, dan MLBB kini telah menjadi cabang olahraga yaitu E-Sport.

Hal ini selaras dengan teori yang disampaikan oleh Reitman et al (2020), Esport adalah suatu bentuk olahraga yang dimana aspek utama dari olahraga difasilitasi oleh sistem elektronik. Input dari para pemain dan juga tim serta output dari sistem eSports ini dimediasi antarmuka manusia dan juga komputer. Dan juga Kane (2017) dalam “Recognizing E-Sport as A Sport” yang merujuk pada penelitian yang telah dilakukan oleh modesti mengatakan bahwa terdapat kenaikan tekanan darah basal dan selama kompetensi dan juga pelatihan video games, para atlit memperlihatkan tanda yang dianggap sebagai upaya fisik dan juga mengikuti rutinitas sebagai seorang atlit profesional.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil wawancara dan juga analisis terhadap lima narasumber anggota komunitas Ch_Magelang, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif didalam pembelian skin pada game Mobile Legends Bang-Bang merupakan fenomena yang nyata dan cukup kuat di kalangan pemain. Perilaku ini tidak hanya didorong oleh kebutuhan fungsional dalam permainan, tetapi lebih banyak dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan simbolis yang berkembang di lingkungan komunitas pemain. Dorongan untuk memperoleh pengakuan sosial dan meningkatkan status di antara teman sebaya menjadi motivasi utama, di mana kepemilikan skin langka dianggap mampu untuk meningkatkan rasa percaya diri serta memberikan kebanggaan tersendiri.

Lebih lanjut, temuan menunjukkan bahwa perilaku konsumtif ini mencerminkan kecenderungan konsumerisme yang sering kali mengabaikan pertimbangan rasional dan kebutuhan dasar. Sejalan dengan pandangan Sumartono (2002) dan Eni Lestari et al. (2017), pembelian skin sering kali didasari oleh dorongan emosional sesaat, seperti keinginan untuk tampil lebih keren atau sekadar merasakan kepuasan pribadi. Bahkan, dalam beberapa kasus, keputusan membeli dilakukan meskipun kondisi finansial tidak mendukung, yang menunjukkan bahwa perilaku konsumtif ini dapat melampaui batas kemampuan ekonomi individu dan berisiko menimbulkan pemborosan.

Aspek visual dari skin, lalu desain karakter, efek skill, dan juga ke eksklusivitas didalam event tertentu juga menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku konsumtif. Kemasan visuak yang akhirnya menjadi pemicu utama ketertarikan para pemain terhadap skin tersebut. dalam hal ini dikuatkan oleh teori dari Novita Suryanti, Titin Ekowati, Mahendra Galih. P (2017). Hal ini menunjukkan bahwa desain dan juga strategi pemasaran yang dilakukan oleh Moonton menjadi sangat efektif dalam menciptakan kebutuhan terhadap produk.

Terkahir yang tidak kalah penting hadirnya influencer atau public figure yang dapat mempengaruhi Keputusan pembelian. Para pemain merasa lebih terdorong untuk membeli sebuah skin setelah menonton review dari para influencer, walaupun belum benar-benar membutuhkannya. Ini pula menjadi salah satu dari indikator dari perilaku konsumtif, yaitu adanya pembelian berdasarkan dorongan model yang

mengiklankan, seperti yang dijelaskan dalam teori Novita Suryanti, Titin Ekowati, Mahendra Galih. P (2017).

Dapat disimpulkan bahwa, perilaku konsumtif pada pemain MLBB didalam komunitas Ch_Magelang benar adanya dan dapat dibuktikan dengan, adanya pengaruh teman dan keinginan tersendiri, pembelian produk di luar kemampuan ekonomi, dan juga adanya pengaruh dari influencer MLBB.

B. Keterbatasan Penelitian

Pada dasarnya penelitian yang dilakukan oleh peneliti belum dikatakan sempurna, adanya keterbatasan-keterbatasan yang dialami oleh peneliti seperti yang pertama kurangnya komunikasi antara peneliti dan juga narasumber untuk menentukan jadwal wawancara, yang kedua bukti pembayaran melakukan top up diamond untuk memperkuat data penelitian, dan yang terakhir keterbatasan waktu juga menjadi hambatan peneliti untuk menggali informasi lebih dalam.

C. Saran

Peneliti berharap dan juga memberi saran peneliti selanjutnya atau selaras dengan penelitian ini agar lebih beragam untuk mencari informasi untuk perilaku konsumtif pada game terkhusus mobile legends bang-bang, melakukan komunikasi yang fleksibel sehingga tidak banyak terjadi missskomunikasi, data pendukung seperti tangkapan layar pembelian terakhir diamond untuk memperkuat data.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhsaniyah, & Yuliasuti, M. (2022). Budaya Konsumtif Belanja Online Berbasis Teknologi Komunikasi Oleh Perempuan Di Masa Pandemi Covid 19. *Al Huwiyah Journal of Women and Children Studies*, 2(1), 34-52.
- Ayu, S. M., Utami, F. P., Djannah, R. N., & Saptadi, D. J. (2019). *BUKU AJAR DINAMIKA KELOMPOK*. Yogyakarta: CV Mine.
- Chapple, C. (2020). Mobile Legends Revenue Passes \$500 Million as Southeast Asia Powers Explosive Growth . Diakses 5 Agustus 2025 melalui <https://sensortower.com/blog/mobile-legends-revenue-500-million>
- Darihastining, S., Sholihah, I., Surotin, Putri, F. N., & Hidayah, A. W. (2013). ONLINE GAME AS A MEDIA TO IMPROVE STUDENTS' SPEAKING SKILL. *Journal of Intensive Studies on Language, Literature, Art, and Culture*, 3(2), 156-168.
- Durandt, D. C., & Wibowo, H. D. (2021). Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pakaian Pada Remaja Akhir. *Humanlight Journal of Psychology*, 2(2), 1-12.
- Elliott, L., Golub , A., Ream, G., & Dunlap, E. (2012). Video Game Genre as a Predictor of Problem Use. *15*(3).
- Fergie, L. (2019). Consumerism is Making Us Sick, But That's Just What Capitalism Wants (Version 1). Leeds Beckett University. <https://hdl.handle.net/10779/leedsbeckett.29235965.v1>
- Fromm, E. (2008). *The Sane Society*. London: Henry Holt and Company.
- Ismi, N., & Akmal. (2020). Dampak Game Online terhadap perilaku siswa di Lingkungan SMA Negeri 1 Bayang. *3*(1), 1-10.
- Kane, D. (2017). "Recognizing E-Sport as A Sport". *The Sport Journal*. 19(2)
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran I*. Jakarta: Erlangga.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, & Harlina, D. (2017). Perilaku konsumtif dikalangan remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*, 2(2), 1-6.
- Lina, R. H. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Of Contorl Pada Remaja Putri. *Jurnal Psikologika*, 2(4),9-14.

- Nigam, A. (2021). Online Gaming and OTT Consumption: An Exploratory Study of Generation Z. *8*(4), 420-442.
- Nugroho, A. T. (2016). *Definisi Game dan Jenis-Jenisnya* . Jakarta: Gramedia.
- Pulungan , D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *2*(3), 103-110.
- Reitman, J. G.-C. (2020). Esport Research: A Literature Review. *Sage Journals, 15*(1), 32-50.
- Ridoi, M. (2018). *Cara Mudah Membuat Game Edukasi dengan Construct 2*. Malang: Maskha.
- Ridwan, Y. A. (2023). PERILAKU FANATISME DAN KONSUMERISME PLAYER GAME MOBILE LEGENDS DI KOMUNITAS MLBB YOGYAKARTA.
- Santosa, S. (2009). *Dinamika Kelompok* . Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono, L. P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif, Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel pada Jurnal Internasional)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanti , N., Ekowati Titin, & Galih P, M. (2017). “Pengaruh Konsep Diri, Teman Sebaya, Terhadap Perilaku Konsumtif. 1-20.
- Suryanti. (2019). "Pengaruh Konsep Diri, Teman Sebaya, dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif.
- Tambunan, R. (2001). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. Jakarta.

