

Transaksi Mikro dan Hubungan KOL dengan Gamer = Microtransactions and KOL-Gamer Relations

Muhammad Irfan Arsy, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535749&lokasi=lokal>

Abstrak

Artikel ini menjelaskan tentang praktik konsumen dan kebiasaan bermain permainan video anak muda Indonesia. Semakin banyak orang Indonesia yang mau menginvestasikan waktu mereka di komunitas permainan video, kira-kira lebih dari 40 juta orang sejak 2017. Indonesia juga memiliki penetrasi gamer online tertinggi kedua dengan 94,3% pengguna internet yang mencengangkan, tepat di belakang Filipina. Industri game Indonesia juga mengalami apa yang disebut gamer sebagai metode "Pay to Win" atau bayar untuk menang, di mana transaksi mikro tertanam dalam sebuah game, memungkinkan pemain untuk menggunakan uang dunia nyata untuk membeli mata uang dalam game. Transaksi mikro bukan pertanda baik bagi beberapa elemen komunitas game, terutama metode "Pay to Win" dan kemungkinan kecanduan. Tulisan ini mengkaji hubungan antara sistem mikrotransaksi/loot box/gacha dan hubungan key opinion leaders atau KOL, yaitu YouTuber dengan peminatnya yaitu komunitas gamer. Artikel ini berpendapat bahwa hubungan antara gamer dengan KOL akan mempengaruhi keputusan para gamer dengan system monetisasi di dalam game yang termasuk loot box dan mekanik lainnya.

.....

This article describes the consumer practices and gaming habits of young Indonesian people. An ever-increasing number of Indonesians are willing to invest their time in the gaming community, roughly over 40 million people since 2017. Indonesia also has the second-highest penetration of online gamers at an astonishing 94.3% of internet users, just behind the Philippines. The Indonesian gaming industry is also experiencing what gamers call the "Pay to Win" method, where microtransactions are ingrained into a game, allowing players to use real-world money to purchase in-game currency. Microtransactions do not bode well with some elements of the Gaming community, especially the "Pay to Win" method and possible addiction. This article examines the relationship between the microtransaction/loot box/gacha system and the relationship between key opinion leaders or KOLs, namely YouTubers, and their enthusiasts, namely the gamer community. This article argues that the relationship between gamers and KOLs will influence gamers' decisions regarding in-game monetisation systems, including loot boxes and other mechanics.