

Consumerism in gaming: Case study of MaiMai International In Indonesia = Konsumerisme dalam permainan: Studi kasus MaiMai Internasional di Indonesia

Nikolas Rullyus, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920539907&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat kegunaan permainan digital di dalam struktur masyarakat dan bagaimana konsumerisme adalah salah satu aspek penting dalam struktur tersebut. Tidak mengejutkan bahwa industri permainan digital telah berkembang pesat setiap tahunnya terbukti dari pendapatan yang diperoleh dari industri tersebut. Banyak permainan digital mempromosikan kosmetik untuk karakter tertentu atau untuk profil personal serta keinginan memperoleh peringkat lebih tinggi dari orang lain yang membuat para pemain semakin banyak mengonsumsi permainan tersebut. Tidak bisa dipungkiri bahwa arked sebagai suatu perusahaan hiburan memiliki perannya sendiri berhubung banyak dari perusahaan ini masih dapat terlihat banyak pelanggan datang untuk mencari hiburan di sana. Dalam riset ini, permainan MaiMai akan menjadi fokus utama dalam studi kasus penelitian sebab komunitas MaiMai di Indonesia telah bertumbuh besar daripada sebelumnya dan sangat baik untuk riset akan perannya untuk membawa pemain baru maupun lama untuk bermain dan berinteraksi dengan komunitas baik secara offline maupun online. Penelitian ini berargumen bahwa komunitas MaiMai telah membentuk suatu kultur konsumsi di mana simbol-simbol dalam permainan telah diberikan makna dan nilai penting untuk para pemain seperti sistem ranking yang memunculkan suatu hirarki halus, skor untuk menentukan siapa pemain lebih hebat dari yang lain yang juga didorong melalui interaksi dalam komunitas yang menghasilkan aksi bermain yang konsisten serta konsumsi oleh para pemainnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam bentuk wawancara mendalam, observasi, dan observasi partisipan dalam kegiatan komunitas dan permainan itu sendiri seperti kompetisi beserta dengan berinteraksi dengan pemain sambil bermain bersama para pemain lain juga. Dari hasil riset, ditemukan bahwa pembuat game dan arked yang memfasilitasi game tersebut telah berhasil memanipulasi para pemain dan seluruh komunitas untuk mendorong konsumsi dan membentuk suatu masyarakat konsumen untuk keuntungan untuk entitas korporat yang berhubungan dengan permainan tersebut;

.....This research aims to see the purpose of video games within the structure of society and show consumerism is one of the pillars of this structure. It is of no surprise that the video game industry has flourished throughout the years, proven by their growing income. Many video games promote cosmetics for certain characters or their personal profile as well as the desire to gain a higher rank within a game to tower among others, causing players to play more of their games. It should not be ignored that arcades, as an entertainment establishment, have their own role to play within society as still there are many customers that come and go to seek entertainment here. In this research, the game MaiMai shall be the primary case study for this research due to the fact that the MaiMai community in Indonesia has grown larger than previous and it is ripe for research and study on its role to engage players new and old to come play the game and spend time with the community either online or offline under the basis theory of consumerism. This research argues that the Maimai community has developed a consumer culture where symbols from within the game gain meaning and important value to the players, such as their ranking system to establish a form of soft

hierarchy, scores for songs within the game to see who is better than the other, enforced by the constant interaction between the players in the community which results in continuous play and consumption. This research uses qualitative method research where the researcher not only interviews the players of the game, but also uses both observation and participative observation in the community activities, such as competitions as well as interacting with the players while playing the game alongside them. From the research, it is found that the creators of the game as well as the arcades that supplied it has successfully manipulated the players and therefore the community based on the game to encourage consumption and hence form the consumer society for the profit of these corporate entities that are connected to the game;