



Uang dan Peluang: Konsumsi Barang *Virtual* dalam Game RF Online Indonesia¹

Ardhano Priatama²

Abstraksi

Studi mengenai permainan daring merupakan fenomena yang menarik karena para pemain terlibat dalam aktivitas budaya ekonomi yang praktiknya belum cukup banyak dikenali atau tidak biasa. Salah satu contoh ditunjukkan melalui transaksi jual beli barang *virtual* yang melibatkan pertukaran barang dan uang yang dilakukan oleh para pemain. RF Online merupakan salah satu permainan daring di Indonesia yang melibatkan transaksi uang dengan suku bunga yang tinggi melalui pertukaran barang *virtual*. Barang *virtual* adalah kumpulan data komputer yang dianggap setara dengan nilai uang yang konkrit. Kajian ini menunjukkan bahwa kekayaan yang bersifat non fisik (*intangible*) mempengaruhi banyak orang untuk terus mengkonsumsi permainan daring. Kesiediaan para pemain untuk membeli barang-barang *virtual* mengindikasikan bahwa ada “keuntungan” yang ada dibalik perilaku mengkonsumsi permainan daring tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab bagaimana konsumsi barang-barang *virtual* memberikan keuntungan pada para pemain RF Online. Metode *virtual* etnografi yang dilakukan dalam studi ini menunjukkan bahwa keuntungan-keuntungan dari konsumsi barang-barang *virtual* dalam permainan daring diobyektifikasikan melalui kapital budaya. Kapital budaya ini hanya dapat diperoleh dengan memperluas akses jejaring sosial yang menghasilkan cara-cara memperoleh keuntungan ekonomi.

Kata kunci: permainan daring (*online game*), barang-barang *virtual*, perilaku konsumsi, kapital budaya-sosial-ekonomi, cara-cara memperoleh keuntungan ekonomi (*economic profiting*).

Abstract

The study of online gaming is an interesting phenomenon because the players involved in cultural economic activities that is not yet familiar to usual practices. This is exemplified by a *virtual* transaction which involves goods and real money among players. RF Online is one example of famous online games in Indonesia which activities involve higher rates of *virtual* goods transaction. *Virtual* goods is a collection of computer data considered equally to real value (money). The study shows that its intangible treasure has affected people’s addictions to consume more and more on online gaming. Player’s willingness to buy *virtual* goods indicates that there should be “profit” that lays behind their consumption behavior. This research has been conducted to answer how *virtual* goods consumption provides profits for RF Online players. *Virtual* ethnography method applies on this study finds that the profits of *virtual* goods consumption in online gaming are objectified through cultural capital. Such cultural capital can only be achieved by a broader access for enhancing social networks resulted in economic profiting.

Keywords: online game, *virtual* goods, consumption behaviour, cultural-social-economic capitals, economic profiting.

¹ Untuk mengutip artikel: Priatama, Ardhano. 2018. “Uang dan Peluang: Konsumsi Barang *Virtual* dalam Game RF Online Indonesia.” *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 5 (2): 1-26.

² Departemen Sosiologi, Fisipol UGM. Contact: ardhanopriatama@gmail.com

A. Pendahuluan

Teknologi komunikasi massa yang dapat menghubungkan siapa saja dan kapan saja tidak hanya merubah pola komunikasi semata, melain juga bagaimana cara manusia bermain. Perpaduan antara *game digital* dan internet melahirkan *game online* yaitu sebuah permainan yang dapat dimainkan oleh banyak orang sekaligus. *Rising Force Online* atau biasa disebut dengan *RF Online* merupakan sebuah *game MMORPG (Massively Multiplayer Online Role Playing Game)* peperangan antara tiga bangsa yaitu Accretia, Bellato, dan Cora. Pemain dapat memilih salah satu bangsa untuk dijadikan sebagai karakter untuk dimainkan. Tujuan dari permainan *RF Online* adalah untuk meningkatkan kekuatan karakter dan saling bekerja sama untuk membela bangsa. Terdapat waktu peperangan antar tiga bangsa untuk memperebutkan sumber daya. Berbeda dengan *game online* lainnya, dalam *RF Online* terdapat sistem pemerintahan dimana seorang pemain dapat menjadi pemimpin dan agen pemerintahan yang dipilih melalui sistem *voting* oleh rakyat. Tugas pemerintah adalah memimpin bangsanya untuk memajukan rakyat dan mengatur strategi untuk memenangkan pertempuran melawan bangsa lain.

Pengamatan terhadap *game* ini menemukan fenomena menarik yaitu terdapatnya grup dalam media sosial Facebook yang

menghususkan kegiatan didalamnya sebagai tempat jual beli barang *virtual*. Telah terjadi transaksi barang *virtual* dengan menggunakan uang Rupiah asli (*real money trade*) dalam *game RF online*. Terdapat jasa rekening bersama yang bertugas untuk memfasilitasi transaksi antar pemain karena rawan terjadi penipuan. Seluruh *detail* transaksi melalui jasa rekening bersama terekam dalam pesan grup Facebook untuk memudahkan komunikasi antara penjual, pembeli, dan penyedia jasa rekening bersama. Angka transaksi tergolong fantastis untuk sebuah barang *virtual* mulai dari ratusan ribu hingga puluhan juta Rupiah.



Gambar. 01: transaksi melalui jasa RekBer dalam grup facebook jual beli barang RF Online Indonesia (sumber: data primer)

Menurut Arias (2008), barang *virtual* bukanlah suatu properti karena barang tersebut hanya merupakan “sekumpulan data” yang tidak memiliki nilai di dunia nyata.

Kenyataan berkata lain ketika seorang pemain *game* bersedia mengeluarkan uang puluhan juta untuk membeli “sekumpulan data” yang dianggap tidak memiliki nilai di dunia nyata. Dalam berbagai studi terdahulu telah dibahas mengenai perilaku konsumsi barang *virtual* oleh pemain *game*. Menurut Huang (2012), para pemain yang menikmati eksistensinya dalam lingkungan *virtual* cenderung akan rela menghabiskan waktu dan uangnya untuk bermain dan membeli barang *virtual*. Selain itu perilaku konsumsi barang *virtual* juga berlaku pada pemain *game casual* (sekedar mengisi waktu). Mereka yang ingin terus bermain tapi menemukan kesulitan dan menyebabkan permainan tak lagi dirasa menyenangkan, maka mereka cenderung akan membeli barang-barang (Hamari, 2016). Menurut Meredith (2009) dalam Wang (2013), hanya sedikit sekali penelitian sosial yang mengenai *game online*. Penelitian kuantitatif mendominasi studi mengenai *game online* yang menyebabkan keterbatasan data dan informasi yang diperoleh.

Sejak kebanyakan *game* jaman sekarang menyertakan fitur kegiatan sosial didalamnya seperti *multi player game modes*, *chating*, dan berbagai macam fitur lainnya untuk saling berbagi pengalaman bermain, maka faktor sosial dapat diperkirakan sebagai pertimbangan penting dalam bermain *game* meski belum dapat dipastikan (Hamari, 2017). Terdapatnya elemen sosial dalam permainan

game online menyebabkan diperlukannya studi yang lebih mendalam untuk menganalisis berbagai fenomena didalamnya. Studi terdahulu hanya menjawab mengenai kecenderungan seseorang untuk mengkonsumsi barang *virtual*. Kemauan seorang pemain untuk membeli barang *virtual* mengindikasikan bahwa terdapat manfaat dibalik perilaku konsumsi tersebut. Mulai dari sini dapat ditarik pertanyaan penelitian yaitu bagaimana barang *virtual* dapat bermanfaat bagi pemain RF Online Indonesia? Penelitian ini dilakukan guna menjelaskan secara sosiologis mengenai bagaimana barang *virtual* dapat bermanfaat bagi pemain RF Online Indonesia yang mengkonsumsinya.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini tidak dapat menggunakan metode penelitian konvensional. Keberadaan internet yang sangat luas dengan berbagai dinamika serta penelitian yang dilakukan secara *online* menyebabkan posisi peneliti dan subjek penelitian yang asimetris. Subjek penelitian dan penelitian yang tidak saling berhadapan serta tidak saling mengenal menyebabkan data yang diperoleh sangatlah rawan validitasnya. Oleh karena itu dibutuhkan metode penelitian baru untuk menjawab kekhawatiran perihal validitas data dalam penelitian online. Metode penelitian etnografi *virtual* digunakan dalam penelitian

ini untuk menjawab berbagai keresahan yang ada.

Cristine Hine (2001) dalam Arif (2012) menegaskan bahwa internet merupakan arena yang sangat kompleks dan relasi yang terjadi berdasarkan pada konteks tergantung pada media apa yang digunakan. Oleh sebab itu, ketika melakukan penelitian yang berkaitan dengan internet maka internet seharusnya ditempatkan sebagai sebuah kultur. Internet adalah tempat yang interaktif dan selalu bergerak sehingga lebih tepat dalam pendekatan etnografi untuk melihat bagaimana tempat *virtual* di internet itu dibuat dan dibuat kembali (Arif, 2012 : 8). Penelitian etnografi yang dilakukan dalam sebuah game online menjadi sangat relevan karena didalamnya para pemain saling berinteraksi dan berkomunikasi.

Etnografi *virtual* memfokuskan pada arus dan konektivitas antar pengguna media. Pada penelitian ini, peneliti turut menjadi bagian dalam kehidupan game. Kehadiran peneliti dan subjek penelitian harus dapat dirasakan satu sama lain. Etnografi *virtual* dijelaskan sebagai "*ethnography in, of and through the virtual*" sehingga interaksi tatap muka atau *face to face* tidak diperlukan (Arif, 2012:9). Meskipun begitu, peneliti tetap mengusahakan pertemuan tatap muka secara langsung untuk menjaga validitas data.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dalam dua cara yaitu; wawancara

mendalam dan observasi partisipatoris. Proses wawancara dilakukan dalam dua cara yaitu; secara daring (*online*) dan secara luring (*offline*). Wawancara *offline* dilakukan secara tatap muka dengan tujuan untuk mengklarifikasi seluruh data yang diperoleh secara *online* untuk menjaga validitasnya. Adapun kriteria pemilihan calon informan yaitu pemain RF *Online* yang pernah melakukan pembelian barang *virtual*, telah mencapai level 70, dan pernah menjabat sebagai anggota dewan atau Archon (pemimpin bangsa). Hubungan peneliti dan informan telah simestris yang ditandai dengan saling mengenali identitas masing-masing dan komunikasi yang terjalin bahkan diluar *game*, sehingga risiko pembiasan data dapat dikurangi.

Teknik pengumpulan data observasi partisipatoris dilakukan guna menempatkan peneliti dan subjek penelitian dalam posisi yang simetris. Yaitu antara peneliti dan subjek berada dalam pola komunikasi, dan pemahaman yang seragam sehingga data yang diperoleh berdasarkan konteks yang saling dipahami. Dalam penelitian ini, peneliti turut berpartisipasi dalam permainan RF Online dan berinteraksi dengan informan didalamnya sehingga kehadiran peneliti dan informan dapat saling dirasakan. Selain itu, seluruh informan diperoleh melalui hasil pendekatan yang cukup lama dalam *game*. Hubungan peneliti dan informan telah saling mengenali

identitas masing-masing bahkan saling berkomunikasi diluar *game*. Risiko pembiasan data dapat ditekan melalui hubungan yang simetris dan saling mengenal.

Di dalam penelitian ini tidak lupa peneliti mendokumentasikan berbagai kegiatan informan dan pemain dalam RF Online. Secara khusus, etnografi *virtual* mengutamakan penggunaan rekaman visual untuk mendeskripsikan kehidupan suatu komunitas masyarakat, baik yang masih berlangsung hingga kini, maupun yang telah berlangsung di masa lampau (Bell, dalam Van Leeuwen dan Jewitt.2001). Data gambar diperoleh melalui dokumentasi langsung oleh peneliti maupun dokumentasi pribadi milik informan. Pada akhirnya seluruh data yang telah diperoleh akan dipilih, diseleksi, dan dikelompokan sesuai dengan kebutuhan penelitian untuk dianalisis.

C. Kerangka Teoritis

Pada penelitian ini, peneliti memposisikan barang *virtual* yang dikonsumsi pemain sebagai kapital kultural terobjektifikasi dalam *game* RF Online Indonesia. Sebagai barang kultural yang *intangible*, maka nilai yang dikonsumsi oleh pemain merupakan nilai tanda/symbol yang melekat pada barang tersebut yaitu nilai kultural. Melihat game

online sebagai permainan sekaligus media komunikasi dan interaksi dengan banyak orang didalamnya, apropriasi dalam pemanfaatan barang kultural akan mendatangkan manfaat kultural dalam bentuk status.

Terdapat klasifikasi yang jelas antara pemain dengan karakter kuat (GG³), dan pemain biasa. Klasifikasi pemain terlembagakan berdasarkan kekuatan karakter yang dimiliki. Pemain dengan status karakter GG adalah karakter yang memiliki banyak barang *virtual* dengan tingkat *upgrade* tinggi (barang kultural), sedangkan pemain biasa adalah mereka yang hanya memiliki barang *virtual* dengan tingkat *upgrade* rendah. Karakter dengan status GG akan dikenali oleh pemain lainnya. Sebagai pemain dengan karakter yang terkenal dapat memberikan keuntungan dalam bentuk koneksi pertemanan (kapital sosial).

Pertama, mari kita bahas mengenai kapital kultural terobjektifikasi. . Kapital kultural terobjektifikasi dalam bentuk objek material dan media, seperti tulisan, lukisan, monument, instrumen dan benda lain yang dapat disalurkan secara material (Bourdieu, 1986:19). Bentuk barang yang *virtual* tidak menghalangi penggunaan teori ini mengingat

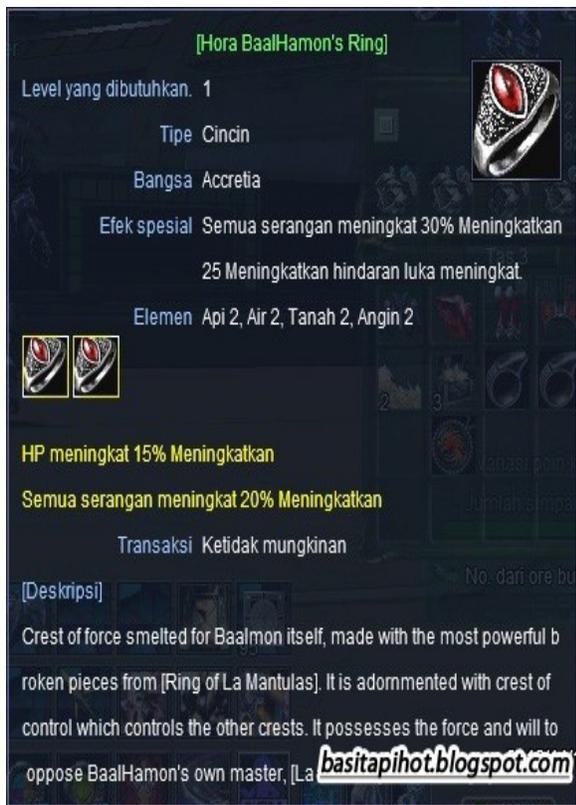
³ Singkatan dari *Good Game*. Dalam komunitas Gamers dipahami sebagai seorang pemain dengan kemampuan bermain yang hebat. Dalam RF

Online dipahami sebagai seorang pemain dengan karakter yang kuat.

keberadaan barang *virtual* yang dapat disalurkan secara material dalam game. Kepemilikan dari barang *virtual* tersebut dapat dipindahkan pada orang lain. Kapital kultural dapat diperoleh dalam bermacam-macam tingkat tergantung pada zaman, masyarakat, dan kelas sosial, tanpa adanya penanaman nilai yang disengaja, oleh karena itu cenderung tidak terlihat (Bourdieu, 1986:18). Barang *virtual* dalam sebuah *game* dapat menjadi sebuah kapital kultural karena terdapatnya unsur-unsur sosial dalam permainan seperti masyarakat, kelas, dan hierarki. Pun keberadaan internet dan berbagai dinamika didalamnya turut menciptakan bentuk masyarakat baru yang dikenal dengan warganet, begitupun dengan pemain *game online* sebagai salah satu media yang memanfaatkan internet.

Prinsip dasar yang paling kuat dalam kemanjuran simbolik dari kapital kultural, tanpa diragukan berada di logika transmisi pada proses pemanfaatan kapital kultural terobjektifikasi secara pantas (Bourdieu, 1986:19). Pemilik dari kapital ini harus mengetahui cara mengkonsumsi benda tersebut secara pantas untuk dapat memperoleh manfaat kultural yang melekat pada benda tersebut. Kapital kultural dalam keadaan terobjektifikasi menampilkan dirinya dalam dimensi yang koheren dan otonom, walaupun merupakan produk tindakan historis, namun memiliki hukumnya sendiri,

melampaui kehendak individu, dan sebagai contoh bahasa yang diilustrasikan dengan baik, oleh karenanya tidak dapat direduksi pada agen bahkan kumpulan agen yang dapat menyesuaikannya atau dapat dikatakan bahwa "*kapital kultural menubuh pada agen bahkan kumpulan agen*" (Bourdieu, 1986:20). Hukum yang mengikat kapital terobjektifikasi meliputi aturan mengenai bagaimana barang kultural dapat memperoleh nilainya (kultural dan ekonomi) serta bagaimana cara memanfaatkan barang kultural secara pantas untuk memperoleh manfaat kulturalnya. Barang kultural dapat dimanfaatkan secara materiil (kapital ekonomi) dan secara simbolik (kapital kultural). Berbeda dengan manfaat materiil yang dapat dirasakan secara langsung (dijual), manfaat simbolik dari barang kultural membutuhkan pengetahuan mengenai bagaimana cara memanfaatkan barang tersebut secara pantas sesuai dengan hukumnya.



Gambar.02: Aksesoris cincin yang menjadi barang kultural. Sumber: <http://basitapihot.blogspot.co.id/2012/12/> Diakses 23 Maret 2018: 11.42 WIB.

Barang *virtual* yang terdapat dalam dunia digital bukan hanya sebuah kumpulan data belaka, melainkan benda kultural yang memiliki nilai ekonomi dan kulturalnya sendiri. Barang-barang *virtual* yang menjadi komoditas perdagangan dalam RF Online adalah barang-barang dengan kekuatan tinggi yang harus memenuhi syarat tertentu yaitu barang dengan tingkat *upgrade* tinggi, jumlahnya terbatas/langka, dan juga barang-barang yang sulit diperoleh karena membutuhkan keberuntungan. Berbagai barang *virtual* yang diperjualkan dalam RF

Online antara lain, senjata, *armor*, aksesoris, dan karakter. Keuntungan yang diproduksi oleh pemilik kapital termediasi oleh hubungan persaingan antara dirinya dan pemilik kapital lain yang bersaing untuk mendapatkan barang yang sama, dimana kelangkaan dan melalui itu nilai sosial dihasilkan (Bourdieu, 1986:19). . Struktur dari arena sebagai contoh ketidakmerataan distribusi dari kapital, itulah sumber dampak spesifik dari kapital (Bourdieu, 1986:19).

Konsumen barang *virtual* dalam permainan RF Online Indonesia adalah orang-orang yang telah mengerti budaya pemain didalamnya. Mereka adalah orang-orang yang telah mengerti hukum yang meliputi barang *virtual* tersebut. Pengetahuan mengenai hukum dan akibat dari pemanfaatan barang *virtual* secara pantas, memberikan pengaruh pada diri pemain untuk mengkonsumsi barang *virtual*. Kedua, mari kita bahas mengenai apa yang sebenarnya dikonsumsi pemain dari barang *virtual*. Melalui teori konsumsi nilai tanda milik Bourdieu, kita dapat mengetahui apa yang sebenarnya dikonsumsi pemain dari barang yang tidak memiliki bentuk fisik di dunia nyata. Meskipun tidak memiliki bentuk fisik, namun barang *virtual* tetap memiliki nilai tanda mengingat terdapatnya dimensi sosiologis didalam *game online*. Dalam bukunya, Baudrillard (1998:74) mengatakan bahwa terdapat dimensi sosiologis yang meliputi perbedaan, status, kelas dan lainnya

yang mengakibatkan seluruh kebutuhan direorganisasi dalam tujuan memenuhi keinginan sosial terhadap suatu penanda dan pembeda, dimensi tersebut menyebabkan landasan konsumsi tidak lagi sebagai fungsi 'harmonisasi' kepuasan individu melainkan sebagai suatu kegiatan sosial yang tidak terbatas. Konsumen mengkonsumsi suatu objek tertentu bukan karena untuk mencapai tujuan spesifik yang konkrit, melainkan sebagai suatu penanda secara umum demi tujuan sosial (Corrigan, 1997:20). Melalui pernyataan tersebut dapat kita tarik kesimpulan bahwa seorang pemain melakukan konsumsi barang *virtual* adalah sebagai suatu penanda dan pembeda dari pemain lainnya.

Merupakan suatu praktik etnografi standar dengan mengasumsikan bahwa kepemilikan atas suatu harta benda tertentu membawa makna sosial dan memusatkan analisis budaya atas penggunaannya sebagai komunikator (Douglas and Isherwood, 1979: 59 dalam Corrigan 1997:18). Konsumen dan objek konsumsi mereka mengkomunikasikan suatu posisi didalam tatanan sosial, dan hal tersebut lebih fundamental daripada hanya sekedar memenuhi kebutuhan konkrit tertentu (Corrigan, 1997:17). Kebutuhan konkrit dalam konteks sebuah permainan dapat kita asumsikan sebagai bentuk kesenangan pribadi. Mengingat RF Online merupakan suatu permainan, maka tujuannya dimainkan

adalah untuk mencari kesenangan. Namun melalui teori konsumsi nilai tanda, kesenangan pribadi sebagai alasan konsumsi barang *virtual* dapat dikesampingkan. Kebenaran dari konsumsi adalah bahwa hal itu bukanlah suatu fungsi kesenangan, melainkan suatu fungsi produksi, dan oleh karenanya seperti seluruh material produksi, bukan suatu fungsi individu, tapi suatu yang dengan segera dan sangat kolektif (Baudrillard, 1998:78).

"You never consume the object in itself (in its usevalue); you are always manipulating objects (in the broadest sense) as signs which distinguish you either by affiliating you to your own group taken as an ideal reference or by marking you off from your group by reference to a group of higher status."

(Jean Baudrillard, 1998:61)

Kaitan antara kapital kultural terobjektifikasi dan juga konsumsi nilai tanda terdapat dalam bagaimana barang kultural dimanfaatkan. Pada kutipan diatas Baudrillard mengatakan bahwa suatu objek dikonsumsi bukan karena kegunaannya melainkan melalui manipulasi objek tersebut sebagai suatu penanda yang membedakan dengan orang lain, dapat dalam bentuk sebagai referensi ideal ataupun sebagai kelompok dari status yang lebih tinggi. Bentuk manipulasi objek seperti halnya pemanfaatan barang kultural secara pantas (apropriasi). Ketika suatu barang kultural dapat dimanfaatkan secara pantas maka

keuntungan kultural dari barang tersebut barulah dapat dirasakan oleh pemiliknya. Tiap objek memiliki cara dan aturan pemanfaatannya sendiri sehingga tidak dapat digeneralisasi dan disamaratakan. Begitupun dengan barang *virtual* yang dikonsumsi oleh pemain RF *Online*. Barang tersebut memiliki hukum dan caranya sendiri dalam pemanfaatan untuk memperoleh keuntungan kultural.

Ketiga, kita akan membahas mengenai keuntungan dan manfaat yang akan diterima pemain setelah memanfaatkan barang kultural secara pantas. Sampai disini kita telah dibekali pemikiran mengenai posisi barang *virtual* sebagai barang kultural terobjektifikasi dan juga nilai tanda yang sebenarnya dikonsumsi oleh pemain. Untuk melihat manfaat, disini akan digunakan teori kapital kultural dan juga kapital sosial. Kapital kultural jelas berkaitan dengan posisi barang *virtual* sebagai barang kultural. Keuntungan kultural yang akan diterima pemain adalah status yang membedakan antara dirinya dan pemain lainnya. Kapital sosial dipakai untuk melihat fenomena selanjutnya setelah seorang pemain memperoleh status dan memperoleh hierarki sebagai seorang pemain yang GG

Game online sebagai suatu permainan juga merupakan media komunikasi dan interaksi antar pemain didalamnya. Oleh karena itu teori kapital sosial turut dipakai untuk

merespon fungsi *game online* sebagai media sosial. Menurut Fukuyama (2000:3), kapital sosial adalah norma informal yang apabila dilaksanakan secara konkret maka dapat memajukan kerjasama antara dua individual atau lebih. Terdapat dua konsep kapital sosial yang akan dipakai dalam penelitian ini, yaitu milik Bourdieu dan juga Fukuyama.

Kapital sosial terbentuk dari koneksi sosial yang terjalin antar manusia. Kapital sosial adalah kumpulan dari sumberdaya nyata maupun potensial yang terkait pada kepemilikan atas suatu jaringan hubungan awet yang melembagakan pengenalan dan pengakuan, dalam kata lain keanggotaan pada suatu kelompok (Bourdieu,1986:21). Keanggotaan kelompok disini dapat kita artikan sebagai keadaan ketika seorang pemain masuk dalam golongan pemain GG setelah mengkonsumsi barang *virtual*. Termasuk dalam golongan dominan dan prestisius tentu menyebabkan perubahan pada diri seseorang ketika dirinya menjadi dikenali. Menjadi dikenali akan mempermudah seseorang dalam menjalin koneksi dengan orang lainnya dan saling berjejaring.

Jejaring hubungan adalah produk investasi, strategi, individu atau kelompok, sadar atau tidak sadar yang bertujuan untuk membangun atau mereproduksi hubungan sosial yang dapat digunakan untuk jangka pendek

maupun panjang, sebagai contoh mengubah hubungan kontingen seperti lingkungan sekitar, tempat kerja, atau bahkan keluarga, menjadi hubungan yang dipaksakan sekaligus sukarela yang menyiratkan perasaan wajib secara subjektif (perasaan berterimakasih, rasa hormat, persahabatan dll) atau yang terjamin secara institusional (hak) (Bourdieu.1986:22). Game online sebagai media sosial tentunya merupakan tempat yang menyenangkan untuk mencari teman. Bentuk jaringan pertemanan antar pemain merupakan salah satu wujud dari kapital sosial yang dapat dimiliki oleh agen.

Menjaga sosiabilitas dengan orang yang telah berteman dengan agen merupakan upaya untuk tetap mereproduksi dan menjaga koneksi (kapital sosial). Menjaga sosiabilitas sangat bermanfaat untuk memperoleh fungsi ekonomis dari kapital sosial. Fungsi ekonomi dari kapital sosial adalah untuk mengurangi biaya transaksi yang berkaitan dengan mekanisme koordinasi formal seperti kontrak, hierarki, dan aturan birokrasi (Fukuyama, 2000:6). Seluruh fungsi dari kapital sosial secara ekonomi tidak terlepas unsur kepercayaan didalamnya. Jika seorang individu berinteraksi dengan yang lainnya berulang kali, mereka mengembangkan reputasi kejujuran dan kepercayaan (Fukuyama, 2000:13).

Fukuyama menekankan konsep kapital sosial miliknya pada satu faktor penting yaitu kepercayaan (*trust*). Melalui kepercayaan, dapat mendorong terjadinya tindakan kooperatif antar individu ataupun kelompok. Kepercayaan dalam penelitian ini menjadi hal yang sangat penting mengingat identitas dalam dunia berbasis internet sangatlah cair. Identitas asli merupakan pilihan, seseorang dapat menjadi siapa saja sesuai dengan keinginan. Alasan ini lah yang menyebabkan kepercayaan (*trust*) dapat menjadi salah satu kapital sosial yang menguntungkan.

Seluruh perwujudan kapital sosial pada satu kelompok memiliki radius kepercayaan tertentu, yaitu kumpulan orang diantara orang lainnya yang dapat diajak kerjasama dalam kesatuan norma yang beroperasi (Fukuyama, 2000:4). Radius kepercayaan dapat memiliki jangkauannya sendiri tergantung pada eksternalisasi kapital sosial yang dimiliki. Ketika radius kepercayaan lebih besar dari kelompoknya, maka kerjasama dapat diperoleh bahkan dari orang yang bukan anggota dari kelompoknya.

Seorang pemilik kapital sosial dengan radius yang sangat besar dan dikenali dengan suatu nama besar yang dapat merubah segala jenis hubungan menjadi koneksi yang langgeng. Mereka akan dicari karena kapital sosialnya, dan karena mereka sangat terkenal, dan patut untuk dikenal, mereka tidak harus

memperkenalkan diri kepada orang-orang yang “mengetahui”nya, mereka dikenal banyak orang melebihi yang ia ketahui, dan kinerja sosiabilitas ketika digunakan maka akan sangat produktif (Bourdieu, 1986:23). Menjadi seseorang yang kaya akan kapital sosial dan telah memiliki tempat didalam suatu masyarakat maka dengan sangat mudah akan memperoleh kemudahan

RF *Online* merupakan *game online* dengan transaksi antar pemain mencapai jutaan rupiah. Dilain sisi, RF *Online* merupakan salah satu media interaksi *online* yang memungkinkan terjadinya anonimitas dari para pemainnya. Terjadinya kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan transaksi jual beli menggunakan uang asli didalamnya sangat mungkin terjadi tindakan penipuan. Menanggapi anonimitas sebagai pilihan dalam media *online* dan tindakan penipuan yang rawan terjadi, menyebabkan kepercayaan dapat menjadi salah satu kapital sosial yang dapat bermanfaat bagi para pemain RF *online*. Oleh karena itu, selain menggunakan kapital sosial milik Bourdieu, peneliti turut menggunakan konsep kapital sosial milik Fukuyama. Melalui kombinasi antara kedua konsep kapital tersebut, mencoba menjelaskan manfaat dari barang *virtual* yang dikonsumsi oleh pemain RF *Online*.

D. Dimensi Ekonomi dalam RF Online: Konsumsi, Relasi Produksi, dan Peluang Usaha

Game online merupakan salah satu bentuk kapitalisme dimana maksud dari keberadaannya adalah untuk mencari keuntungan. *Game online* adalah media yang menghubungkan antara *publisher* dengan pemain untuk memperoleh keuntungan dari jasa yang disediakan melalui *voucher* sebagai alat tukar diantara keduanya. Tanpa konsumsi *voucher* yang dilakukan oleh pemain, maka *publisher* tidak akan memperoleh keuntungan. Berbagai kondisi dalam *game* akan diciptakan guna menjaga relasi produksi antara *publisher game* dengan pemain melalui konsumsi *voucher*.

Pada dasarnya terdapat dua jenis *game online* berdasarkan cara pembayaran *vouchernya*, yaitu *pay to play*, dan *freemium*. *Game* dengan jenis *pay to play* mengharuskan pemain untuk mengisi *voucher* untuk memainkan sebuah *game*. Durasi permainan tergantung pada jumlah *voucher* yang diisi. Berbeda dengan tipe sebelumnya, *game* tipe *freemium* dapat dimainkan secara gratis. *Voucher* dapat digunakan oleh pemain untuk membeli barang-barang khusus dalam *game* yang disebut dengan *item mall*. *Item mall* berisikan barang-barang yang dapat membantu memudahkan pemain dalam *game* untuk mencapai tujuannya tanpa harus bersusah payah. Berbeda dengan tipe *pay to play*, pengisian *voucher* pada *game freemium*

tidaklah wajib. Pemain tetap dapat menikmati permainan tanpa harus mengisi *voucher* sama sekali. Oleh karena itu *publisher game* bertipe *freemium* seperti RF Online menggunakan strategi khusus yang digunakan untuk mendorong pemain sehingga merasa butuh untuk mengkonsumsi *voucher*.



Gambar. 03: Harga voucher beserta koin yang diperoleh untuk membeli barang di item mall. Sumber: <https://rf.lytgame.com/pembayaran>. Diakses 16 November 2017. Pk. 20.15. WIB

Guna menjaga relasi produksinya, pihak *publisher* RF Online menggunakan strategi melalui penciptaan berbagai kesulitan dalam permainan. Kesulitan-kesulitan yang ada merupakan bentuk dari sistem produksi yang

dibuat untuk menciptakan sistem kebutuhan akan konsumsi *voucher* oleh pemain. Kenyataannya bukanlah kebutuhan sebagai buah dari produksi, melainkan sistem kebutuhan adalah produk dari sistem produksi (Baudrillard,1998:74). Kebutuhan pemain untuk mengkonsumsi *voucher* merupakan sesuatu hal yang telah dirancang oleh *publisher*. Berbagai kesulitan yang ada dalam permainan merupakan strategi penciptaan kebutuhan tersebut. berbagai solusi kesulitan dalam *game* yang tersedia dalam *item mall*, akan menciptakan kebutuhan pada diri pemain untuk mengisi *voucher*.

Kesulitan pertama adalah kesulitan dalam proses meningkatkan *level* karakter atau biasa disebut *leveling*. Level karakter dapat meningkat ketika pemain memenuhi poin *experience* (Exp) yang dibutuhkan. Exp dapat diperoleh dengan cara melawan berbagai monster yang ada dalam game. Ketika monster berhasil dibunuh, maka karakter akan memperoleh sejumlah poin exp. Kesulitan diciptakan dalam bentuk jumlah poin exp yang sangat terbatas untuk diperoleh pemain dan monster yang sulit untuk dikalahkan. Dalam wawancara dengan Vikko, ia menjelaskan bahwa *leveling* sangatlah sulit karena exp yang seret dan juga monster yang sangat kuat sehingga karakternya sering mati. Diperlukan waktu yang sangat lama untuk dapat memperkuat karakter hingga *level* maksimal.

Kesulitan yang dihadapi pemain dalam proses leveling dapat dimudahkan melalui konsumsi *voucher*. *Voucher* dapat digunakan untuk membeli barang item mall yang berfungsi untuk melipatkan jumlah poin exp yang diperoleh. Selain itu, melalui konsumsi *voucher* pemain juga dapat menikmati fasilitas khusus yaitu *premium service*. Selain menggandakan jumlah poin exp yang diperoleh, *premium service* juga memberikan berbagai keuntungan lain dalam bentuk perlengkapan khusus yang dapat dipakai pemain dalam masa penggunaan fasilitas tersebut. *Premium service* menjadi salah satu kebutuhan bagi pemain yang ingin meningkatkan level karakternya. Melalui wawancara, informan Reki menjelaskan bahwa dalam seminggu ia dapat menghabiskan uang sebanyak seratus enam puluh lima ribu untuk membeli *voucher* guna menikmati *premium service*.

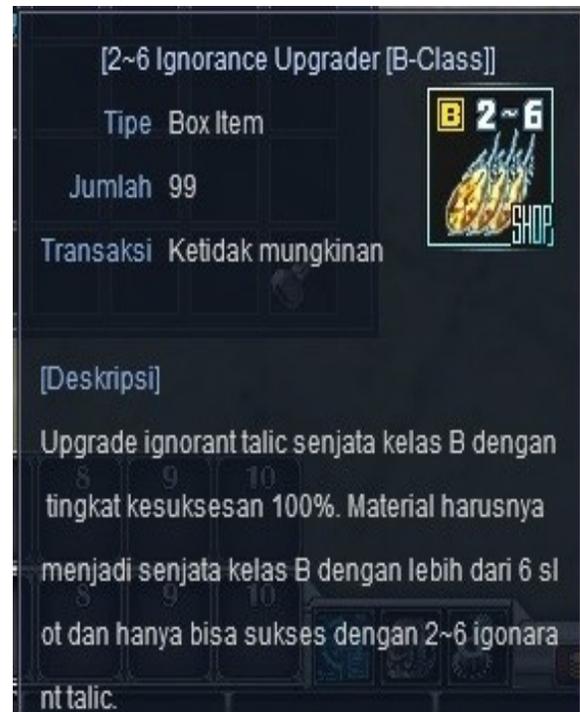
Kesulitan kedua yang sengaja diciptakan oleh publisher adalah kesulitan dalam proses *upgrade senjata* dan *armor*. *Upgrade* dilakukan guna meningkatkan kemampuan perlengkapan yang dimiliki pemain. Terdapat tujuh tingkatan *upgrade* dalam RF Online. Semakin tinggi tingkat *upgrade* pada senjata dan *armor*, maka semakin tinggi pula kekuatan yang dimiliki oleh karakter pemain. Pemain harus *upgrade* perlengkapannya secara bertahap dari tingkat satu hingga tujuh. Satu hal yang menyulitkan adalah ketika

proses *upgrade* sangatlah sulit yang disertai dengan risiko kegagalan yang dapat menyebabkan kerugian pada diri pemain. Dalam wawancara dengan salah satu informan bernama Renggo, ia menjelaskan bahwa *upgrade* memasuki tahap lima kemungkinan berhasilnya sudah sangat kecil sekali dan sering gagal. Perlengkapan yang gagal *terupgrade* dapat hancur dan menghilang sehingga tidak dapat digunakan kembali.

Keinginan untuk menjadi yang terkuat dibarengi dengan proses *upgrade* yang menyulitkan menyebabkan *item mall* laris manis dibeli oleh pemain. Terdapat sebuah barang khusus dalam item mall yang dapat menjadi jawaban atas sulitnya proses *upgrade*, yaitu *upgrader*. Melalui penggunaan *upgrader*, pemain dapat *upgrade* perlengkapannya secara instan tanpa harus melalui tahapan. Risiko hancurnya senjata dalam proses *upgrade* dapat ditangani dan kesulitan dalam prosesnya menjadi hilang karena keberhasilan yang terjamin. *Upgrader* merupakan salah satu item mall yang sangat laris dibeli pemain karena fungsinya. Banyaknya kebutuhan atas *upgrader* turut dimanfaatkan publisher untuk memperoleh keuntungan melalui kesulitan berikutnya.

Kesulitan berikutnya adalah sistem judi yang meliputi pembelian *item mall*. Perolehan barang tertentu dalam item mall dibuat acak sehingga pemain tidak tahu barang apa yang akan mereka peroleh. Sistem ini diberlakukan

pada barang yang laris dibeli pemain seperti *upgrader*. Terdapat ukuran dalam menentukan nilai sebuah *upgrader*. *Upgrader* yang bernilai adalah *upgrader* dengan kelas B,C,D,E dan interval empat hingga tujuh. Selain itu perlengkapan yang ingin di*upgrade* pemain haruslah memiliki tipe yang sama dengan *upgradernya*. Apabila berbeda maka *upgrader* tidak dapat dipakai. Sistem perolehan yang acak sangat merugikan pemain. Pemain tidak mengetahui apa yang akan mereka peroleh, pun *upgrader* yang nantinya diperoleh belum tentu bernilai dan dapat dipakai oleh pemain. Informan Vikko menjelaskan bahwa pembelian *upgrader* sepertihalnya judi, apabila memperoleh *upgrader* yang bagus maka akan sangat beruntung dan sebaliknya maka akan sangat merugi. Uang yang dipakai untuk membeli *voucher* menjadi terbuang cuma-cuma. Pemain harus terus membeli *item mall* untuk memperoleh *upgrader* yang sesuai dengan kebutuhan.



Gambar. 04: Upgrader tipe B dengan interval upgrade 2-6 yang dapat diperoleh pemain dari pembelian *item mall* Sumber: <https://rf.lytogame.com/berita/berita.asp?id=6092>. Diakses 19 November 2017: 15.28. WIB

Berbagai kesulitan yang ada dalam RF Online sengaja diciptakan. Seluruh kesulitan yang ada juga merupakan strategi pada acara puncak untuk memperoleh keuntungan yaitu melalui pengadaan *event*. *Event* merupakan saat-saat khusus yang diadakan *publisher* untuk memberikan kemudahan dan hadiah pada pemain. Memang terdengar baik, namun agenda sesungguhnya tetaplah untuk memperoleh keuntungan melalui pengisian *voucher* oleh pemain. Pada *event* khusus seperti peningkatan jumlah poin exp, pemain

akan memperoleh poin lebih banyak dari saat biasanya. Tidak mau ketinggalan dengan kesempatan ini, tentunya pemain akan berbondong-bondong mengisi *voucher* untuk membeli *item mall* dan juga *premium service* guna melipatgandakan *poin exp* yang telah dilipatkan sebelumnya. Pemain merasa diuntungkan dengan event, *publisher* semakin untung dengan banyaknya pemain yang mengisi *voucher* lebih dari biasanya ketika masa *event* berlangsung.

Event peningkatan *poin exp* tidak terlalu memperlihatkan agenda utama *publisher* yaitu pengisian *voucher* oleh pemain. Beberapa event sangatlah terlihat jelas dilakukan untuk mendorong pemain mengisi *voucher*. Pada *event* berhadiah, pemain diharuskan mengisi *voucher* dalam jumlah yang tidak sedikit sebagai syarat keikutsertaan. *Event* ini biasanya memberikan *upgrader* dan barang-barang berharga lain sebagai hadiah bagi pemain yang berpartisipasi. Melihat kesulitan dalam memperoleh *upgrader* dan berbagai barang berharga dalam *game*, tentu pemain melihat *event* seperti ini sebagai sebuah peluang menguntungkan. Mereka akan berbondong-bondong mengisi *voucher*.

Pada dasarnya RF Online adalah game peperangan dimana seluruh pemain memiliki tujuan untuk menjadi yang terkuat. Seluruh akses untuk menjadi yang terkuat telah

diberikan berbagai kesulitan dengan jalan keluar dalam *item mall*. Memanfaatkan rasa penasaran pemain untuk menjadi yang terkuat, *publisher* memperoleh keuntungan dari *voucher* yang dihabiskan pemain untuk memperkuat karakternya. Seluruh kesulitan yang ada dalam *game* adalah sebuah sistem yang sengaja dibuat. Kebutuhan pemain akan *voucher* merupakan hal yang telah terencanakan sejak awal. Konsumsi *voucher* oleh pemain adalah wujud dari sistem kebutuhan sebagai buah dari sistem produksi.

Sistem yang menyulitkan tidak selalu merugikan bagi para pemain. Bermoldakan kreatifitas dan keahlian dalam bermain, kesulitan yang ada dapat berubah menjadi peluang usaha untuk mencari penghasilan. Meskipun kesulitan yang ada merupakan bagian dari permainan dan menambah keseruan, namun tidak seluruh pemain mau dan dapat menghadapi kesulitan tersebut. Pertimbangan waktu dan keinginan untuk cepat dapat memiliki karakter hebat sering dimanfaatkan oleh beberapa orang untuk mencari tambahan uang. Terdapat kegiatan produktif yang dapat ditekuni pemain untuk memperoleh uang. Kegiatan tersebut adalah berdagang barang *virtual* (senjata, armor, aksesoris, karakter), berdagang mata uang, dan jasa joki.

Pedagang barang *virtual* biasanya ditekuni oleh orang-orang yang beruntung. Mereka adalah orang-orang yang berhasil memperoleh barang bagus dan akan menjualnya kepada pemain lain. Tidak harus beruntung, pedagang juga berlaku pada mereka yang berani mengambil risiko untuk berjudi *item mall*. Modal yang mereka pertaruhkan dapat kembali atau bahkan untung ketika memperoleh *upgrader* bagus lalu dijual kembali.

Mata uang dalam *game* sangatlah penting. Guna membeli berbagai keperluan dibutuhkan uang permainan. Pemain juga dapat menjual barang-barang mereka dalam mata uang *game*. Halangan utama dalam memperoleh uang game adalah waktu yang lama untuk mendapatkannya. Pemain diharuskan berburu monster dan menjual berbagai barang yang mereka peroleh dari monster untuk memperoleh uang. Tidak semua orang memiliki waktu dan mau melakukan perburuan. Keadaan ini dimanfaatkan oleh beberapa pemain untuk mencari keuntungan. Mereka mengkhususkan dirinya mencari mata uang *game* dan dijual kembali pada pemain lain. Satu hal yang cukup menarik adalah ketika terlalu banyak pemain menjadi penjual mata uang, maka akan terjadi inflasi. Harga-harga barang *virtual* dalam game akan melonjak karena jumlah uang yang beredar sangatlah banyak dan tidak terkontrol.

Usaha berikutnya yang dapat ditekuni adalah jasa joki. Joki adalah seseorang yang dibayar untuk memainkan karakter orang lain. Penggunanya adalah orang-orang yang malas meningkatkan level karena prosesnya yang lama dan sulit. Melalui jasa joki, karakter mereka dapat ditingkatkan *levelnya* dengan cepat tanpa bersusah payah. Penjual jasa joki adalah orang-orang yang ahli dalam meningkatkan *level*. Bermodalkan keahlian dan pengetahuan dalam bermain, mereka memperoleh uang dari memainkan karakter orang lain. Tak jarang penjual jasa joki juga merupakan pedagang karakter. Kemudahan dalam meningkatkan *level* menyebabkan mereka akan terus memproduksi karakter dan menjualnya kembali.

E. Real Money Trade: Perlawanan dan Jalan Pintas

Real money trade (RMT) atau jual beli barang *virtual* menggunakan uang asli merupakan salah satu cara bagi pemain untuk keluar dari cengkaman dominasi *publisher*. Melalui transaksi barang *virtual*, seorang pemain dapat langsung memperoleh apa yang mereka inginkan tanpa harus bersusah payah “berjudi” dengan membeli *item mall*. Seluruh informan melakukan RMT karena mereka telah mengetahui risiko dari “berjudi” *item mall*. Uang yang dihabiskan untuk membeli

voucher sering tidak sepadan dan cenderung merugi.

Real money trade adalah perlawanan pemain. Tindakan tersebut tidak memberikan keuntungan kepada *publisher*. Keberadaan RMT sangatlah menguntungkan bagi pemain namun merugikan bagi *publisher*. Dengan maraknya RMT, maka jumlah *voucher* yang dikonsumsi pemain dapat berkurang karena mereka dapat memperoleh apa yang dibutuhkan secara langsung. Dalam RMT terdapat penjual dan pembeli. Penjual barang-barang *virtual* biasanya adalah orang-orang yang menang dalam “perjudian” karena mereka beruntung memperoleh *upgrader* bagus dan berhasil *mengupgrade* perlengkapan tempurnya. Sedangkan konsumen barang-barang *virtual* biasanya adalah pemain yang kurang beruntung dan telah banyak merugi sehingga memilih untuk membelinya dari pemain lain.

Keinginan pemain untuk memiliki perlengkapan tempur yang hebat dan kuat tidak lepas dari budaya pemain yang terdapat dalam RF Online. Terdapat hierarki pemain berdasarkan tingkat kekuatan karakter. Karakter pemain dengan tingkat kekuatan tinggi akan memperoleh gelar sebagai pemain GG. Pemain GG adalah pemain dengan level tinggi dan perlengkapan (armor, senjata, dan aksesoris) yang kuat. Tak jarang pemain GG telah menghabiskan uang hingga puluhan juta

untuk membeli barang *virtual* dan *voucher*. Seluruh informan dalam penelitian ini mengatakan bahwa alasan mereka dalam membeli barang *virtual* adalah untuk menjadi GG.

Tingkat kesulitan yang tinggi, banyaknya waktu, dan risiko kerugian yang mungkin terjadi dalam upaya membuat barang kuatnya sendiri tak jarang menyebabkan pemain menjadi malas. Oleh karena itu, RMT menjadi pilihan bagi pemain untuk cepat menjadi GG tanpa harus berhadapan dengan seluruh permasalahan yang ada. Melalui RMT, pemain melewati jalan pintas untuk menempati hierarki tertinggi sebagai seorang pemain GG.

F. Barang Virtual Sebagai Kapital Kultural Terobjektifikasi: Konstruksi Nilai dan Pemanfaatan

Kapital kultural dapat diperoleh dalam bermacam-macam tingkat tergantung pada zaman, masyarakat, dan kelas sosial, tanpa adanya penanaman nilai yang disengaja, oleh karena itu cenderung tidak terlihat (Bourdieu, 1986:18). Perolehan kapital kultural tidak terbatas pada dimana masyarakat dan kelas sosial berada. Terdapatnya bentuk masyarakat dan kelas sosial dalam game RF Online telah memenuhi syarat terbentuknya kapital kultural. Sebagai kapital yang tidak terlihat, tak jarang pemiliknya tidak

menyadari mengenai manfaat dan fungsi dari barang kultural yang mereka miliki (termasuk informan dalam penelitian ini). Mereka tidak menyadari bahwa status sebagai pemain GG yang diperolehnya adalah hasil mengkonsumsi nilai simbolik dari barang *virtual* yang mereka beli.

Keuntungan yang diproduksi oleh pemilik kapital termediasi oleh hubungan persaingan antara dirinya dan pemilik kapital lain yang bersaing untuk mendapatkan barang yang sama, dimana kelangkaan dan melalui itu nilai sosial dihasilkan (Bourdieu, 1986:19). Sebagai *game* dengan cerita peperangan, seluruh pemain berlomba untuk menjadi yang terkuat. Seluruh pemain dalam persaingan yang sama yaitu memiliki perlengkapan pertempuran yang terbaik. Perlengkapan pertempuran dengan tingkat *upgrade* tinggi dan langka merupakan barang *virtual* dengan nilai kultural tertinggi. Melalui Pemanfaatan barang kultural secara pantas, maka seorang pemain dapat memperoleh keuntungan kultural yaitu terklasifikasi sebagai pemain yang menempati kelas sosial tertinggi dalam RF Online (GG).

“Cultural capital in its objectified state presents itself with all the appearances of an autonomous, coherent universe which, although the product of historical action, has its own laws, transcending individual wills, and which, as the example of language well illustrates, therefore remains irreducible to that which each agent, or even the aggregate of the agents, can appropriate”.

(Pierre Bourdieu, 1986:20).

Melalui pernyataan diatas dapat kita pahami bahwa kapital kultural dalam keadaan terobjektifikasi memiliki hukumnya sendiri yang melebihi kehendak individu meskipun merupakan sebuah produk historis. Seseorang tidak memiliki kuasa atas hukum yang menyelimuti suatu barang kultural meskipun hukum tersebut merupakan konstruksi dari perilaku manusia itu sendiri, Hukum yang menaungi barang kultural meliputi bagaimana barang tersebut memperoleh nilainya dan juga hukum pemanfaatannya untuk memperoleh keuntungan kultural. Setiap barang memiliki aturannya sendiri dan tidak dapat disamaratakan. Begitupun dengan barang *virtual* dalam RF Online. Mereka memiliki hukumnya sendiri dan tidak dapat disamakan dengan barang kultural lain yang telah ada sebelumnya.

Hukum penilaian barang *virtual* tercipta untuk membedakan antara barang yang berharga dan tidak berharga. Tidak seluruh barang *virtual* memiliki nilai kultural dan nilai ekonomi untuk diperdagangkan. Seorang

pemain tidak dapat begitu saja menentukan sebuah barang *virtual* berharga atau tidak. Barang *virtual* memiliki hukumnya sendiri, dan untuk menjadi bernilai maka sebuah barang *virtual* harus memenuhi kriteria hukum tersebut.

Menurut Simmel dalam Ritzer dan Goodman (2008:189) benda-benda dapat memiliki nilai ketika benda tersebut memerlukan upaya untuk memperolehnya meliputi waktu yang diperlukan untuk mendapatkannya, kelangkaan, kesulitan untuk memperolehnya, dan keharusan diberikannya benda lain demi mendapatkan benda tersebut. Penjelasan dari Simmel mampu memberikan jawaban mengenai hukum yang berlaku pada barang *virtual* dalam RF Online. Melalui faktor-faktor yang diberikan oleh Simmel, barang *virtual* mampu memperoleh nilai dan menjadi bentuk kapital kultural terobjektifikasi.

Berkaitan dengan waktu dan kesulitan dalam waktu perolehannya, penelitian ini menemukan beberapa objek yang memenuhi syarat tersebut yaitu karakter, mata uang, dan aksesoris. Karakter yang telah mencapai *level* tertentu akan memiliki nilai ekonomi. Karakter menjadi bernilai karena proses yang dibutuhkan untuk mencapai *level* yang sesuai dengan hukum yang berlaku sangatlah lama dan sulit. Monster yang kuat dan perolehan poin exp yang rendah menyebabkan proses *leveling* membutuhkan waktu yang sangat

lama dan sulit. Begitupun dengan mata uang dan aksesoris, mata uang membutuhkan waktu untuk mengumpulkannya dan aksesoris membutuhkan waktu untuk mencarinya karena perolehannya yang acak dan sulit didapatkan.

Berkaitan dengan kelangkaan, Bourdieu (1986:19) menjelaskan bahwa salah satu cara sebuah kapital memperoleh dampak spesifiknya adalah tidak meratanya distribusi dari kapital tersebut. Sesuatu objek akan memiliki nilai dapat disebabkan karena keberadaannya yang terbatas. Keterbatasan menyebabkan tidak meratanya distribusi dan oleh karena itu objek tersebut memiliki nilai keistimewaannya sendiri. Dalam RF Online, kelangkaan suatu barang membuatnya sangat bernilai. Ketika ketersediaan barang mulai melimpah, maka nilai dari barang tersebut akan berkurang.

Wawancara dengan informan Renggo menemukan bahwa kelangkaan akan sangat mempengaruhi harga dan prestis suatu barang. Renggo menceritakan pengalamannya ketika *update game* memberikan barang baru yang dapat dimiliki oleh pemain. Pada mulanya, barang tersebut memiliki harga jual yang mencapai tiga puluh lima juta rupiah. Namun seiring dengan berjalannya waktu, harga tersebut mulai menurun hingga hanya bernilai tiga ratus lima puluh ribuan saja. Pada awal *update*, ketersediaan suatu barang baru

sangatlah terbatas. Momen tersebut sering dimanfaatkan oleh para pedagang untuk mencari keuntungan. Seiring berjalannya waktu ketika ketersediaan barang baru mulai melimpah, maka harga dari barang tersebut akan sangat menurun.

Faktor berikutnya adalah keharusan untuk memberikan barang lain untuk mendapatkannya. Secara lebih mudah, konsep tersebut dapat dipahami sebagai pengorbanan yang harus dilakukan seseorang untuk mendapatkan suatu objek. Telah kita ketahui bahwa proses *upgrade* sangatlah sulit apabila dilakukan secara manual (tanpa *item mall*). Oleh karena itu, banyak pemain yang rela mengeluarkan uangnya untuk mencari *upgrader* dalam *item mall*. Telah kita ketahui pula bahwa pembelian *upgrader* melalui *item mall* seperti halnya berjudi. Pemain kerap kali mengorbankan uangnya untuk membeli *voucher* yang berujung merugi karena tidak memperoleh *upgrader* yang berharga. Faktor pengorbanan uang yang sering dialami pemain menyebabkan harga barang dengan tingkat *upgrade* tinggi memperoleh nilainya. Selain sulit, risiko kerugian yang dialami pemain turut mempengaruhi harga barang tersebut.

Barang *virtual* dalam RF Online tidak hanya objek yang bernilai ekonomi, melainkan juga merupakan kapital kultural yang terobjektifikasi. Faktor-faktor penentu nilai

sauatu objek milik Simmel tidak hanya memproduksi nilai ekonomi melainkan juga nilai kultural. Penelitain ini menemukan bahwa konsumsi terhadap barang *virtual* dalam RF Online mampu memberikan manfaat secara kultural pada diri pemiliknya. Berbeda dengan barang dengan nilai ekonomi yang dapat dimanfaatkan secara langsung, barang kultural lebih sulit untuk diambil manfaatnya. Diperlukan pemanfaatan secara pantas sesuai dengan hukumnya untuk memperoleh keuntungan kultural dari barang tersebut.

"You never consume the object in itself (in its usevalue); you are always manipulating objects (in the broadest sense) as signs which distinguish you either by affiliating you to your own group taken as an ideal reference or by marking you off from your group by reference to a group of higher status."

(Jean Baudrillard, 1998:61)

Dalam pernyataannya, Baudrillard menjelaskan bahwa kita tidak mengonsumsi suatu objek serta merta pada nilai gunanya semata. Sebagai barang *virtual* yang tidak memiliki bentuk fisik tentu tidak memiliki fungsi dalam kehidupan sehari-hari. Hal yang dikonsumsi pemain dari barang *virtual* bukanlah nilai kegunaannya, melainkan nilai kulturalnya. Objek selalu dimanipulasi dalam maksud yang lebih luas yaitu sebagai suatu penanda yang membedakan diri kita dengan orang lainnya dan juga sebagai referensi

gambaran ideal dalam komunitas dengan memiliki status yang lebih tinggi dari pada yang lainnya.

Menurut Baudrillard (1998:59) objek konsumsi tidak lah memiliki arti begitu saja, arti/ tanda yang melekat padanya adalah hasil dari konstelasi, konfigurasi, dan relasi dari objek tersebut terhadap seluruh perspektif sosial yang membuatnya memiliki arti. Dapat kita pahami bahwa suatu objek memiliki nilai tandanya tergantung pada bagaimana perspektif sosial masyarakat melihat benda tersebut. Tanda yang melekat pada suatu objek merupakan konstruksi dari budaya yang ada. Begitupun dengan barang *virtual*, arti/tanda yang melekat padanya adalah hasil dari hubungan objek tersebut terhadap perspektif sosial yang berkaitan dengan budaya pemain RF Online.

Baudrillard dan Bourdieu memiliki kesamaan dalam melihat suatu objek yang memiliki dampak sosial ketika seseorang mengkonsumsinya. Baudrillard melihat suatu benda memiliki tanda sebagaimana orang tersebut mengkonsumsinya akan berkorelasi dengan status orang tersebut. Konsumsi seseorang terhadap suatu objek adalah konsumsi terhadap tanda yang melekat pada objek. Keinginan seseorang dalam mengkonsumsi suatu objek merupakan keinginan untuk memperoleh status dengan memanfaatkan tanda yang melekat pada

objeknya. Melalui manipulasi tanda yang melekat pada suatu objek, seseorang akan terklasifikasi dalam kelompoknya.

Begitupun dengan Bourdieu, ia melihat suatu kapital kultural dapat terobjektifikan dalam wujud sebuah benda. Benda-benda kultural adalah benda-benda yang memiliki kekuatan kultural ketika seseorang dapat memanfaatkannya secara pantas. Menurut Bourdieu, kapital kultural dapat diperoleh tergantung pada keadaan suatu masyarakat dan kelas. Ia tidak menjelaskan mengenai bagaimana keadaan masyarakat menyebabkan kapital kultural dapat diperoleh. Hal tersebut berimplikasi pada kebuntuan dalam memahami konsepnya. Namun dengan mengkombinasikan pemikiran kedua tokoh maka akan saling melengkapi dan menutupi kekurangan masing-masing. Melalui kombinasi pemikiran Bourdieu dan Baudrillard berkaitan dengan konstruksi nilai maka diperoleh jawaban bahwa suatu objek dapat menjadi bentuk "kapital kultural yang terobjektifikasi" (Bourdieu) ketika keberadaanya" terskonstelasi, terkonfigurasi, dan terelasi dengan keseluruhan perspektif sosial masyarakat" (Baudrillard).

Begitupun dengan pemanfaatan objek. Baudrillard mengatakan bahwa kita selalu memanipulasi tanda yang melekat pada suatu objek, namun ia tidak memberikan penjelasan mengenai bagaimana bentuk manipulasi

tersebut. Bourdieu dengan kapital kultural terobjektifikasinya dapat melengkapi pemikiran Baudrillard. Menurut Bourdieu, barang kultural memiliki hukumnya sendiri (1986:20), hukum tersebut meliputi tentang aturan berkaitan dengan benda kultural dan bagaimana cara memanfaatkannya secara pantas. Prinsip dasar yang paling kuat dalam kemanjuran simbolik dari kapital kultural, tanpa diragukan berada di logika transmisi pada proses pemanfaatan kapital kultural terobjektifikasi secara pantas (Bourdieu,1986:19). Setiap barang kultural memiliki hukumnya masing-masing berkaitan dengan pemanfaatannya secara pantas. Olehkarena itu, berkaitan dengan pemanfaatannya maka tidak dapat digeneralisasi karena berbeda-beda. Bentuk manipulasi objek milik Baudrillard, dapat kita samakan dengan pemanfaatan barang kultural secara pantas yang memiliki hukumnya sendiri.

Dalam RF Online, barang virtua sebagai kapital kultural terobjektifikasi memiliki hukum pemanfaatannya sendiri. Pemain akan memperoleh manfaat kultural sebagai pemain dengan status GG ketika mereka memanfaatkan barang tersebut secara pantas. Pemanfaatan barang kultural secara pantas dapat dilakukan ketika pemain mengkomunikasikan konsumsi yang mereka lakukan pada pemain lainnya. Bentuk komunikasi yang dilakukan pemain dapat

dilakukan dengan cara melakukan perusuhan yaitu proses berburu musuh. Dengan melakukan perusuhan maka kekuatan karakter yang berkaitan dengan kepemilikan atas barang kultural hebat dapat tersampaikan pada musuh. Hal tersebut akan mendatangkan pengakuan kekuatan dari musuh dan keberadaan pemain menjadi diperhitungkan.

Cara beikutnya dilakukan dengan memberi bantuan pada pemain dari bangsa yang sama dalam menyelesaikan misi. Sulitnya misi menyebabkan pemain lemah akan sulit menyelesaikannya, dibutuhkan bantuan dari pemain yang lebih kuat. Ketika seorang pemain rajin membantu menyelesaikan misi pemain lainnya, ia sedang mengkomunikasikan konsumsi barang *virtual* yang mereka lakukan sekaligus menunjukkan perbedaan status kekuatan karakter. Ketika seorang pemain berhasil mengkomunikasikan perbedaan kelas dan status pada pemain lain, maka mereka akan memperoleh julukan GG dan keberadaan mereka akan menjadi dikenali dan diperhitungkan. Manfaat kultural dari konsumsi barang *virtual* dalam bentuk status GG merupakan awal dari manfaat konsumsi barang *virtual*. Pemanfaatan status GG yang dimiliki pemain akan mendatangkan keuntungan lain yang sangat produktif apabila dimanfaatkan lebih lanjut.

G. Dampak Konsumsi Barang *Virtual*

Memperoleh status GG merupakan awal dari berbagai keuntungan yang diperoleh pemain dari konsumsi barang *virtual* yang mereka miliki. Perbedaan antara karakter dengan status GG dan tidak, terletak pada perlakuan pemain lainnya. Informan Renggo menjelaskan bahwa karakter GG akan lebih diharga dan diperhatikan. Berbagai bentuk interaksi yang dilakukan oleh karakter GG akan memperoleh respon. Berbeda dengan pemain biasa yang bahkan tidak diperdulikan sama sekali.

Beda perlakuan terhadap karakter GG perlahan mendatangkan *recognisi* pada diri pemain. Identitas asli pemain perlahan akan dikenali oleh pemain lainnya. Seluruh informan mengatakan bahwa perubahan pertama yang mereka alami setelah menjadi GG adalah diri mereka yang mulai terkenal. Banyak orang yang mengenali identitasnya dan lebih mudah dalam memperoleh teman. Menjadi terkenal membuka banyak peluang yang menguntungkan bagi seorang pemain. Memanfaatkan status GGnya, pemain memperoleh keuntungan baru dalam bentuk kapital sosial yang terwujud dalam bentuk jaringan hubungan pertemanan. Jejaring hubungan adalah produk investasi, strategi, individu atau kelompok, sadar atau tidak sadar yang bertujuan untuk membangun atau mereproduksi hubungan sosial yang dapat digunakan untuk jangka pendek maupun

panjang (Bourdieu,1986:22) . Melalui kapital sosial yang terwujud dalam jejaring hubungan, “kerja sama antara dua individu atau lebih dapat dimajukan” (Fukuyama,2000:3).

Menjadi sosok yang dikenali dan penting dalam permainan karena status GGnya, sosiabilitas pemain dengan pemain lainnya akan meningkat. Interaksi secara terus menerus dan berulang dengan orang lain, akan mengembangkan kapital sosial menjadi lebih luas. Jika seorang individu berinteraksi dengan yang lainnya berulang kali, mereka mengembangkan reputasi kejujuran dan kepercayaan (Fukuyama, 2000:13). Selain jaringan hubungan, kepercayaan juga merupakan kapital sosial. Melalui kepercayaan (trust) , seseorang dapat lebih mudah menjalin kerja sama dengan orang lain. Berikut ini adalah berbagai keuntungan ekonomis yang dapat diperoleh pemain berkaitan dengan statusnya sebagai pemain GG dan kapital sosial yang mereka miliki:

1. Kemudahan dan Reduksi Harga Beli Barang dalam Transaksi

Informan Gavin menyebutkan bahwa salah satu keuntungan yang ia peroleh adalah reduksi harga barang. Ketika ia membutuhkan suatu barang, maka ia akan lebih mudah dalam memperolehnya karena akan dibantu mencari oleh teman-temannya. Selain itu, ia juga akan memperoleh harga yang lebih murah daripada pembeli lainnya. Menurut Gavin, alasan ia

memperoleh harga yang lebih murah karena sang penjual akan merasa tidak enak apabila menjual barang dengan harga yang tinggi kepada teman.

2. Kepercayaan: Efektifitas Proses Transaksi dan Pelancar Usaha Joki

Kepercayaan merupakan aspek yang sangat menguntungkan dalam RF Online. Identitas yang sangat cair dalam dunia digital dimana semua orang dapat menjadi siapapun menyebabkan dunia ini sangat rawan terhadap penipuan. Terdapatnya jual beli barang dan usaha joki kerap kali dimanfaatkan oleh orang tak bertanggung jawab untuk menipu. Melalui identitas palsu, seseorang dapat melakukan kejahatan tanpa harus menanggung konsekuensinya. Memiliki identitas sebagai sosok yang dapat dipercaya akan banyak memberikan keuntungan apabila diinvestasikan dalam bidang yang produktif.

Seluruh informan yang menjalankan usaha jual beli dan jasa joki mengaku bahwa citra mereka lebih dipercaya oleh pemain lain dengan status GGnya. Citra sebagai sosok yang dapat dipercaya menyebabkan proses transaksi dalam jual beli menjadi lebih mudah dan cepat karena tidak harus melalui jasa rekening bersama. Selain itu, mereka yang memiliki jasa joki menjadi lebih laris karena tidak ada risiko tindakan pencurian karakter pelanggan.

3. Warisan Harta Virtual

Dua informan yaitu Renggo dan Reki menceritakan keberuntungan mereka dalam RF Online. Uang yang mereka peroleh dari RF Online salah satunya adalah hasil dari warisan yang diberikan oleh teman mereka. Bermula menjadi joki dari seorang teman, Reki memperoleh warisan temannya ketika memutuskan untuk berhenti bermain RF Online. Warisan tersebut terwujud dalam bentuk karakter dan seluruh isinya yang terhitung mencapai dua puluh juta. Seluruh harta *virtual* yang ia peroleh lantas dijual untuk dimanfaatkan dalam kehidupannya.

Begitupun dengan Renggo, ia memperoleh warisan dari seorang teman yang pada awalnya merupakan pelanggan dari bisnis jual beli barang *virtual* yang ia jalankan. Kedekatan dan seringnya bersama menyebabkan ia memperoleh warisan ketika temannya memutuskan untuk berhenti bermain RF Online. Bermula dari bermain, Renggo dapat memenuhi kebutuhannya sehari-hari dengan mencari uang dalam *game online*.

Pemanfaatan fungsi ekonomi dari capital sosial yang dimiliki pemain dapat berguna terlepas pada tempat interaksi yang dilakukan. Interaksi yang termediasi melalui *game online* tetap dapat memfungsikan kapital sosial yang dimiliki oleh pemain. Kepercayaan yang terbangun antara pemain dengan seluruh orang yang terkoneksi padanya

merupakan kunci keberfungsian kapital sosial. Bermula dari konsumsi barang *virtual*, seorang pemain dapat memperoleh kapital sosial dan berujung pada keuntungan ekonomis dengan cara menginvestasikannya pada bidang yang produktif.

H. Kesimpulan

Konsumsi barang *virtual* dalam RF Online merupakan bentuk konsumsi nilai tanda. Barang-barang *virtual* yang dikonsumsi oleh pemain merupakan kapital kultural terobjektifikasi. Sistem permainan, budaya pemain dan perspektif sosial pemain terhadap objek tersebut mampu menciptakan nilai kultural pada barang *virtual* tertentu. Sebagai barang kultural, barang *virtual* yang dibeli pemain harus dikonsumsi secara pantas sesuai dengan hukum yang meliputi barang tersebut. Ketika barang *virtual* dapat dimanfaatkan secara pantas, maka pemain akan memperoleh status dan menempati hierarki tertinggi pemain yaitu sebagai pemain GG.

Menjadi GG mendatangkan berbagai keuntungan lain dalam bentuk kapital sosial dan kapital ekonomi. Pemain akan menjadi terkenal karena status GGnya dan ketika ia menjaga sosiabilitasnya maka ia akan memperoleh kapital sosial yang terwujud dalam bentuk jaringan pertemanan dan

kepercayaan. Kapital sosial yang dimiliki pemain akan menghasilkan kapital ekonomi ketika mereka menginvestasikannya pada bidang yang produktif.

Terdapat pekerjaan yang dapat ditekuni pemain dalam RF Online, antara lain adalah jual beli barang *virtual*, jual beli mata uang, dan jasa joki. Memanfaatkan jaringan pertemanan dan kepercayaan yang dimiliki, seorang pemain akan memperoleh kapital ekonomi yang terwujud dalam bentuk reduksi harga barang, kemudahan proses transaksi, dan lancarnya usaha joki yang dijalankan. Tak jarang, seorang pemain dapat memperoleh warisan harta *virtual* dari teman-teman mereka yang memutuskan untuk berhenti bermain RF Online.

Fenomena menarik lainnya adalah terdapatnya tenaga kerja dalam RF Online. Hal ini mencerminkan pengaburan antara bekerja dan bermain yang jauh lebih luas di dunia *virtual*, sehingga dengan segera mereka mungkin tidak dapat dibedakan satu sama lain, kapitalisme atau ludokapitalisme yang menyenangkan dimana produksi melebur dengan permainan (Boellstroff, 2008:213). Terdapatnya tenaga kerja dalam RF Online merupakan wujud dari *creationist capitalism*. *Creationist capitalism* adalah model kapitalisme dimana kerja dipahami dengan istilah kreatifitas, sehingga produksi dipahami sebagai suatu kreasi (Boellstroff, 2008:206).

Bermodalkan kreatifitas, pemain game menciptakan lapangan pekerjaan memanfaatkan keahlian yang mereka miliki dalam bermain.

Daftar Pustaka

- Arias, Andrea Vanina. 2008. "Life, Liberty, and the Pursuit of Swords and Armors: Regulating the Theft of *Virtual Goods*." *Emory Law Journal* 57 (5): 1301-1346
- Arif, Moch. Choirul. 2012. "Etnografi *Virtual*: Sebuah Tawaran metodologi Kajian Media Berbasis *Virtual*." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2 (2).
- Baudrillard, Jean. 1998. *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: SAGE Publications Ltd.
- Boellstorff, Tom. 2008. *Coming Of Age In Second life: An Anthropologist Explore the Virtually Human*. New Jersey: Princeton University Press.
- Bourdieu, Pierre. 1986. "The Form of Capital." Dalam Richardson, John. (ed). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport, CT: Greenwood.
- Corrigan, Peter. 1997. *The Sociology of Consumption*. London: SAGE Publications Ltd.
- Fukuyama, Francis. 2000. *Social Capital and Civil Society*. IMF Working Papper WP/00/74
- Hamari, Juho. 2016. "Why Do Player buy In-game Content? An Empirical Study on Concrete Purchase Motivation." *Journal Computer in Human Behaviour*, 68: 538-546.
- Hamari, Juho, and Keronnen, Lauri. 2017. "Why Do People buy *Virtual Goods*: A Meta-Analysis." *Journal Computer in Human Behaviour*, 71: 60-68.
- Huang, Echo. 2012. "Online Experiences and *Virtual Goods* Purchase Intention." *Internet Research* 22 (3).
- Leeuwen, van, Theo, and Carey, Jewitt. 2001. *The Handbook of Visual Analysis*. London: SAGE Publications Ltd.
- Ritzer, George, and Goodman, Douglas J. 2008. *Teori Sosiologi*. Bantul: Kreasi Wacana Offset.
- Wang, Qiu-Hong. 2013. "The Determinant of Monetary Value of *Virtual Goods*: An Empirical Study for a Cross-section of MMORPGs." *Information System Frontier* 15 (3).

Sumber internet

- "Assesoris Cincin yang menjadi Barang *Virtual*." (<http://basitapihot.blogspot.co.id/2012/12/>). Diakses 23 Maret 2018: 11.42 WIB.
- "Upgrader tipe B dengan interval upgrade 2-6 yang dapat diperoleh pemain dari pembelian *item mall*." (<https://rf.lytgame.com/pembayaran>). Diakses 16 November 2017. Pk. 20.15