

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1. Kajian Literatur**

##### **2.1.1. Review Penelitian Sejenis**

Review Penelitian merupakan kumpulan dari penelitian – penelitian sebelumnya yang dibuat oleh orang lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Peneliti harus belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya. Penelitian terdahulu dalam tinjauan pustaka memudahkan penulis dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis dari teori maupun konseptual. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan bahan referensi yang menunjang penulis untuk melakukan penelitian terkait tentang pola komunikasi lainnya yaitu :

1. Penelitian dari Eliana pratiwi (2017) mengenai perilaku Komunikasi Intrapersonal Pecandu *Game* online dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang. tujuan dari penelitian antara lain untuk mengetahui apa motivasi bermain pecandu *Game* online Dota 2, untuk mengetahui bagaimana interaksi di dalam dunia virtual pecandu *Game* online dota 2 di dalam *Game* online dan untuk mengetahui bagaimana interaksi di luar dunia virtual *Game* online. metode pengambilan data yang digunakan adalah kualitatif dengan melakukan wawancara, observasi dan

dokumentasi. Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa

Para pecandu *Game online* Dota 2 memiliki tahapan awal yang berbeda-beda ketika memutuskan untuk memulai bermain *Game online*. Pertama, pecandu *Game online* Dota 2 memiliki dorongan bermain *Game online* Dota 2 yang timbul dari diri sendiri karena disebabkan oleh kesukaan dan minat yang tinggi pada *Game online* tersebut. Kedua, karena adanya dorongan dari pihak luar seperti ajakan saudara dan teman bahkan dorongan dari pihak orang tua untuk bermain *Game online* dibandingkan terkena pergaulan bebas diluar seperti merokok, minuman keras, dan lain sebagainya ehingga pada akhirnya menimbulkan ketertarikan dalam diri mereka sendiri.

Motivasi bermain pecandu *Game online* Dota 2 tersebut masing-masing dapat dilihat berdasarkan pada tiga aspek kebutuhan, Pertama *Needs For Achievement* (Pencapaian) dimana kebutuhan pecandu *Game online* Dota 2 ketika bermain didasarkan pada kebutuhan untuk mencapai *Ranking Level* yang lebih tinggi guna mendapatkan penghargaan dari sesama pemain *Game online* Dota 2 lain kemudian untuk mencapai, dalam sisi finansial yang mereka dapatkan ketika menjual *item* Dota 2 ataupun mengikuti turnamen yang akan menghasilkan penghasilan tambahan bagi mereka sendiri.

Kedua *Needs For Affiliation* (Kasih Sayang) dimana pada kebutuhan ini pecandu *Game online* Dota 2 mencoba untuk menjalin persahabatan dengan pemain *Game online* lain dimana mereka awalnya tidak memiliki banyak

jalanan pertemanan maka ketika bermain *Game online* Dota 2 mereka mencoba untuk memenuhi kebutuhan akan pertemanan dengan teman yang memiliki minat yang sama sekaligus berusaha meningkatkan hubungan yang sudah terjalin sebelumnya melalui *Game online*. Ketiga *Needs For Power* (Kekuatan) pada kebutuhan ini pecandu *Game online* Dota 2 mencoba untuk menjadikan dirinya sebagai orang yang memiliki pengaruh atau kuasa dengan cara menjadi pemain yang hebat dan profesional ketika memenangkan pertandingan Dota

Komunikasi interpersonal yang dilakukan pecandu *Game online* Dota 2 lebih banyak dilakukan didalam dunia virtual. Intensitas bermain *Game online* mereka lebih tinggi dibandingkan harus bersosialisasi dengan masyarakat diluar *Game online*. Pecandu *Game online* Dota 2 tersebut cenderung akan bersosialisasi dengan teman-teman didalam dunia virtual nya sebagai kompensasi atau peralihannya akan interaksi diluar dunia virtual yang lebih rendah.

2. Penelitian oleh Silvy dian setiawan dari Universitas Gamerslas Padang Penelitian ini membahas persepsi *Gamers* mengenai wacana pemblokiran *Game online* point blank yang dinilai mengandung konten kekerasan serta unsur negatif lainnya bagi perkembangan anak oleh pemerintah. Awal munculnya wacana pemblokiran ini karena dirilisnya 15 *Game online* berbahaya termasuk *Game online* point blank oleh Kemendikbud (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan) dan KPAI (Komisi Perlindungan Anak) mendukung untuk melakukan pemblokiran terhadap *Game online*

tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi *Gamers* point blank Kota Padang terhadap wacana pemblokiran *Game* online point blank oleh pemerintah. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori penilaian sosial atau social judgment theory. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif oleh Kriyantono (2006).

Informan penelitian ini berjumlah 3 (tiga) orang yang diperoleh melalui teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji triangulasi dengan memakai triangulasi sumber oleh Moeloeng (2004). Hasil wawancara dari ketiga informan, peneliti menemukan bahwa informan menolak pemblokiran *Game* online point blank dengan menilai wacana pemblokiran berdasarkan pengalaman ketiga informan dalam bermain *Game* online point blank. Persepsi informan berasal dari stimuli dan ditindak lanjuti oleh perhatian, pengalaman, sikap, harapan dan kebutuhan mengenai wacana pemblokiran *Game* online. Informan mengasumsikan bahwa pemblokiran *Game* online bukan merupakan langkah yang tepat untuk menjauhkan anak-anak dari pengaruh negatif *Game* online point blank.

3. Penelitian Oleh Arif Yusuf dari IAIN Purwokerto yang berjudul “*Jual Beli Akun Game Online dalam Perspektif Hukum Islam*”, Penelitian ini di latar belakang oleh masalah-masalah yang terjadi pada fenomena jual beli akun *Game* online, yaitu mekanisme dan akad jual beli ini belum bisa diterangkan

secara jelas karena yang diperjual belikan adalah akun *Game* online yang objek bukan barang nyata yang bisa diraba karena objek ada di dunia maya. Peneliti mengambil budi bodong sebagai subjek penelitian karena bertindak sebagai Penjual *account Game* online dalam jual beli *account Game* online. Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*) penelitian ini digolongkan penelitian deskriptif yaitu menjelaskan, memaparkan, menguraikan dan membandingkan serta menganalisis data yang diperoleh sehingga dapat dipahami dan disimpulkan terkait fakta yang berada di lapangan. Penelitian ini menjawab bagaimana praktek jual beli *account Game* online dan bagaimana tinjauan hukum islam terhadap transaksi *account Game* online.

Hasil yang didapat dalam penelitian ini bahwa praktik jual beli *account Game* online yang dilakukan oleh budi bodong traitor memenuhi syarat jual beli dalam islam dimana penjual menawarkan *account Game* online dengan disertai spesifikasi dan harganya, ijab dan qabul jual beli *account* dilakukan dengan bertatap muka dan bertemu langsung, dalam penyerahannyapun terjadi setelah pembeli mengecek langsung di hadapan penjual, jual beli tersebut termasuk kedalam jual beli salam karena transaksi dilakukan yaitu penjual menyerahkan akun *Game* online setelah adanya pembayaran terlebih dahulu dari pihak pembeli. Transaksi jual beli *account Game* online jauh dari penipuan.

Tabel 1.1

Tabel Review Peneleitian Sejenis

No	Nama	Judul	Metode	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Eliana pratiwi (2017) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang	Prilaku Komunikasi Intrapersonal Pecandu <i>Game</i> online	Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa	Para pecandu Game online Dota 2 memiliki tahapan awal yang berbeda-beda ketika memutuskan untuk memulai bermain Game online Pertama, pecandu Game online Dota 2 memiliki dorongan bermain Game online Dota 2 yang timbul dari diri sendiri karena disebabkan oleh kesukaan dan minat yang tinggi pada Game online tersebut. Kedua, karena adanya dorongan dari pihak luar seperti ajakan saudara dan teman bahkan dorongan dari pihak orang tua untuk bermain Game online dibandingkan terkena pergaulan bebas diluar	Metode yang digunakan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi untuk mengetahui apa motivasi gamers dalam melakukan kegiatan di dalam game. Hasil penelitian memiliki persamaan faktor pendorong melakukan tindakan di dalam game.	Teori yang digunakan berbeda dimana Eliana menggunakan teori Motivasi <i>David MacClelland</i> dan peneliti menggunakan teori Persepsi.
2.	Silvy dian setiawan (2016) Universitas Gamerslas Padang	persepsi Gamers mengenai wacana pemblokiran Game online point blank yang dinilai mengandung konten kekerasan serta unsur negatif lainnya bagi perkembangan anak oleh pemerintah	Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori penilaian sosial atau social judgment theory. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif oleh Kriyantono	, peneliti menemukan bahwa informan menolak pemblokiran Game online point blank dengan menilai wacana pemblokiran berdasarkan pengalaman ketiga informan dalam bermain Game online point blank. Persepsi informan berasal dari stimuli dan ditindak lanjuti oleh perhatian, pengalaman, sikap, harapan dan kebutuhan mengenai wacana pemblokiran Game online. Informan mengasumsikan bahwa pemblokiran Game online bukan merupakan langkah yang tepat untuk menjauhkan anak-anak dari pengaruh negatif Game online point blank.	Memiliki persama untuk mengetahui bagaimana Persepsi Gamers dalam menggambarkan suatu sistem di dalam Game.	teori yang digunakan oleh silvy berbeda dengan yang digunakan oleh peneliti, konteks yang di bahas mengenai persepsi gamers berbeda dimana penelitian silvy membahas tentang pemblokiran game dan peneliti membahas mengenai microtransactions.

3.	Arif Yusuf (2018) IAIN Purwokerto	“Jual Beli Akun Game Online dalam Perspektif Hukum Islam”	Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan ( <i>Field Research</i> ) penelitian ini digolongkan penelitian deskriptif yaitu menjelaskan, memaparkan, menguraikan dan membandingkan serta menganalisis data yang diperoleh sehingga dapat dipahami dan disimpulkan terkait fakta yang berada di lapangan. Penelitian ini menjawab bagaimana praktek jual beli <i>account Game</i> online dan bagaimana tinjauan hukum islam terhadap transaksi <i>account Game</i> online.	Hasil yang diapat dalam penelitian ini bahwa praktik jual beli <i>account Game</i> online yang dilakukan oleh budi bodong traitor memenuhi syarat jual beli dalam islam dimana penjual menawarkan <i>account Game</i> online dengan disertai spesifikasi dan harganya, ijab dan qabul jual beli <i>account</i> dilakukan dengan bertatap muka dan bertemu langsung, dalam penyerahannyapun terjadi setelah pembeli mengecek langsung di hadapan penjual, jual beli tersebut termasuk kedalam jual beli salam karena transaksi dilakukan yaitu penjual menyerahkan akun <i>Game</i> online setelah adanya pembayaran terlebih dahulu dari pihak pembeli. Transaksi jual beli <i>account Game</i> online jauh dari tindak penipuan.	Pembahasan memiliki persamaan yaitu mengenai transaksi atau jual beli barang bentuk digital yang ditukarkan dengan bentuk uang fisik	Jenis penelitian yang digunakan berbeda, dan hasil penelitian berbeda berdasarkan sudut pandang, dimana Arif Yusuf melakukan penlitian dengan Sudut Pandang transaksi dalam Islam
----	---	--	--	--	---	--

Sumber: Olahan Peneliti

## 2.1.2. Kerangka Konseptual

### 2.1.2.1. Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin "*Communis*" atau "*Commo*" dalam Bahasa Inggris yang berarti sama. Berkomunikasi berarti kita berusaha untuk mencapai kesamaan makna, "*Commonness*". Aktivitas komunikasi, harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat, karena kegiatan komunikasi tidak hanya *informatif*, yakni agar orang lain mengerti dan tahu tetapi juga *persuasif*, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain.

#### 1. Definisi Komunikasi

Kata komunikasi atau communication dalam bahasa inggris berasal dari bahasa latin communis yang artinya "sama", communico, communication, atau communicare yang berarti "membuat sama" (to make common). Istilah pertama (communis) adalah istilah yang paling sering sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyaranakan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. (Mulyana, 2005:4)

Intinya di dalam komunikasi diperlukan kesamaan makna pesan diantara komunikator dan komunikan sehingga akan menghasilkan situasi komunikatif dengan kata lain akan menghasilkan komunikasi yang efektif. Bahasa komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator, sedangkan yang menerima pesan



disebut sebagai komunikan. Lebih jelasnya komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika dianalisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama ini pesan kedua lambang konkretnya, isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan serta lambang atau bahasa. Bidang pengalaman merupakan faktor yang amat penting untuk terjadinya komunikasi. Apabila diantara komunikator dan komunikan mempunyai bidang pengalaman yang sama, komunikasi akan berlangsung secara lancar. Sebaliknya jika komunikator dan komunikan tidak mempunyai pengalaman yang sama, maka akan menimbulkan kesukaran untuk mengerti satu sama lain atau akan menjadi *miss communication*.

## 2. Fungsi Komunikasi

- a. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyarakan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.
- b. Pembentukan konsep diri Konsep diri adalah pGamersngan kita mengenai siapa diri kita peroleh lewat informasi yang diberikan orang lain kepada kita. Konsep diri yang paling dini umumnya dipengaruhi oleh keluarga, dan orang – orang dekat lainnya dekat sekitar kita, termasuk kerabat, mereka itulah yang disebut dengan *significan others*.

- c. Pernyataan eksistensi diri Orang berkomunikasi untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau lebih tepat lagi pernyataan eksistensi diri.
- d. Untuk keberlangsunga hidup, memupuk hubungan, dan memperoleh kebahagiaan Komunikasi, dalam konteks apapun, adalah bentuk dasar adaptasi terhadap lingkungan. Melalui komunikasi pula kita dapat memenuhi kebutuhan emosional kita dan meningkatkan kesehatan mental kita. Komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi dilakukan untuk pemenuhan diri, untuk merasa terhibur, nyaman dan tentram dengan diri sendiri dan juga orang lain.
- e. Komunikasi Ekspresif Erat kaitannya dengan komunikasi sosial adalah komunikasi ekspresif yang dapat dilakukan baik sendirian ataupun dalam kelompok.. komunikasi ekspresif tidak bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan – perasaan (emosi) kita.
- f. Komunikasi Ritual Erat kaitannya dengan komunikasi ekspresif adalah komunikasi ritual, yang biasanya dilakukan secara kolektif.
- g. Komunikasi Instrumental Komunikasi istrumenyal mempunyai beberapa tujuan umum : menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur. Bila diringkas, maka kesemua tujuan tersebut dapat disebut membujuk (bersifat persuasif). Komunikasi yang bersifat memberitahukan atau menerangkan (to inform) mengandung muatan

persuasif dalam arti bahwa pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui. (Mulyana, 2005 :hal. 5-30)

### 3. Tipe Komunikasi

Tipe Komunikasi Menurut Dedy Mulyana pada buku Ilmu komunikasi Suatu Pengantar terdapat beberapa tipe komunikasi yang disepakati oleh para pakar yaitu:

- a. Komunikasi Intrapribadi Komunikasi Intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak.
- b. Komunikasi Antarpribadi Komunikasi Antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal.
- c. Komunikasi Kelompok Komunikasi Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lainnya untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memGainersng mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.
- d. Komunikasi Publik Komunikasi Publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenal satu persatu.
- e. Komunikasi Organisasi Komunikasi Organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok.

- f. Komunikasi Massa (Mass Communication) 17 Komunikasi Massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak atau elektronik. (2005:72-75)

#### 4. Proses Komunikasi

Sebagai suatu proses, komunikasi mempunyai persamaan dengan bagaimana seseorang mengekspresikan perasaan, hal – hal yang berlawanan (kontradiktif), yang sama (selaras, serasi), serta melewati proses menulis, mendengar, dan mempertukarkan informasi.

Proses komunikasi adalah berlangsungnya penyampaian ide, informasi, opini, kepercayaan, perasaan dan sebagainya oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang, misalnya bahasa, gambar, warna, dan sebagainya yang mempunyai syarat Menurut Effendy (1989 : 63)

Menurut Courtland L. Bovee dan John V. Thil dalam *Business Communication Today*, proses komunikasi (communication process) terdiri atas enam tahap, yaitu:

- a. Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan Sebelum proses penyampaian pesan dapat dilakukan, maka pengirim pesan harus menyiapkan idea tau gagasan apa yang ingin disampaikan kepada pihak lain atau audience. Ide dapat diperoleh dari berbagai sumber yang terbentang luas dihadapan kita. Dunia ini penuh dengan berbagai macam

informasi, baik yang dapat dilihat, didengar, dicium, maupun diraba. Ide – ide yang ada dalam benak kita disaring dan disusun ke dalam suatu memori yang ada dalam jaringan otak, yang merupakan gambaran persepsi kita terhadap kenyataan.

- b. Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan Dalam suatu proses komunikasi, tidak semua ide dapat diterima atau dimengerti dengan sempurna.. proses komunikasi dimulai dengan adanya ide dalam pikiran, yang kemudian diubah ke dalam bentuk pesan – pesan seperti dalam bentuk kata – kata, ekspresi wajah, dan sejenisnya, untuk kemudian dipindahkan kepada orang lain. Agar ide dapat diterima dan dimengerti secara sempurna, pengirim pesan harus memperhatikan beberapa hal, yaitu subjek (apa yang ingin disampaikan), maksud (tujuan), audiens, gaya personal, dan latar belakang budaya.
- c. Pengirim menyampaikan pesan Setelah mengubah ide – ide ke dalam suatu pesan, tahap berikutnya adalah memindahkan atau menyampaikan pesan melalui berbagai saluran yang ada kepada si penerima pesan.
- d. Penerima menerima pesan Komunikasi antara seseorang dengan orang lain akan terjadi, bila pengirim mengirimkan suatu pesan dan penerima pesan tersebut. Pesan yang diterima adakalanya sempurna, namun tidak jarang hanya sebagian kecil saja.
- e. Penerima menafsirkan pesan Setelah penerima menerima suatu pesan, tahap berikutnya ialah bagaimana ia dapat menafsirkan pesan. Suatu pesan yang disampaikan pengirim harus mudah dimengerti dan tersimpan

di dalam benak pikiran si penerima pesan. Selanjutnya, suatu pesan baru dapat ditafsirkan secara benar bila penerima pesan telah memahami isi pesan sebagaimana yang dimaksud oleh pengirim pesan.

- f. Penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik kepada pengirim. Umpan balik (feedback) adalah penghubung akhir dalam suatu mata rantai komunikasi. Ia merupakan tanggapan penerima pesan yang memungkinkan pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan. Setelah menerima pesan, penerima akan member tanggapan dengan cara tertentu dan member sinyal terhadap pengirim pesan. Umpan balik memegang peranan penting dalam proses komunikasi, karena ia memberi kemungkinan bagi pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan. Di samping itu, adanya umpan balik dapat menunjukkan adanya faktor – faktor penghambat komunikasi, misalnya perbedaan latar belakang, perbedaan penafsiran kata – kata, dan perbedaan reaksi secara emosional.  
(Purwanto, 2003 : 11 – 14)

#### **2.1.2.2. *Microtransactions***

*Microtransactions* atau Transaksi mikro merupakan model bisnis di mana pengguna dapat membeli barang virtual melalui pembayaran mikro. Transaksi mikro seringkali digunakan dalam permainan gratis untuk menyediakan sumber pendapatan bagi para pengembang. Sementara transaksi mikro merupakan hal yang umum pada pasar aplikasi ponsel, mereka juga tersedia pada platform komputer seperti Steam pada *Valve*.

Microtransaction yang baik adalah microtransaction yang dibuat benar-benar terlihat optional, atau hanya harus dibeli jika pemain tertarik untuk membelinya. Keberadaan microtransaction ini tak akan mempengaruhi *Gameplay* sama sekali dan kamu selalu bisa mainkan *Game* tersebut tanpa harus mengeluarkan sepeser pun. Berikut adalah jenis-jenis Microtransactions:

1. *DLC (Downloadable Content)*

DLC adalah konten tambahan untuk sebuah video game. Ada berbagai macam tambahan konten yang bisa menjadi DLC, di antaranya adalah kostum tambahan, senjata tambahan, karakter tambahan, atau bahkan cerita tambahan. Secara garis besar, tujuan dari DLC adalah untuk memperpanjang umur sebuah game yang sudah kurang diminati oleh para gamer.

2. *Item*

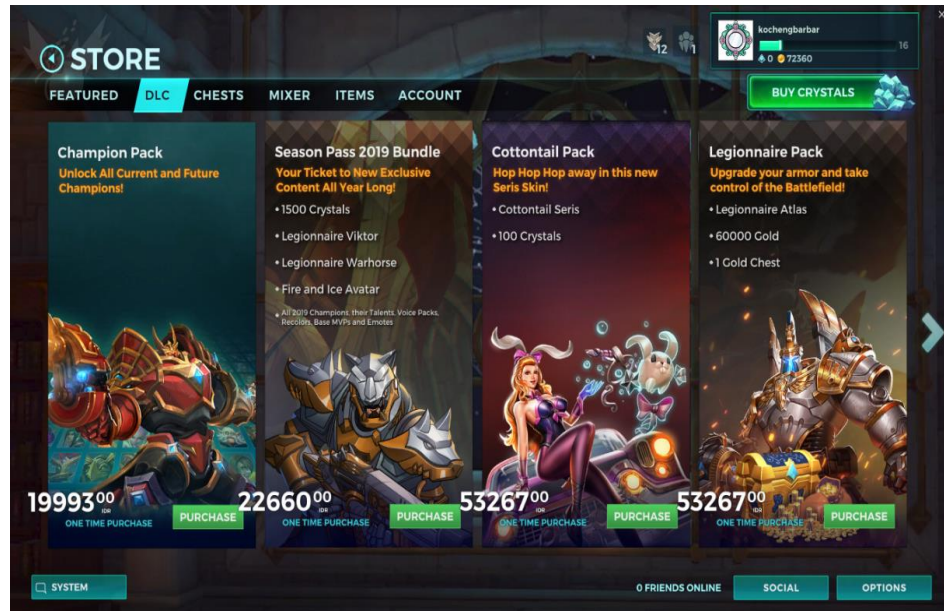
Item adalah suatu peralatan yang memberikan manfaat bagi gamers yang dikumpulkan atau dibeli oleh seorang gamers item bisa berupa kosmetik pelengkap, armor, tas, sepatu, senjata dan lain sebagainya yang banyak ditemukan di dalam game, tergantung dari jenis game yang dimainkan, contoh game yang banyak memiliki variasi item adalah game dengan genre RPG (*Role Play game*)

3. *Diamond/cash* (Uang Elektronik di dalam game)

Diamond atau cash memiliki nama yang berbeda-beda tergantung dari masing-masing game, diamond atau cash biasanya digunakan untuk membeli item-item eksklusif yang tidak bisa didapatkan secara gratis dengan memainkan game.

Gambar 2.1..

Contoh dari uang digital pada game



Sumber: Olahan peneliti

#### 4. *Loot Box*

*Loot box* merupakan sistem “Peti Hadaiah” yang bisa di tukarkan dengan sejumlah uang asli yang dirubah kedalam bentuk uang digital atau diamond, loot box memberikan hadiah secara acak.



Gambar 2.2.

Contoh dari *Loot Box* pada game *CSGO*



Sumber: Olahan Peneliti

Di beberapa game pengembang hanya menghadirkan Loot Box berupa item-item yang bersifat kosmetik biasa dan sebagian game juga memiliki loot box yang bersifat mempengaruhi permainan di dalam game.

Loot box ini juga dibagi kedalam beberapa jenis contohnya seperti loot box Common yang didalamnya terdapat item-item yang bersifat umum dan biasa ditemukan, kemudian Loot Box Rare/Uncommon dimana didalam Lootbox tersebut terdapat item-item yang bersifat tidak biasa atau jarang ditemui, kemudian yang terakhir Lootbox Epic/legendary dimana dari ketika Loot Box yang ada Loot Box ini yang memiliki harga Paling mahal dikarenakan di dalamnya terdapat item-item yang sangat langka.

## 5. *Battle Pass*

Battle Pass adalah jenis pendekatan monetisasi yang menyediakan konten tambahan untuk game biasanya melalui sistem berjenjang, memberi hadiah kepada pemain dengan item dalam game dengan memainkan game dan menyelesaikan tantangan spesifik. Terinspirasi oleh sistem tiket musiman dan berasal dari Dota 2 pada 2013, model battle pass semakin banyak digunakan sebagai alternatif untuk biaya berlangganan dan kotak jurahan mulai akhir 2010-an.

Pada kasus *Game* online *Microtransactions* biasa di temukan di *Game-Game Free to Play* atau Gratis, pada *Game* gratis ini transaksi Mikro terjadi di dalam *Game* berupa *Item-item* yang bersifat *Optional* seperti aksesoris karakter, kostemetik dan persenjataan, transaksi mikro yang sehat di dalam *Game* adalah transaksi mikro yang menjual *Item* yang bersifat netral dan adil. *Item-item* ini tidak membantu pemain untuk memenangkan suatu permainan, karena sebagian *Game* yang bersifat multiplayer atau online memiliki prinsip kesamarataan sehingga semua pemain memilki kapasitas dan hak yang sama, kesamarataan ini contohnya di *Game Player unknown battleground* atau *PUBG* dimana konsep *Game* tersebut seluruh pemain dalam satu server berjumlah sertain orang akan di turunkan di suatu pulau untuk bertahan hidup dengan cara membunuh pemain lain, di awal permainan pemain tidak akan memiliki senjata sekali dan diharuskan mencari sendiri senjata atau atribut yang telah di sediakan oleh *Game* di pulau tersebut.

#### 6. *Bundle Game*

Bundle merupakan pembelian Game dengan item-item baik DLC dan kosmetik dalam satu paket pembelian, Bundle game biasanya dijual dengan harga yang lebih murah daripada pembelian terpisah.

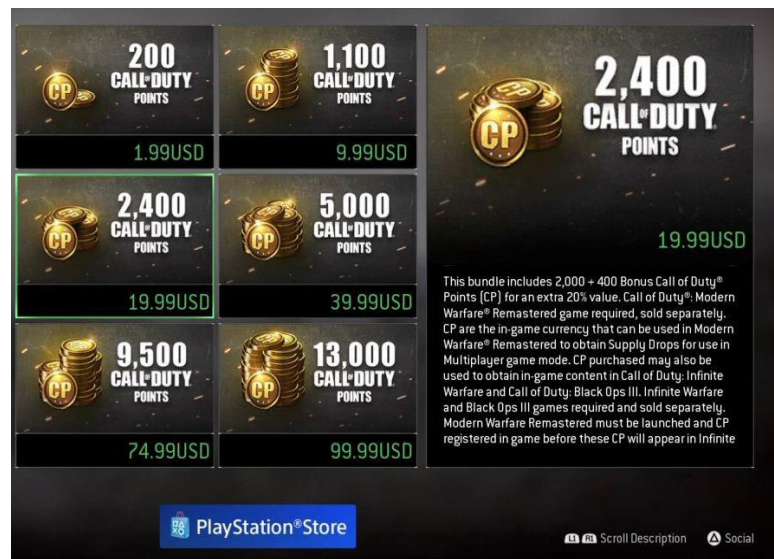
#### 7. *Pre Order Game*

Pre Order (PO) adalah sistem pembelian barang dengan memesan dan membayar terlebih dahulu sebelum produksi dimulai, dengan tenggang waktu tunggu (estimasi/perkiraan) sampai barang tersedia. Di dalam jual beli game Pre Order sudah biasa terjadi dan dilakukan oleh developer game besar yang telah memiliki nama dan kepercayaan baik dari para gamers.

Di beberapa game pengembang membagi game kedalam beberapa jenis contohnya game dengan jenis Starter Editions, Standard Edition dan Gold Edition, perbedaan ini bertujuan untuk menjangkau seluruh kalangan gamers dari dari harga paling murah yaitu starter edition dan yang paling mahal yaitu Gold Editions .

Gambar 2.3

Contoh salah satu bentuk transaksi mikro dari *Game Call of Duty* yang dijual di setam



Sumber: tyroneagleeyenews.com

Gambar diatas menunjukkan salah satu bentuk dari transaksi mikro yang di sediakan oleh *Game Call of Duty* milik *EA*. Pemain bias menukarkan uangnya melalui beberapa jenis transaksi yang disediakan oleh *Game* untuk menukarnya menjadi bentuk uang digital yang dalam *Game Call of Duty* berupa *Points* yang berguna untuk membeli barang atau kosmetik yang di sediakan dalam permainan.

### 2.1.2.3. *Game Online*

Permainan Daring (*Online Games*) adalah jenis permainan komputer yang memanfaatkan jaringan komputer. Jaringan yang biasanya digunakan adalah jaringan internet dan yang sejenisnya serta selalu menggunakan teknologi yang

ada saat ini, seperti modem dan koneksi kabel. Biasanya permainan daring disediakan sebagai tambahan layanan dari perusahaan penyedia jasa online, atau dapat diakses langsung melalui sistem yang disediakan dari perusahaan yang menyediakan permainan tersebut. Sebuah *Game* online bisa dimainkan secara bersamaan dengan menggunakan computer yang terhubung ke dalam sebuah jaringan tertentu.

Menurut Andrew Rollings dan Ernest Adams, permainan daring lebih tepat disebut sebagai sebuah teknologi, dibandingkan sebagai sebuah genre permainan; sebuah mekanisme untuk menghubungkan pemain bersama, dibandingkan pola tertentu dalam sebuah permainan (Rolling & Adams, 2006: 770). *Game* online kebanyakan tidak memiliki bentuk fisik seperti kaset CD melainkan berbentuk digital dan di unduh melalui situs atau pasar *Game*. Kebanyakan *Game* online bisa di unduh gratis namun ada beberapa *Game* online yang mengharuskan pemain untuk membayar terlebih dahulu untuk memainkan *Gamenya* dengan menggunakan uang atau point digital yang disediakan oleh situs atau pasar *Game* seperti Steam.

Permainan yang paling diminati pada tahun 2018 adalah *Player unknown's Battlegrounds* (PUBG) kemudian disusul oleh DOTA 2 yang sebelumnya menjadi peringkat pertama sebagai *Game* yang paling sering dimainkan di steam. dari daftar sepuluh *Game* di atas semuanya memiliki system transaksi mikro dan sebagian sebagian harus dimainkan dengan online untuk mengakses beberapa fitur seperti *multiplayer* atau bermain bersama teman. Dari banyaknya Genre game yang ada saat ini berikut adalah beberapa jenis game yang banyak dimainkan:

### 1. *RTS (Real Time Strategi)*

*Real Time Strategi* atau sering disingkat *RTS* adalah jenis game peperangan yang biasanya meminta pemainnya untuk mengatur strategi yang baik untuk memenangkan permainan. Dalam game tersebut Gamers sebagai seorang pemain harus mampu mengelola sebuah negara atau tim yang Gamers pilih, baik SDM-nya, SDA-nya, perekonomiannya, pemerintahannya, dan masih banyak lagi. Dalam game ini Gamers diharapkan dapat mengambil keputusan yang bijak agar Negara yang Gamers pimpin bisa lebih maju daripada yang sebelumnya. Keputusan yang Gamers ambil akan menentukan kemajuan dari negara atau tim yang Gamers pimpin. Contoh dari *game RTS* adalah *Age of Empire, Rise of Nations, dan Warcraft*.

### 2. *First Person Shooter (FPS)*

First person shooter atau dikenal dengan singkatan FPS adalah jenis game online yang berhubungan dengan tembak-menembak dengan sudut pandang orang pertama. Dalam permainan ini Gamers bisa memilih sendiri karakter yang ingin Gamers mainkan karena setiap karakter memiliki kemampuan yang berbeda-beda dalam menembak.

### 3. *Role Playing Game (RPG)*

Role playing game adalah jenis permainan online yang memiliki karakter-karakter khayalan yang tentunya hanya ada dalam sebuah dongeng belaka. Di sini para Gamers RPG bisa memilih sendiri karakter yang ingin dimainkannya. Permainan game online tersebut dikatakan berhasil jika Gamers bisa mengikuti alur cerita dengan baik dan bisa memerankan karakter tersebut dengan baik.

Ada 2 jenis *RPG* yang dikenal di dunia maya, yaitu *LARP (Live Action Role Playing)* dan *MMORPG (Massively Multiplayer Online Role Game Playing)*. Contoh dari jenis game online *RPG* adalah *The Lord of The Rings Online*, *Final Fantasy*, dan *Ragnarok*.

4. 4. *Life Simulation Game* Jenis game online yang dikenal dengan *Life Simulation Game* ini adalah permainan yang memiliki karakter yang dapat melakukan kegiatan-kegiatan yang biasa dilakukan manusia di dunia nyata. Dalam game ini Gamers harus mengendalikan karakternya untuk melakukan hal-hal seperti manusia seperti belajar, berbelanja, berinteraksi, bekerja, dan masih banyak lagi.

5. *Vehicle simulation*

*Vehicle Simulation* adalah game yang mengharuskan pemainnya untuk bisa mengoperasikan kendaraan, baik kendaraan darat, air, maupun laut seperti versi aslinya. Secara tidak langsung pemain harus mengerti versi kendaraan aslinya agar ia dapat mengoperasikan kendaraannya dengan sempurna. Contoh dari game *Vehicle Simulation* adalah *Flight Gear*, *Tram*, dan *Orbiter*.

6. *Game Aksi*

*Game Aksi (Action)* *Game aksi* adalah salah satu jenis game yang membutuhkan ketangkasan dari orang yang memainkan game ini. Tentunya, daya reflek juga sangat dibutuhkan agar karakter yang dimainkannya dapat memenangkan pertandingan. Biasanya dalam game ini Gamers diharuskan

untuk memainkan sebuah karakter yang sedang menjalankan sebuah misi tertentu. Dalam sebuah misi Gamers biasanya harus melewati berbagai macam rintangan yang ada di dalamnya. Selain itu, Gamers juga biasanya harus mengalahkan musuh atau menyelamatkan karakter lain. Dengan begitu, ketangkasan dan reflek dari pemain sangat dibutuhkan untuk memenangkan game ini.

#### 7. *Game Adventure*

Jenis game petualangan ini biasanya mengambil tema memecahkan sebuah misteri atau kasus, memburu harta karun, serta menyelamatkan karakter lain. Tentunya Gamers akan merasa menjadi petualang sejati ketika memainkan game ini. Jadi bagi Gamers yang suka berpetualang di dunia nyata, tak ada salahnya Gamers mencoba jenis permainan online ini.

#### 8. *Game Aksi Petualangan*

Dalam proses petualangannya, pemain juga harus bisa melakukan aksi untuk menyelesaikan rintangan-rintangan yang biasanya berbentuk teka teki. Contoh dari jenis game aksi petualangan adalah Tomb Raider dan Indiana Jone

#### 9. *Early Access Game*

*Early Access* merupakan program yang diluncurkan oleh Steam pada Maret 2013 yang lalu, dimana program ini membuka kesempatan bagi developer, terutama developer indie untuk mengembangkangame mereka yang masih 'unfinished', serta memberikan akses bagi pemain untuk mencoba langsung game-game tersebut.



Gambar 2.4

Daftar *Game* yang paling sering di mainkan di Steam 2018



Sumber: [www.Polygon.com](http://www.Polygon.com)

#### 2.1.2.4. Steam

Steam merupakan layanan sejenis market barang digital khusus game yang dibuat oleh *Valve Corporation*. Layanan ini bekerja sebagai pengumpul atau penyalur data game yang dimiliki oleh pengembang dan dijual disini, semacam Playstore atau Apple Store pada smartphone. Bisa dikatakan hampir semua aplikasi game bisa didapatkan di aplikasi tersebut, baik itu berjenis indie ataupun milik pengembang besar, semuanya dapat diakses dengan mudah menggunakan satu aplikasi.

Gambar 2.5

Logo Steam

Sumber: <http://sbdirtysouthsoccer.com>

Sebelum rilisnya Steam, pihak perusahaan yakni *Valve Corporation* sempat mendapat masalah kecil namun untungnya dapat diselesaikan dengan cepat. Steam kemudian diluncurkan dengan berbagai pelayanan atau fitur yang terdapat dalam aplikasinya; seperti menyediakan verifikasi orisinalitasnya untuk setiap game yang terdaftar dalam platform tersebut, hingga memiliki fitur *Digital Rights Management (DRM)* yang mana dapat mengatur masuk keluarnya data game yang diunduh dari Steam. Untuk memberikan kepercayaan kepada konsumen, Steam menjalin kerja sama dengan berbagai pihak resmi pengembang game, sehingga konsumen dapat seratus persen percaya bahwa aplikasi yang terdapat dalam layanan ini adalah file resmi, orisinal, dan bukan produk bajakan.

Gambar 2.6

Contoh tampilan platform Steam



Sumber: Olahan Peneliti

Dengan menggunakan Steam, pengguna juga dapat bergabung ke dalam komunitas para pemain game, dimana dalam komunitas tersebut siapa pun memiliki kemungkinan untuk membahas suatu topik pembicaraan yang tentu berhubungan dengan game, misalkan mekanisme, cara bermain, produk game, dan lain sebagainya. Gamers juga dapat memberikan komentar dan membuka topik pembicaraan. Intinya semacam forum yang disediakan khusus untuk para penggunanya.

Layanan Steam sudah berdiri selama lebih dari 15 tahun yang mengartikan mereka bukanlah layanan baru sehingga dapat dipastikan sudah banyak para

pengembang game yang terdaftar pada layanan ini. Dalam platform Steam pun para konsumen dapat mencari berbagai jenis game berdasar kategori yang berbeda seperti action, adventure, fps, racing, dan lain sebagainya. Dalam platform ini juga terdapat banyak game berjenis Indie, merupakan game yang hanya dibuat oleh kelompok kecil bukan perusahaan besar. Selain game, Steam juga menawarkan penjualan software yang dapat diunduh dari berbagai pengembang software di dunia.

Berbagai game sudah termuat di dalam layanan Steam, baik itu game offline dan online. Banyak game online terkenal yang dapat diunduh melalui Steam, misalkan saja *Dota 2*, *Team Fortress 2*, *Bless*, *PUBG*, dan lain sebagainya. Gamers pun bisa mendapatkan hardware yang dapat digunakan oleh para pemain untuk memaksimalkan pengalaman bermain game, salah satunya adalah dengan Steam Controller. Intinya, Steam merupakan pusat para pemain game berkumpul untuk mendapatkan berbagai kebutuhan game.

#### **2.1.2.5. Computer Mediated Communication**

*Computer-Mediated Communication* (CMC) adalah jenis-jenis program aplikasi yang digunakan untuk melakukan komunikasi antara dua orang atau lebih untuk berinteraksi melalui komputer yang berbeda dan berada di tempat yang berbeda pula. Intinya adalah bagaimana dua orang atau lebih dapat berkomunikasi satu dengan lainnya dengan menggunakan alat pendukung komputer melalui program aplikasi yang ada pada komputer tersebut

CMC dapat menyebabkan bermacam perubahan dalam bagaimana manusia dapat berkomunikasi satu sama lain, dan juga mempengaruhi pola komunikasi serta jaringan sosial mereka misalnya, (Fulk & Collins-Jarvis, 2001).

Dengan kata lain, teori CMC ini mengarahkan pada efek sosial.

CMC berbeda dari komunikasi tatap muka langsung. CMC membatasi pada level sinkronisasi dari interaksi, yang memungkinkan terjadinya reduksi di dalam interaksi. Lebih jauh lagi, CMC dapat mengatasi penjajahan atas jarak dan waktu (Rice & Gattiker 2001)

Konsep penting yang ada dalam teori ini adalah presence, menggambarkan bagaimana kondisi psikologis di mana obyek virtual yang dibentuk oleh komputer diperlakukan seperti obyek nyata. Selain itu juga ada konsep social presence, yaitu kondisi di mana aktor sosial mendapatkan pengalaman sesuai dengan isyarat atau lambang-lambang sosial yang terdapat dalam berbagai media komunikasi.

### *1. Discord*

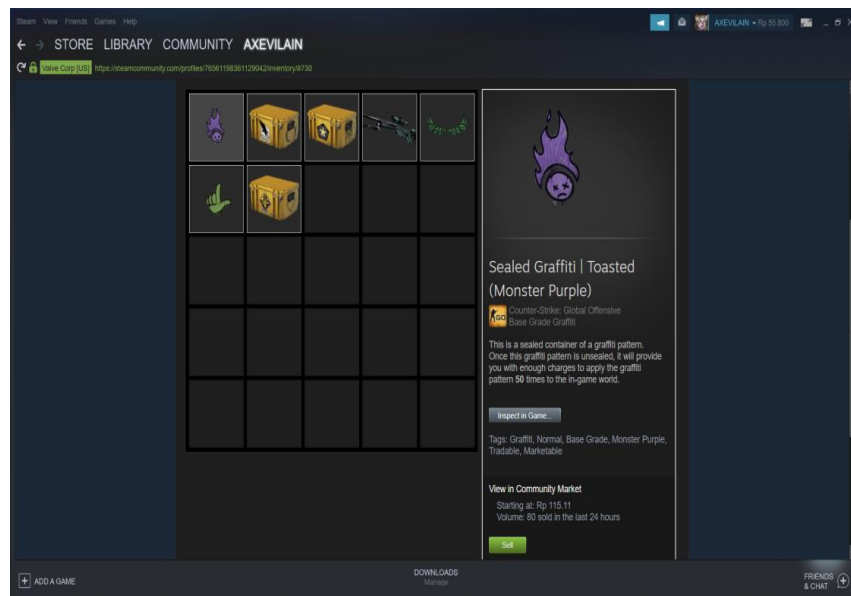
*Discord* adalah aplikasi chat dan voice multi-platoform yang dapat digunakan pada sistem operasi android dan ios pada smartphone maupun sistem operasi windows pada komputer. Melalui discord anda dapat berkomunikasi menggunakan suara, tulisan maupun gambar dengan teman dan komunitas anda. Anda dapat membuat suatu komunitas melalui server ataupun bergabung dengan server komunitas yang sudah ada seperti mamecoin.

### *2. Steam Community Market*

(selanjutnya akan saya singkat menjadi Market) adalah sebuah fitur dari Steam yang memungkinkan para penggunanya untuk melakukan transaksi dagang untuk berbagai barang dalam game atau platform Steam itu sendiri (seperti Trading Card, background wallpaper, dan lain-lain). Seluruh barang yang dijual memiliki harga yang ditentukan oleh penjualnya sendiri, sehingga harga yang ditawarkan sangat beragam.

Gambar 2.7

Contoh Item yang bisa dijual di dalam Steam Community Market



Sumber: Olahan peneliti

Sebelumnya Market hanya bisa digunakan untuk game milik Valve saja, namun sekarang beberapa game yang tidak dikembangkan oleh Valve juga memiliki beberapa barang yang bisa ditransaksikan di Market. Jika kamu

ingin membeli suatu barang dari game, saya sangat menyarankan untuk mencoba mencari barang tersebut di Market terlebih dahulu. Untuk mengakses Steam Community Market kamu cukup mengarahkan mouse ke menu Community dan klik pada menu Market.

Sepanjang pengalaman saya dalam menggunakan Steam, saya selalu mendapatkan harga yang lebih murah saat membeli barang lewat Market jika barang tersebut juga bisa dibeli langsung menggunakan IAP dalam game yang bersangkutan seperti DOTA 2 atau Counter Strike: Global Offensive. Selain itu jika kamu menginginkan barang langka yang tidak bisa kamu beli langsung, kemungkinan kamu juga bisa mendapatkannya di Market.

#### **2.1.2.6. Itemku**

*Itemku* adalah situs belanja daring berjenis pelanggan untuk pelanggan yang berfokus pada transaksi produk virtual seperti *item*, akun, dan mata uang permainan video serta berbagai jenis voucher. Dalam bertransaksi, pengguna *itemku* umumnya memanfaatkan fitur transaksi yang ada di dalam game. *itemku* berperan sebagai pihak ketiga, atau eskro, yang bertanggung jawab menampung dana dari pihak pembeli hingga pihak penjual selesai mengirimkan pesanan.

Peluang ekspansi *itemku* memang terbilang lebih besar jika dibandingkan dengan online marketplace lain. Salah satu alasannya adalah karena mereka sama sekali tidak memerlukan uluran tangan dari penyedia jasa logistik layaknya marketplace yang berkuat dengan produk-produk fisik. Ingat, barang-barangnya

bisa dikatakan tidak berwujud, dan hanya bisa dinikmati jika Gamers memainkan game yang bersangkutan.

Metode pembayaran yang disediakan oleh Itemku diantaranya bisa dilakukan dengan Kartu Kredit atau Debet, Paypal, dan yang paling populer digunakan di Indonesia adalah melalui OVO, OVO adalah sebuah aplikasi smart yang memberikan Anda layanan pembayaran dan transaksi secara online (OVO Cash). Anda juga bisa berkesempatan untuk mengumpulkan poin setiap kali Anda melakukan transaksi pembayaran melalui OVO.

Secara umum, OVO Cash dapat digunakan untuk berbagai macam pembayaran yang telah bekerja sama dengan OVO menjadi lebih cepat. Sedangkan OVO Points adalah loyalty rewards bagi yang melakukan transaksi dengan menggunakan OVO Cash di merchant-merchant rekanan OVO. Untuk OVO Points sendiri, dapat ditukarkan dengan berbagai penawaran menarik hingga ditukarkan dengan transaksi di merchant rekanan OVO.

OVO menawarkan kemudahan transaksi tanpa mengharuskan nasabahnya membawa cash terlalu banyak. Salah satunya cukup dengan menunjukkan aplikasi OVO yang didalamnya terdapat saldo cash maupun point.



Gambar 2.8.

Logo Itemku

Sumber: <https://itemku.com/identitas-brand>

*itemku* didirikan pada tahun 2014 di Jakarta sebagai anak usaha dari PT Five Jack, sebuah perusahaan rintisan asal Korea Selatan. Sebelum menjadi situs perdagangan elektronik, *itemku* memulai usahanya sebagai platform iklan baris sekaligus perbandingan harga *item* gim. Di awal operasinya, *itemku* berfokus pada transaksi jual-beli mata uang permainan video berjenis MMORPG. Hingga 2018, *itemku* telah melayani transaksi produk virtual pada lebih dari 40 permainan video termasuk Dota 2, Mobile Legends: Bang Bang, dan Counter Strike: Global Offensive. Selain itu, *itemku* juga memungkinkan penggunaanya untuk memperjualbelikan kode voucher, baik yang berkaitan dengan permainan video maupun yang lebih umum seperti pulsa ponsel dan listrik.

### 2.1.3. Kerangka Teoritis

Kerangka teori adalah kemampuan seorang peneliti dalam mengaplikasikan pola berpikirnya dalam menyusun secara sistematis teori-teori yang mendukung permasalahan penelitian. Menurut Kerlinger,

teori adalah himpunan konstruk (konsep), defenisi, dan proposisi yang mengemukakan pGamersngan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi diantara variabel, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut (Rakhmat, 2004: 6).

Teori berguna menjadi titik tolak atau lGamerssan berpikir dalam memecahkan atau menyoroiti masalah. Fungsi teori sendiri adalah untuk menerangkan, meramalkan, memprediksi, dan menemukan keterpautan fakta-fakta yang ada secara sistematis (Effendy,2004: 224).

Untuk memberi kejelasan pada penelitian ini, peneliti mengemukakan kerangka teori dengan teori Persepsi.

#### 1. Definisi Persepsi

Penelitian ini akan menggunakan konsep dan teori yang relavan dengan permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti. Menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi suatu Pengantar mengatakan bahwa persepsi adalah inti dari Komunikasi, sedangkan penafsiran adalah inti dari persepsi, yang identic dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam

proses komunikasi. Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita dapat berkomunikasi dengan baik.

Kenneth K. Sereno, dan Edward M. Bodaken, juga Judy C. Pearson, dan Paul E. Nelson, menyebutkan bahwa persepsi terdiri dari tiga aktivitas, yaitu : seleksi, organisasi, dan interpretasi. Yang dimaksud seleksi sebenarnya mencakup sensasi dan atensi, sedangkan organisasi melekat pada interpretasi, yang dapat didefinisikan sebagai “meletakkan suatu rangsangan bersama rangsangan lainnya sehingga menjadi suatu keseluruhan yang bermakna.

Persepsi meliputi penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indra kita (indra peraba, indra penglihat, indra pencium, indra pendengaran, indra pengecap), atensi, dan interpretasi (Mulyana, 2011: 181).

Berdasarkan pemaparan di atas maka dapat ditarik 3 unsur yang membentuk persepsi, yaitu :

a. Sensasi

Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak melalui keseluruhan alat indra yang dimiliki manusia. Reseptor indrawi meliputi mata, telinga, hidung, kulit, dan lidah adalah penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar. Makna pesan yang dikirimkan ke otak harus dipelajari, sehingga semua indra itu punya andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk

diinterpretasikan. Oleh karena otak menerima dua pertiga persen melalui rangsangan visual. Penglihatan mungkin merupakan indra paling penting. Pendengaran juga menyampaikan pesan verbal ke otak untuk di tafsirkan. Tidak seperti visual yang menuntut mata menagrah pada objek, suara diterima dari semua arah. Penciuman, sentuhan, pengecapn terkadang memainkan peran penting dalam komunikasi melalui lewat bau yang menyenagt, jabatan tangan yang kuat, dan rasa air garam di pantai.

b. Atensi

Atensi merupakan proses dimana sbelum kita merespon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun, kita harus lebih dulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti bahwa persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, rangsangan yang menarik perhatian kita cenderung kita anggap lebih penting daripada yang tidak menarik perhatian kita. Rangsangan seperti itu cenderung dianggap penyebab kejadian-kejadian berikutnya.

c. Interpretasi

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indra kita. Namun Gamers tidak dapat menginterpretasikan makna informasi yang Gamers percayai mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. Interpretasi

juga dapat dikatakan sebagai proses subjektif yang menjelaskan persepsi untuk menetapkan maknanya kepada semua objek. Untuk mengartikan makna, orang merancang penjelasan dari apa yang mereka katakan dan lakukan.

## **2. Proses Terjadinya Persepsi**

Proses Terjadinya Persepsi Proses persepsi secara umum terbagi dalam empat tahap, yakni :

1. Perhatian dan Seleksi (Attention and Selection) Pemilihan secara selektif hanya memberikan kesempatan pada proporsi yang kecil dari seluruh informasi yang ada. Proses seleksi ini berasal dari proses yang terkontrol, yaitu individu secara sadar memutuskan informasi mana yang akan diperhatikan dan mana yang diabaikan.
2. Organisasi (Organization) Pada tahap ini seluruh informasi yang telah masuk seleksi pada tahap sebelumnya akan diorganisasikan. Adapun cara untuk mengorganisasi informasi secara efisien adalah schema. Schema adalah kerangka kognitif yang menggambarkan pengetahuan yang diorganisasi dengan pemberian konsep atau stimulus yang dibangun melalui pengalaman.
3. Interpretasi (Interpretation) Setelah perhatian digambarkan pada stimulus tertentu dan informasi telah diorganisasi maka individu akan mencoba untuk memperoleh jawaban tentang makna dari informasi tersebut. Tahap ini sangat dipengaruhi oleh causal attribution, yaitu

sebuah percobaan untuk menjelaskan mengapa sesuatu itu terjadi seperti itu.

4. Pencarian Kembali (Retrieval) Informasi yang telah disimpan dalam memori harus dicari kembali bila informasi tersebut digunakan. Individu akan lebih mudah mendapatkan kembali informasi yang telah tersimpan bila telah terskema dan terorganisir. Jadi proses persepsi diawali dengan perhatian dan seleksi terhadap informasi yang ada, kemudian informasi yang telah terseleksi tersebut tersebut diorganisir, setelah itu mulailah tahap interpretasi yaitu individu

## **2.2. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran adalah suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian. Kerangka pemikiran dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian (research question), dan merepresentasikan suatu himpunan dari beberapa konsep serta hubungan diantara konsep-konsep tersebut (Polancik, 2009),

Teori persepsi menyatakan bahwa persepsi *Gamers* terbentuk melalui tiga tahap yaitu sensai, atensi dan yang terpenting yaitu Interpretasi sehingga membentuk persepsi *Gamers* tentang transaksi mikro.pemain *Game* dengan sengaja melakukan transaksi mikro di dalam *Game* dengan cara menukarkan uangnya dengan jenis uang digital yang disediakan oleh *Game*.

a. Sensasi

Sensasi merujuk pada pesan yang di kirimkan ke otak melalui keseluruhan alat indra yang dimiliki manusia. Reseptor indrawi meliputi mata, telinga, hidung, kulit, dan lidah adalah penghubung antara otak manusia dan lingkungan sekitar. Makna pesan yang dikirimkan ke otak harus dipelajari, sehingga semua indra itu punya andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Penglihatan menyampaikan pesan nonverbal ke otak untuk diinterpretasikan. Oleh karena otak menerima dua pertiga persen melalui rangsangan visual. Penglihatan mungkin merupakan indra paling penting. Pendengaran juga menyampaikan pesan verbal ke otak untuk di tafsirkan. Tidak seperti visual yang menuntut mata menagrah pada objek, suara diterima dari semua arah. Penciuman, sentuhan, pengecapan terkadang memainkan peran penting dalam komunikasi melalui lewat bau yang menyenagt, jabatan tangan yang kuat, dan rasa air garam di pantai.

d. Atensi

Atensi merupakan proses dimana sebelum kita merespon atau menafsirkan kejadian atau rangsangan apapun, kita harus lebih dulu memperhatikan kejadian atau rangsangan tersebut. Ini berarti bahwa persepsi mensyaratkan kehadiran suatu objek untuk dipersepsi, rangsangan yang menarik perhatian kita cenderung kita anggap lebih penting daripada yang tidak menarik perhatian kita. Rangsangan seperti itu cenderung dianggap penyebab kejadian-kejadian berikutnya.

e. Interpretasi

Tahap terpenting dalam persepsi adalah interpretasi atas informasi yang kita peroleh melalui salah satu atau lebih indra kita. Namun Gamers tidak dapat menginterpretasikan makna informasi yang Gamers percayai mewakili objek tersebut. Jadi pengetahuan yang kita peroleh melalui persepsi bukan pengetahuan mengenai objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan mengenai bagaimana tampaknya objek tersebut. Interpretasi juga dapat dikatakan sebagai proses subjektif yang menjelaskan persepsi untuk menetapkan maknanya kepada semua objek. Untuk mengartikan makna, orang merancang penjelasan dari apa yang mereka katakan dan lakukan.

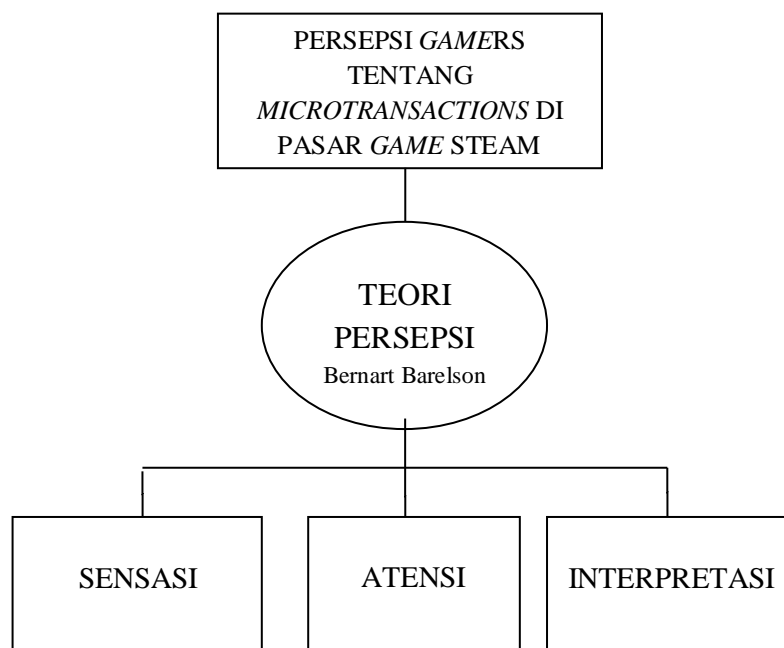
Dari penjelasan di atas peneliti akan mendalami tentang sensasi, atensi dan interpretasi gamers mengenai fitur microtransactions di pasar game Steam sebelum mengetahui apa persepsi gamers tentang microtransactions di pasar game steam. Dalam upaya mengetahui bagaimana persepsi gamers mengenai microtransactions di pasar game steam, peneliti harus mengetahui bagaimana sensasi, atensi dan interpretasi gamers terhadap microtransactions, sensasi gamers yang dimaksudkan adalah bagaimana gamers mengetahui tentang microtransactions baik itu melalui indar pendengaran atau penglihatan, kemudian yang dimaksud dengan atensi yaitu bagaimana gamers melihat game yang dibeli memiliki suatu nilai dan apa yang menjadi perhatian gamers dalam melakukan microtransactions. Kemudian peneliti harus mengetahui bagaimana interpretasi gamers dalam melakukan microtransactions, interpretasi yang dimaksud adalah



bagaimana kesan atau pendapat yang didapatkan oleh gamers terhadap bentuk dari microtransactions, setelah melakukan analisis dari ketiga unsur tersebut, peneliti kemudian bisa menyimpulkan bagaimana persepsi gamers terhadap Microtransactions di pasar game Steam dengan dipadukan hasil observasi dan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti.

Kerangka Pemikiran Persepsi *Gamers* Tentang *Microtransactions* di pasar *Game* steam dengan Teori Persepsi (Bernart Barelson dan Steiner 1964)

Gambar 2.9



Sumber : Olahan Peneliti