

Pertimbangan Anggota Komunitas Blass Mobile Legends Squad dalam Membeli *Virtual Items* pada Mobile Legends

Bernardo Adiguna Santosa¹

¹Program Studi Sosiologi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

bernardoadi12@gmail.com

Untuk mengutip artikel ini:

Santosa, Bernardo Adiguna. (2025). Pertimbangan Anggota Komunitas BLASS Mobile Legends Squad dalam Membeli *Virtual Items* pada Mobile Legends. *Jurnal Atma Sosiologika*, Vol. 2(2), 1-24.

ABSTRAK

Di Indonesia terdapat *game online* yang hingga saat ini masih cukup populer di kalangan anak muda dan juga rata-rata peminat atau pengguna dari permainan tersebut adalah anak-anak muda yang berjenis kelamin laki-laki. *Game* tersebut adalah Mobile Legends: Bang-Bang. Mobile Legends: Bang-Bang ialah satu jenis *game online* yang memiliki jenis atau genre permainan yaitu MOBA atau *Multiplayer Online Battle Arena*. MOBA sendiri merupakan salah satu jenis *game online* yang proses bermainnya lebih mengutamakan strategi yang dibentuk oleh tim. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pertimbangan yang dilakukan oleh anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad dalam membeli *virtual items* pada permainan Mobile Legends. Penelitian ini menggunakan teori nilai konsumsi sebagai teori yang digunakan untuk menganalisis pertimbangan kolektif para anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad dalam membeli *virtual items*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah pertimbangan yang dilakukan oleh para anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad tidak hanya berdasarkan pertimbangan secara individu saja, melainkan pertimbangan kolektif dari sebuah komunitas yang terbentuk menjadi tim dalam permainan Mobile Legends.

Kata Kunci: *Game Online*; Nilai Konsumsi; Pertimbangan Kolektif; *Virtual Items*.

ABSTRACT

In Indonesia, there is an online game that is still quite popular among young people, and the average enthusiast or user of the game is young men. The game is Mobile Legends: Bang-Bang. Mobile Legends: Bang-Bang is a type of online game that has a type or genre of game, namely MOBA or Multiplayer Online Battle Arena. MOBA itself is a type of online game where the gameplay prioritizes strategies formed by teams. This study aims to describe the considerations made by members of the BLASS Mobile Legends Squad community in

purchasing virtual items in the Mobile Legends game. This study uses the theory of consumption value as a theory used to analyze the collective considerations of BLASS Mobile Legends Squad community members in purchasing virtual items. This study uses a qualitative research method with data collection methods namely observation, semi-structured interviews, and documentation. The results of this study are considerations made by members of the BLASS Mobile Legends Squad community not only based on individual considerations, but also collective considerations of a community formed into a team in the Mobile Legends game.

Keywords: Collective Consideration; Consumption Value; Online Games; Virtual Items.

PENDAHULUAN

Era modernisasi telah membawa perubahan besar bagi teknologi di dunia, sehingga perkembangan yang terjadi pada teknologi di dunia dapat dikatakan cukup pesat. Salah satu bukti perkembangan teknologi tersebut adalah kemunculan *game online*. Menurut Fitra Rahim dalam Darwis et al., (2020) *game online* ialah penggabungan dari dua kata yang berasal dari Bahasa Inggris yakni *game* dan *online*. *Game* sendiri diartikan sebagai permainan dan *online* diartikan sebagai daring atau dalam jaringan, sehingga apabila kedua makna tersebut digabungkan, maka pengertian *game online* secara umum ialah salah satu jenis permainan yang didukung oleh adanya teknologi internet, sehingga permainan ini dapat dimainkan oleh banyak orang. Peralatan yang digunakan untuk bermain *game online* biasanya adalah *handphone* atau *smartphone*, namun setiap orang juga bisa menggunakan komputer sebagai peralatan untuk mendukung aktivitas bermain. Bermain *game online* saat ini dijadikan sebagai gaya hidup baru bagi kalangan anak muda untuk menambah jaringan sosial serta untuk hiburan di waktu luang. Di Indonesia sendiri terdapat beragam jenis *game online* salah satunya ialah *game* atau permainan dengan jenis *MOBA* atau *Multiplayer Online Battle Arena*.

Di Indonesia terdapat *game online* yang hingga saat ini masih cukup populer di kalangan anak muda dan juga rata-rata peminat atau pengguna dari permainan tersebut adalah anak-anak muda yang tergabung dalam suatu komunitas. *Game* tersebut adalah Mobile Legends: Bang-Bang. Mobile Legends: Bang-Bang ialah satu jenis *game online* yang memiliki jenis atau genre permainan yaitu *MOBA* atau *Multiplayer Online Battle Arena*. *MOBA* sendiri merupakan salah satu jenis *game online* yang proses bermainnya lebih mengutamakan strategi yang dibentuk oleh tim. Artinya adalah proses bermain yang dilakukan dalam permainan tersebut pemain lebih mengutamakan strategi dan kerja sama yang dibentuk atau dibangun

bersama dengan pemain lainnya dalam tim yang menjadi wadah bagi pemain untuk bermain bersama, sehingga dengan adanya strategi dan kerja sama yang telah dibentuk atau dibangun dalam tim, mereka bisa memperoleh hasil permainan yang cukup memuaskan. Selain itu jumlah pemain dalam permainan berjenis *MOBA* tersebut biasanya terdiri dari 10-20 orang.

Di dalam permainan Mobile Legends: Bang-Bang terdapat fitur *online store*, yang mana di dalam *online store* tersebut, para pemain bisa melakukan pembelian terhadap beberapa *virtual items* dalam permainan Mobile Legends, seperti *hero* atau *game character*, *skin*, dan senjata yang dapat dibeli pada saat permainan berlangsung. Hingga saat ini, pembelian terhadap beberapa *virtual items* dalam permainan Mobile Legends masih menjadi kebiasaan yang sangat sering dilakukan oleh sebagian besar pemain Mobile Legends pada saat bermain *game* Mobile Legends, terutama pemain- pemain yang sudah memiliki komunitas atau pemain-pemain yang sudah bergabung dalam suatu komunitas yang berhubungan dengan Mobile Legends. Peneliti memilih topik pertimbangan pembelian *virtual items* pada permainan Mobile Legends karena *virtual items* merupakan komponen penting dalam *game online* dan juga merupakan suatu barang di dalam dunia virtual yang dianggap sebagai sesuatu yang sangat berharga dan sangat bernilai bagi sebagian besar pemain *game online* khususnya *game* Mobile Legends, sehingga banyak pemain *game online* yang kemudian memiliki berbagai pertimbangan untuk membeli *virtual items*. Karena itu artikel ini berfokus untuk memaparkan hasil penelusuran atas pertimbangan pemain Mobile Legends, khususnya anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad berdasarkan nilai konsumsi dalam membeli *virtual items* pada *game* Mobile Legends.

KERANGKA KONSEP

Game Online

Menurut Rahim (dalam Darwis dkk., 2020) *game online* ialah penggabungan dari dua kata yang berasal dari bahasa inggris yakni *game* dan *online*. *Game* sendiri diartikan sebagai permainan dan *online* diartikan sebagai daring atau dalam jaringan, sehingga apabila kedua makna tersebut digabungkan, maka pengertian *game online* secara umum ialah salah satu jenis permainan yang didukung oleh adanya teknologi internet, sehingga permainan ini dapat dimainkan oleh banyak orang. *Game online* juga dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk bukti dari terjadinya perkembangan teknologi di era modernisasi sebagai media permainan yang dapat diakses oleh banyak orang sebagai pengguna dengan difasilitasi atau didukung oleh teknologi internet.

Di Indonesia terdapat *game online* yang hingga saat ini masih cukup populer di kalangan anak muda dan juga rata-rata peminat atau pengguna dari permainan tersebut adalah anak-anak muda yang tergabung dalam suatu komunitas. *Game* tersebut adalah Mobile Legends: Bang-Bang. Mobile Legends: Bang-Bang ialah satu jenis *game online* yang memiliki jenis atau genre permainan yaitu *MOBA* atau *Multiplayer Online Battle Arena*. *MOBA* sendiri merupakan salah satu jenis *game online* yang proses bermainnya lebih mengutamakan strategi yang dibentuk oleh tim.

Virtual Items

Virtual items atau barang virtual dalam suatu *game online* merupakan barang atau benda yang dapat diperoleh oleh pemain dengan melakukan pembelian secara digital dan sistem atau cara pembelian tersebut dilakukan dengan menukarkan uang asli dengan mata uang yang terdapat pada *game* yang dimainkan. Menurut Lehdonvirta (dalam Destianti & Irwansyah, 2020), barang virtual dapat dipahami sebagai objek yang dapat berupa karakter, *item*, mata uang, token atau koin dan *diamond* yang terdapat pada berbagai *game*, yang mana objek-objek tersebut dibuat secara virtual atau dibuat ke dalam bentuk digital untuk memenuhi kebutuhan para pemain ketika saat melakukan permainan. Setiap pemain tentu memiliki tujuan atau alasan yang berbeda-beda untuk mendorong pemain melakukan pembelian *virtual items*, misalnya pemain tersebut membeli *virtual items* untuk meng-*upgrade skill* hero yang dimainkan atau bisa juga pemain tersebut membeli *virtual items* hanya untuk menambah koleksi pada *game*. Kemudian, menurut Lin & Sun (dalam Pratiwi, 2015) terdapat dua jenis atau dua kategori *virtual items* berdasarkan sifatnya yang dapat dibeli oleh pemain ketika bermain *game online* yakni *functional virtual items* dan *decorative virtual items*. *Functional virtual items* merupakan jenis barang virtual yang berkaitan dengan kegunaan atau fungsi dari barang virtual itu sendiri, contohnya *hero* atau *game character*, *equipment*, *emblem pack*, *change name card*, *squad change name card*. Kemudian *decorative virtual items* adalah jenis barang virtual yang berkaitan dengan tampilan pada *items*, contohnya *skin hero*, *national flag*, bingkai avatar.

Pertimbangan Pembelian Berdasarkan Nilai Konsumsi

Dalam melakukan pembelian terhadap barang atau produk dalam *game*, setiap pemain tentunya memiliki alasan-alasan yang menjadi pertimbangan mereka untuk membeli barang atau produk dalam *game*, khususnya pada *game* Mobile Legend. Alasan-alasan yang menjadi

pertimbangan setiap pemain untuk membeli barang atau produk tersebut dapat dibedakan atau dikelompokkan berdasarkan nilai-nilai konsumsi yang ada. Menurut Ho dan Wu (2012) terdapat empat nilai konsumsi yang mempengaruhi adanya tindakan pembuatan dan pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh setiap pemain *game online* untuk membeli *virtual items* pada *game*. Keempat nilai konsumsi tersebut adalah nilai fungsional, nilai emosional, nilai sosial dan nilai kepuasan. Selanjutnya, keempat nilai konsumsi tersebut akan dijelaskan secara rinci.

Nilai Fungsional

Dalam teori nilai konsumsi, seseorang memiliki alasan-alasan sebagai pertimbangan untuk mengambil dan membuat keputusan dalam membeli *virtual items* karena *virtual items* tersebut memiliki nilai fungsional. Nilai fungsional dapat diartikan sebagai nilai yang menjadi pendorong utama seseorang untuk memilih dan membeli *virtual items* berdasarkan nilai-nilai praktis dan kegunaan dari *virtual items* itu sendiri. Kemudian, nilai fungsional dalam penelitian yang dilakukan oleh Ho dan Wu (dalam Wijaya & Alamanda, 2016) dapat diartikan sebagai nilai dalam teori nilai konsumsi yang didasari oleh dua faktor, yakni faktor *price utility* dan faktor *quality*. Menurut Afifudin (2022) faktor *price utility* atau utilitas harga merupakan faktor nilai fungsional dalam teori nilai konsumsi yang berhubungan dengan adanya penawaran yang menarik terhadap suatu produk atau barang yang ditawarkan kepada konsumen dengan harga yang masih sangat mudah untuk dijangkau. Sementara, menurut Afifudin (2022) yang dimaksud dengan faktor *quality* atau kualitas merupakan faktor nilai fungsional dalam teori nilai konsumsi yang berhubungan dengan kualitas dan kompetensi yang dimiliki oleh masing-masing *virtual items*. Biasanya kualitas dan kompetensi yang dimiliki oleh masing-masing *virtual items* ini dapat dilihat dari spesifikasi yang telah tertera pada masing-masing *virtual items*, sehingga konsumen yang akan membeli *virtual items* bisa membaca atau melihat terlebih dahulu spesifikasi pada masing-masing *virtual items* yang akan dibeli. Kedua faktor tersebut tentu sangat mempengaruhi seseorang sebagai pemain *game online* untuk membuat dan mengambil keputusan dalam melakukan pembelian terhadap *virtual items*, karena harga dan kualitas barang sangat berpengaruh terhadap kebutuhan seseorang sebagai pemain *game online*, sehingga banyak pemain yang ketika ingin membeli *virtual items* mereka sangat memperhatikan harga serta kualitas yang dimiliki oleh *virtual items* dalam *game* dan mereka juga biasanya membeli dengan menyesuaikan kebutuhan mereka sebagai pemain *game online*.

Nilai Sosial

Dalam menentukan keputusan pembelian terhadap *virtual items* pada *game*, seseorang yang membeli *virtual items* tentunya didasari oleh alasan-alasan sebagai pertimbangan mereka untuk membeli *virtual items*, yang mana alasan-alasan tersebut berhubungan dengan nilai sosial. Nilai sosial dalam nilai teori konsumsi dapat diartikan sebagai salah satu nilai yang dapat dirasakan oleh seseorang dari adanya hubungan lingkungan sosial sekitar seperti budaya, demografis, etnis, dan lain-lain. Menurut Ho & Wu (dalam Wijaya & Alamanda, 2016) dalam nilai sosial terdapat dua faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menentukan keputusan mereka dalam pembelian *virtual items* pada *game*. Kedua faktor tersebut adalah *self-expression* dan *social relationship*. Menurut Afifudin (2022) faktor *self-expression* atau ekspresi diri merupakan faktor nilai sosial dalam teori nilai konsumsi yang berhubungan dengan keadaan sosial dan status sosial, baik di dalam permainan maupun pada dunia nyata. Selanjutnya, menurut Afifudin (2022) faktor *social relationship* atau relasi sosial merupakan faktor nilai sosial dalam teori nilai konsumsi yang berkaitan dengan adanya interaksi sosial yang muncul di antara sesama pemain. Kemudian, faktor relasi sosial ini juga merupakan faktor yang berkaitan dengan adanya pertukaran informasi antar pemain terkait dengan *virtual items* pada *game* dan adanya tindakan saling berbagi *virtual items* supaya dapat menjaga serta meningkatkan relasi sosial dengan sesama pemain. Kedua faktor dalam nilai sosial tersebut menggambarkan bahwa keputusan pembelian terhadap *virtual items* pada *game* dapat dilihat dari apakah barang-barang tersebut dapat mempresentasikan dirinya sebagai pemain di dalam permainan atau bagaimana seorang pemain ingin dilihat oleh pemain lain ketika pemain tersebut telah membeli *virtual items* pada *game*.

Nilai Emosional

Selanjutnya, terdapat nilai emosional yang juga dapat mempengaruhi seseorang sebagai pemain *game online* untuk mempertimbangkan keputusan mereka dalam melakukan pembelian terhadap *virtual items* pada *game*. Dalam teori nilai konsumsi, nilai emosional dapat diartikan sebagai nilai yang dapat dirasakan oleh pemain *game online* dari tindakan pembelian dan penggunaan *virtual items* yang dilakukan oleh pemain *game online* itu sendiri, sehingga muncul perasaan yang kuat dalam diri para pemain terhadap *virtual items* yang dibeli atau ingin dibeli. Menurut Ho dan Wu (dalam Wijaya & Alamanda, 2016) terdapat dua faktor yang sangat mempengaruhi adanya pertimbangan keputusan seseorang dalam melakukan pembelian terhadap *virtual items* berdasarkan nilai emosional ini. Kedua faktor

tersebut ialah *aesthetics* dan *playfulness*. Menurut Afifudin (2022) faktor *aesthetics* atau estetika merupakan faktor nilai emosional dalam teori nilai konsumsi yang berkaitan dengan bentuk, karakteristik, dan efek visual yang dimiliki oleh masing-masing *virtual items* pada *game*. Sementara, faktor *playfulness* atau keceriaan merupakan faktor nilai emosional yang berkaitan dengan munculnya perasaan para pemain *game* yang membuat mereka memiliki keinginan untuk membeli *virtual items* yang disediakan pada *game* yang dimainkan (Afifudin, 2022).

Nilai Kepuasan

Nilai dalam teori nilai konsumsi yang terakhir adalah nilai kepuasan. Nilai kepuasan tentu juga mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan pembelian terhadap *virtual items* pada *game*. Menurut Ho dan Wu (dalam Wijaya & Alamanda, 2016) nilai kepuasan seseorang sebagai konsumen yang memiliki keputusan untuk membeli *virtual items* pada *game* dapat dilihat dari kepuasan seseorang terhadap *game* yang dimainkan oleh seseorang itu sendiri. Misalnya, seorang pemain Mobile Legends sangat puas terhadap permainan Mobile Legends karena Mobile Legends menawarkan *game character* atau *hero* dan *skin* yang memiliki kualitas yang sangat baik untuk digunakan dalam permainan, sehingga seorang pemain tersebut tertarik untuk membeli *hero* dan *skin* tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2023) jenis penelitian ini digunakan untuk memahami gejala atau fenomena dalam suatu konteks, yang mana peneliti belum memiliki gambaran yang jelas terkait dengan konteks tersebut. Maka penelitian kualitatif berusaha untuk membantu peneliti untuk mendeskripsikan dan memahami. Tujuan peneliti menggunakan jenis penelitian ini yaitu peneliti ingin mendeskripsikan pertimbangan nilai konsumsi oleh anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad dalam membeli *virtual items* pada *game* Mobile Legends: Bang-Bang.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 3 metode untuk mengumpulkan data yakni observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang pertama kali dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data penelitian yaitu observasi. Dalam observasi ini, peneliti melakukan pengamatan terhadap kegiatan pembelian *virtual items* yang dilakukan oleh anggota komunitas BLASS Mobile

Legend Squad ketika sedang bermain Mobile Legend dengan cara mengamati kegiatan pembelian *virtual items* yang dilakukan oleh anggota komunitas BLASS Mobile Legend Squad. Kemudian, peneliti membuat catatan lapangan dari hasil observasi terkait dengan kegiatan pembelian *virtual items* yang dilakukan oleh anggota komunitas BLASS Mobile Legend Squad. Selanjutnya, metode pengumpulan data yang kedua, yaitu wawancara semi terstruktur. Peneliti melakukan wawancara dengan anggota komunitas BLASS Mobile Legend Squad dengan cara menggunakan pedoman wawancara. Peneliti menanyakan pertanyaan-pertanyaan kepada mereka mengenai topik yang sesuai dengan topik penelitian ini. Jawaban informan direkam. Kemudian rekaman tersebut diolah menjadi transkrip. Kemudian, metode pengumpulan data yang terakhir yaitu dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data dokumentasi dengan cara melakukan *screenshot* terhadap *virtual items* yang dibeli oleh anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data dengan model Miles dan Huberman. Dalam analisis data dengan menggunakan model Miles dan Huberman, terdapat 4 langkah atau proses dalam menganalisis data penelitian, yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Menurut Sugiyono (2023) pengumpulan data atau *data collection* merupakan tahapan atau proses utama dalam penelitian yang harus dilakukan oleh peneliti setiap akan melakukan kegiatan penelitian yang akan dibuat. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan 3 tahap pengumpulan data yaitu melakukan observasi terhadap komunitas BLASS Mobile Legends Squad ketika sedang bermain bersama dan diikuti dengan pembelian *virtual items* pada permainan Mobile Legends, setelah melakukan observasi, peneliti kemudian melakukan wawancara terhadap lima anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad perihal pertimbangan mereka membeli *virtual items*, dan peneliti mendokumentasikan terkait dengan beberapa *items* yang dibeli oleh lima anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad.

Menurut Sugiyono (2023) reduksi data atau *data reduction* merupakan proses merangkum, memilih, atau mencari hal-hal penting yang relevan dengan rumusan masalah dari data-data yang diperoleh peneliti setelah melakukan kegiatan lapangan. Karena, data-data yang diperoleh peneliti dari kegiatan lapangan cukup banyak, maka proses analisis data dengan cara mereduksi data harus segera dilakukan oleh peneliti. Tujuan dari mereduksi data ini agar dapat memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti dalam melakukan proses pengumpulan data yang selanjutnya.

Menurut Sugiyono (2023) penyajian data atau *data display* merupakan teknik analisis data yang berupa sajian data, yang mana cara untuk menyajikan data tersebut dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Pada penelitian kualitatif, cara yang paling sering digunakan oleh peneliti untuk menyajikan data penelitian yaitu dengan membuat teks yang bersifat naratif. Pada penelitian ini, penyajian data dilakukan dengan menarasikan hasil temuan yang peneliti dapatkan setelah berhasil mengolah transkrip wawancara.

Menurut Sugiyono (2023) penarikan kesimpulan/verifikasi atau *conclusion drawing/verification* merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap, sehingga setelah diteliti dengan jelas, maka temuan tersebut akan menjadi hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

Peneliti memilih komunitas BLASS Mobile Legends Squad yang terdiri dari enam orang yang menjadi anggota di dalam komunitas BLASS Mobile Legends Squad sebagai informan dalam kegiatan wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Komunitas BLASS Mobile Legends Squad tersebut terbentuk dengan tujuan untuk mewadahi setiap individu yang memiliki hobi bermain Mobile Legend agar dapat terlibat aktif dalam *event* kompetisi atau turnamen, sehingga melalui kompetisi atau turnamen tersebut mereka dapat mengembangkan hobi mereka sebagai pemain Mobile Legends. Selanjutnya, alasan peneliti memilih keenam orang informan yang merupakan anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad adalah karena mereka sering membeli *virtual items* baik yang bersifat fungsional maupun yang bersifat dekoratif pada saat mereka sedang bermain Mobile Legend,. Berikut ini adalah nama-nama keenam informan dalam penelitian ini:

1. Andra (24 tahun) memiliki peran sebagai pendiri sekaligus sebagai ketua komunitas
2. Victor (23 tahun) memiliki peran sebagai anggota komunitas
3. Dion (23 tahun) memiliki peran sebagai anggota komunitas
4. Yoga (24 tahun) memiliki peran sebagai anggota komunitas
5. Alfian (24 tahun) memiliki peran sebagai anggota komunitas
6. Bagas (20 tahun) memiliki peran sebagai anggota komunitas

Penelitian ini dilakukan di Warmino Andeska Mrican sebagai tempat berkumpulnya para anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad dan penelitian ini berlangsung pada

tanggal 16 Oktober 2024 dari pukul 15.00 WIB hingga pukul 19.45 WIB.

TEMUAN & PEMBAHASAN

Keunggulan Kompetitif dalam Permainan Mobile Legends

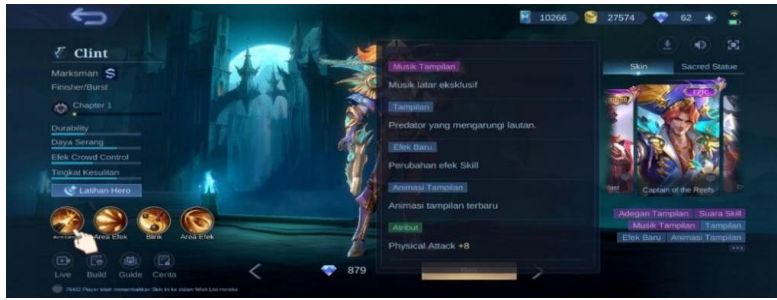
Virtual items merupakan suatu bentuk barang atau produk digital dalam suatu *game online* khususnya dalam *game* Mobile Legends yang dapat dibeli oleh pemain *game* Mobile Legend dengan menggunakan mata uang yang terdapat pada *game* tersebut. Dalam *game* Mobile Legends, terdapat 2 jenis *Virtual Items* yang ditawarkan kepada pengguna atau pemain tersebut. Kedua jenis *virtual items* tersebut ialah *functional virtual items* dan *decorative virtual items*. *Virtual Items* tersebut sering kali dibeli oleh pemain *game online* dengan pertimbangan agar dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam permainan Mobile Legends, contohnya *skin* karakter. Dalam permainan Mobile Legends *skin* karakter ini sangat sering dibeli oleh pemain Mobile Legends khususnya anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad karena selain dapat merubah tampilan pada karakter agar lebih menarik, *skin* juga dapat memberikan keunggulan kompetitif dalam permainan Mobile Legends. Hal itu dibuktikan dengan jawaban salah satu narasumber yang merupakan anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad yakni Victor sebagai anggota tim atau komunitas BLASS Mobile Legends Squad.

“Kalau saya pribadi, *skin* karakter yang saya beli dapat memberikan efek atribut pada karakter yang saya gunakan, sehingga dapat meningkatkan performa permainan pada karakter yang saya gunakan tersebut.” (Wawancara Victor, Oktober 2024)



Gambar 1. Skin yang dibeli Victor

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024



Gambar 2. Jumlah efek atribut yang diberikan oleh skin yang dibeli oleh Victor

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Dari jawaban narasumber di atas dapat disimpulkan bahwa pembelian *virtual items* berupa *skin* karakter dapat memberikan keunggulan kompetitif pada permainan Mobile Legends sebagai pertimbangan pemain Mobile Legend khususnya anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad. Faktor keunggulan kompetitif dari pembelian *skin* karakter yang dirasakan oleh pemain dalam permainan Mobile Legends salah satunya adalah meningkatkan pengalaman bermain serta meningkatkan kompetensi karakter dengan efek serangan atau atribut tambahan, seperti peningkatan *physical damage* pada beberapa *skin* tertentu. Efek yang diberikan oleh *skin* karakter tersebut tidak hanya membuat permainan menjadi lebih seru dan memuaskan, tetapi juga memberi keuntungan dalam menyerang tim musuh serta dapat membuat para pemain merasa lebih unggul secara kompetitif.

Menambah Koleksi Items

Pertimbangan pembelian *virtual items* berikutnya yaitu untuk menambah koleksi *items* yang diinginkan. Pada pertimbangan ini, kebanyakan pemain membeli suatu *item* atau beberapa *item* karena memang tujuan yang menjadi pertimbangan mereka membeli *item* pada Mobile Legends didasari oleh adanya keinginan mereka untuk menambah koleksi *item*, sehingga mereka tidak bosan dengan *item-item* yang terlalu sering mereka gunakan. Contohnya *virtual items* berupa karakter atau *hero*. Beberapa pemain mungkin lebih memilih membeli karakter atau *hero* sebagai koleksi yang diinginkan karena tidak memerlukan biaya yang terlalu besar untuk membeli karakter atau *hero* dari pada membeli *skin* yang rata-rata memerlukan biaya yang cukup besar. Salah satu pemain yang lebih memilih membeli karakter atau *hero* untuk menambah koleksi *items* dalam Mobile Legend ialah Yoga sebagai anggota tim atau komunitas BLASS Mobile Legends Squad. Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Yoga, Yoga menyampaikan pendapatnya,

“Biasanya saya beli hero atau karakter ya cuma untuk menambah koleksi hero atau karakter permainan supaya lebih bervariasi dan tidak membosankan aja sih mas jadi karakter yang saya beli itu ya hanya sebagai koleksi agar saya tidak bosan dengan karakter-karakter yang sudah sangat sering saya mainkan.” (Wawancara Yoga, Oktober 2024)



Gambar 3. Karakter yang dibeli Yoga untuk menambah koleksi *item*

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Mendapatkan Akses *Exclusive Items* atau Hadiah Eksklusif

Pada permainan Mobile Legends terdapat program yang dinamakan *starlight member*. Program *starlight member* merupakan program yang ditawarkan oleh Mobile Legends secara permanen kepada pemain untuk mendapatkan berbagai macam hadiah khusus untuk pemain yang menjadi anggota *starlight*. Pada program *starlight member* ini hadiah khusus yang diberikan juga sangat bervariasi seperti *starlight point* untuk membeli hadiah khusus, *skin* khusus program *starlight member* serta *hero* atau karakter khusus program *starlight member* untuk menambah koleksi *item* pada permainan Mobile Legends, *magic dust* untuk meng-*upgrade* kompetensi karakter, dan sebagainya.

Untuk mendapatkan akses menjadi anggota program *starlight member* pemain bisa menggunakan *diamond* atau bisa juga menggunakan kartu *starlight*. Maka dari itu banyak pemain yang tertarik untuk membeli program *starlight member* dengan menggunakan *diamond* ataupun kartu *starlight* sebagai pertimbangan mereka untuk mendapatkan akses *items* atau hadiah eksklusif yang ditawarkan oleh program *starlight member*. Signifikansi program *starlight member* untuk memperoleh akses terhadap hadiah eksklusif nampak dari wawancara peneliti dengan salah satu anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad yakni Alfian.

“Dengan membeli *starlight member* saya bisa mengakses *items* eksklusif yang ditawarkan secara khusus oleh Mobile Legend kepada pembeli *starlight member*.” (Wawancara Alfian, Oktober 2024)



Gambar 4. Items atau hadiah eksklusif yang dapat diakses dalam program *starlight* member

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Keterjangkauan Harga

Pertimbangan pembelian *virtual items* yang berikutnya yaitu pertimbangan pembelian berdasarkan keterjangkauan harga *virtual items*. Dalam melakukan pembelian *virtual items*, para pemain biasanya melakukan pertimbangan terlebih dahulu dengan melihat harga yang ditawarkan dari pihak Mobile Legends kepada pemain. Sebagian besar pemain Mobile Legends pasti memilih harga *virtual items* yang murah, namun beberapa pemain Mobile Legend juga terkadang menginginkan harga *virtual items* yang lumayan mahal tetapi menawarkan diskon atau promo. Diskon atau promo yang ditawarkan oleh Mobile Legends ini diadakan pada setiap bulannya dan tentunya pada saat *event-event*. Misalnya saat menjelang akhir tahun Mobile Legends akan memberikan diskon atau promo terhadap *virtual items* yang dapat menarik perhatian para pemain khususnya anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad. Dalam hal ini, Mobile Legends secara rutin menawarkan berbagai diskon dan promosi untuk menarik minat pemain dalam melakukan pembelian. Besaran diskon yang diberikan bervariasi tergantung pada *event* yang sedang berlangsung. Beberapa jenis diskon yang sering diadakan oleh Mobile Legends meliputi:

Penawaran Harian atau Mingguan

Mobile Legends secara berkala memberikan diskon dalam bentuk penawaran harian atau mingguan. Dalam periode ini, pemain berkesempatan mendapatkan potongan harga sebesar 10% - 30% untuk berbagai item, seperti *skin*, *hero* atau karakter, dan *virtual items* lainnya. Penawaran ini biasanya berlangsung dalam jangka waktu terbatas, sehingga pemain perlu memanfaatkannya sebelum periode diskon berakhir.

Bundle atau Paket Hemat

Untuk meningkatkan minat pembelian, Moonton sebagai pihak produsen permainan Mobile Legends kerap menawarkan paket yang mencakup beberapa item dengan harga yang lebih hemat jika dibandingkan dengan pembelian secara terpisah. Penawaran diskon dalam paket ini umumnya berkisar antara 20% - 40%, memberikan keuntungan lebih bagi pemain yang ingin memperoleh lebih banyak item dengan biaya yang lebih efisien. Dengan demikian, paket ini menjadi pilihan yang menarik dan ekonomis bagi pemain yang ingin memaksimalkan pengalaman bermain mereka tanpa harus mengeluarkan biaya yang terlalu besar.

Diskon *Event* Khusus

Selama acara atau perayaan tertentu, seperti ulang tahun Mobile Legends, Moonton sering berkolaborasi dengan berbagai merek ternama untuk menyelenggarakan event musiman yang menarik. Pada momen tersebut, pemain dapat menikmati berbagai penawaran spesial, termasuk diskon besar yang dapat mencapai 50% atau lebih untuk item tertentu, seperti *skin* eksklusif, hero pilihan, serta berbagai aksesoris dalam game.



Gambar 5. Diskon pada *skin* karakter Mobile Legends

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Kepuasan Pribadi dan Hiburan

Kepuasan pribadi dan hiburan dalam pembelian *virtual items* sering kali saling berkaitan dan menjadi faktor utama yang mendorong individu untuk mengeluarkan uang dalam lingkungan digital. Kepuasan pribadi dapat muncul dari berbagai aspek, seperti peningkatan pengalaman bermain, perasaan memiliki sesuatu yang eksklusif, serta kepuasan emosional yang diperoleh melalui penggunaan item tersebut. Pemain yang memiliki *virtual items*

tertentu cenderung merasa lebih percaya diri dan menikmati permainan lebih intens karena mereka dapat menyesuaikan karakter atau strategi sesuai dengan preferensi pribadi. Aspek psikologis ini turut memperkuat keterikatan emosional pemain terhadap permainan yang mereka jalani.

Selain itu, kepuasan pribadi juga dapat dipengaruhi oleh aspek estetika dan nilai sentimental dari virtual items. Beberapa pemain membeli item hanya untuk menikmati desain dan detailnya, sementara yang lain menganggapnya sebagai kenang-kenangan dari suatu momen spesial dalam permainan. Selain itu, tampilan visual dan kompetensi yang ditawarkan oleh *virtual items* juga menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Desain dan estetika item dapat memberikan pengalaman personalisasi yang membuat pemain merasa lebih unik dan bangga dengan apa yang mereka miliki. Beberapa pemain bahkan membeli item semata-mata untuk menikmati tampilan visual yang menarik, seperti *skin* karakter atau kendaraan dengan efek visual yang keren. Di sisi lain, banyak pemain yang membeli *items* untuk meningkatkan performa dalam permainan, seperti senjata atau *gear* yang memberikan keuntungan kompetitif, yang tentunya memperkuat kesenangan dan keterlibatan mereka dalam permainan.

Hiburan juga merupakan faktor yang sangat memengaruhi keputusan pembelian *virtual items*. Bagi banyak pengguna, membeli barang virtual bukan sekadar pembelian, melainkan juga bentuk investasi untuk meningkatkan pengalaman bermain. Dengan membeli *virtual items* tertentu muncul sensasi tambahan yang tidak dapat diperoleh secara gratis dalam permainan. Sensasi ini bisa datang dari berbagai aspek, seperti rasa antusiasme ketika membuka *loot box* atau memperoleh item langka, yang berhubungan erat dengan prinsip mekanisme *reward* dalam psikologi perilaku. Ketidakpastian mengenai apa yang akan didapatkan dapat meningkatkan kegembiraan dan motivasi pemain untuk terus melanjutkan permainan.

Selain itu, kepemilikan *virtual items* eksklusif juga memperkuat interaksi sosial dalam permainan, memungkinkan pemain untuk memamerkan *item* kepada teman-teman mereka atau bergabung dengan komunitas yang memiliki minat serupa. Dalam permainan yang bersifat kompetitif, hiburan juga dapat berasal dari pengalaman menggunakan *virtual items* yang dapat meningkatkan performa pemain. Pemain yang membeli *skin* atau karakter dengan kemampuan khusus sering kali merasa lebih puas karena *item* tersebut memberikan keuntungan yang dapat langsung dirasakan dalam permainan. Selain tampilannya yang menarik, *skin* atau karakter tersebut biasanya dilengkapi dengan atribut atau kemampuan

khusus yang memberikan keunggulan dalam bertarung atau menjalani tantangan. Misalnya, karakter dengan kemampuan khusus dapat memiliki keunggulan strategis, seperti daya tahan yang lebih baik atau kekuatan serangan yang lebih besar, yang memungkinkan pemain untuk bersaing lebih efektif dengan pemain lain. Kepuasan yang timbul dari peningkatan performa ini semakin terasa karena pemain merasa lebih percaya diri dan lebih mampu menghadapi tantangan dalam permainan, serta merasakan pencapaian yang lebih besar dalam mencapai tujuan permainan mereka. Dengan demikian, hiburan yang diperoleh dari pembelian *virtual items* tidak hanya bersifat pasif, tetapi juga aktif, di mana pengguna dapat lebih terlibat dalam ekosistem permainan yang mereka mainkan. Kedua penjelasan di atas dapat nampak dari jawaban pada transkrip wawancara yang dipaparkan oleh Andra sebagai ketua komunitas BLASS Mobile Legend Squad. Dalam wawancara tersebut, Andra menjelaskan:

“*Skin* yang saya beli tentunya bisa memengaruhi kualitas karakter dalam permainan. Misalnya, setelah membeli *skin* Lesley, saya bisa mengubah penampilan karakter agar tidak terlihat monoton. *Skin* ini juga memiliki desain dan warna yang menarik, sehingga teman-teman satu tim sering memberikan pujian tentang tampilan karakter saya. Dengan menggunakan *skin* tersebut, saya merasa lebih semangat untuk terus bermain Mobile Legends.” (Wawancara Andra, Oktober 2024)



Gambar 6. *Skin* Lesley yang dibeli Andra

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2024

Meningkatkan Prestise atau Status Sosial

Dalam dunia permainan daring yang semakin berkembang pesat, prestise atau status sosial telah menjadi salah satu faktor atau elemen yang sangat penting dalam menentukan bagaimana seorang pemain dipandang dan dihargai dalam komunitasnya. Tidak hanya berkaitan dengan keterampilan bermain, tetapi juga bagaimana pemain mengekspresikan

identitas sosial mereka melalui elemen-elemen tertentu dalam permainan. Status sosial ini bisa dirasakan dengan membeli barang virtual (*virtual items*) yang secara tidak langsung dapat memberikan kontribusi pada peningkatan serta penguatan rasa percaya diri pemain. Kemudian sebagai cara untuk menunjukkan status sosial mereka di dalam permainan, pemain sering membeli barang virtual seperti *skin* langka, pakaian khusus, senjata unik, atau *items* eksklusif lainnya. Barang-barang ini memberikan kesempatan bagi pemain untuk menonjolkan posisi mereka dalam hierarki sosial komunitas permainan.

Mengingat banyaknya permainan *online* yang kini sangat bergantung pada interaksi sosial antar pemain, keberadaan *virtual items* tersebut menjadi semakin penting. Pemain yang memiliki *items* eksklusif dapat memamerkan pencapaian mereka dan menunjukkan betapa eksklusifnya mereka dalam dunia permainan tersebut. Namun, barang-barang virtual ini tidak hanya berfungsi sebagai aksesoris estetik untuk mempercantik tampilan karakter dalam permainan. Lebih dari itu, mereka menjadi simbol yang sangat signifikan bagi para pemain. *Items* tersebut tidak hanya menunjukkan kemampuan pemain dalam permainan, tetapi juga menjadi tanda pengakuan atas dedikasi, usaha keras, atau bahkan keberuntungan yang dimiliki pemain dalam mencapai sesuatu yang luar biasa.

Sebagian besar *item* langka ini bukanlah barang yang dapat diperoleh dengan mudah oleh setiap pemain. Untuk mendapatkannya, pemain harus berusaha keras, baik melalui partisipasi dalam *event-event* khusus, menyelesaikan tantangan-tantangan sulit, ataupun membeli *items* tersebut dengan uang nyata. Sebagai contoh, beberapa *skin* atau *items* langka hanya dapat diperoleh setelah pemain berhasil menyelesaikan misi atau tantangan tertentu yang sangat sulit. Selain itu, *event-event* terbatas yang diadakan oleh pengembang permainan sering kali memberikan kesempatan bagi pemain untuk memperoleh barang-barang unik yang hanya tersedia dalam waktu tertentu. Keunikan dan keterbatasan ketersediaan *virtual items* ini menambah nilai simbolis bagi pemain yang memilikinya dan menjadikan mereka lebih berharga di antara pemain lain dalam komunitas tersebut. Oleh karena itu, barang-barang virtual ini lebih dari sekadar alat untuk meningkatkan performa dalam permainan, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan prestise yang menandakan status sosial pemain dalam dunia permainan tersebut. Dengan demikian, barang-barang virtual ini tidak hanya memperkuat status sosial pemain di dalam permainan, tetapi juga membawa dampak positif yang lebih luas, meningkatkan citra diri mereka baik di dalam komunitas game maupun di luar permainan. Penjelasan di atas nampak dari jawaban yang disampaikan oleh Victor sebagai narasumber yang merupakan anggota komunitas BLASS Mobile Legend Squad:

“Menurut saya aspek kepercayaan diri bagi saya sangat dibutuhkan untuk menjadi pertimbangan dalam pembelian *virtual items* karena dengan beli *virtual items* berupa *skin* karakter itu membuat saya lebih percaya diri dalam permainan Mobile Legend, karena menurut saya juga beli *skin* itu bisa dianggap sebagai status kepemilikan yang dapat menjadi parameter antusiasme dalam bermain Mobile Legend sehingga pengaruh juga ke rasa percaya diri saya.” (Wawancara Victor, Oktober 2024)

Pertimbangan Pembelian *Virtual Items* menurut Teori Nilai Konsumsi

Dalam melakukan pembelian terhadap barang atau produk dalam *game*, setiap pemain tentunya memiliki alasan-alasan yang menjadi pertimbangan mereka untuk membeli barang atau produk dalam *game*, khususnya pada *game* Mobile Legend. Alasan-alasan yang menjadi pertimbangan setiap pemain untuk membeli barang atau produk tersebut dapat dibedakan atau dikelompokkan berdasarkan nilai-nilai konsumsi yang ada. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ho dan Wu (2012) yang berjudul *Factors Affecting Intent to Purchase Virtual Goods in Online Games*, terdapat empat nilai konsumsi yang memengaruhi adanya tindakan pembuatan dan pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh setiap pemain *game online* untuk membeli *virtual items* pada *game*. Keempat nilai konsumsi tersebut adalah nilai fungsional, nilai emosional, nilai sosial dan nilai kepuasan. Selanjutnya, keempat nilai konsumsi tersebut akan dijelaskan secara rinci yang kemudian menjadi pertimbangan pemain dalam melakukan pembelian *virtual items* berdasarkan nilai konsumsinya.

Nilai Fungsional

Berdasarkan temuan data penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, terdapat dua pertimbangan yang dilakukan oleh enam orang anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad dalam melakukan pembelian *virtual items* pada permainan Mobile Legends yang dikategorikan sebagai nilai fungsional dalam teori nilai konsumsi yaitu pertimbangan berdasarkan keunggulan kompetitif dalam permainan Mobile Legends dan pertimbangan berdasarkan keterjangkauan harga pada *virtual items* yang ditawarkan. Alasan mengapa pertimbangan berdasarkan keunggulan kompetitif dalam permainan Mobile Legends dan pertimbangan berdasarkan keterjangkauan harga pada *virtual items* yang ditawarkan termasuk dalam kategori nilai fungsional dalam teori nilai konsumsi yaitu karena kedua pertimbangan tersebut dapat berkontribusi dalam memberikan kegunaan secara langsung bagi pemain yang membeli *virtual items*, baik dalam bentuk kualitas kinerja *virtual items* yang dibeli maupun

dalam bentuk penghematan atau efisiensi biaya yang dikeluarkan, contohnya adalah *skin* karakter yang dibeli dengan potongan harga sebesar 30% pada *event* tertentu.

Ketika pemain Mobile Legends membeli *skin* karakter Mobile Legend dengan potongan harga sebesar 30% pada *event* tertentu yang diadakan oleh Mobile Legend mereka menganggap bahwa dengan adanya penawaran diskon tersebut mereka lebih menghemat biaya. Selain itu, mereka juga bisa mendapatkan serta menggunakan *skin* karakter dengan kualitas yang sama dengan yang dijual tanpa menggunakan potongan harga. Artinya, penawaran potongan harga tersebut tidak mengurangi kualitas *skin* dari sisi spesifikasi yang dapat memberikan keunggulan kompetitif pada karakter Mobile Legends.

Nilai Sosial

Dari temuan data penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya, terdapat suatu pertimbangan pembelian *virtual items* oleh enam orang anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad yang termasuk dalam kategori nilai sosial dalam teori nilai konsumsi yaitu untuk meningkatkan prestise atau status sosial di hadapan pemain lain. Alasannya adalah karena dengan pembelian *virtual items* baru seorang pemain dapat meningkatkan citra, pengakuan, dan status sosial di hadapan pemain lain. Dengan kata lain, *virtual items* yang dibeli tidak hanya memberikan manfaat secara fungsional, tetapi juga bagaimana *virtual items* yang dibeli dapat meningkatkan citra, pengakuan, serta status sosial mereka dalam suatu lingkungan sosial tertentu khususnya dalam tim atau komunitas. Sebagai contoh, seorang pemain membeli *skin* karakter dengan harga yang lumayan mahal dengan tujuan untuk meningkatkan status pemain tersebut menjadi pemain yang lebih percaya diri serta ingin dipandang sebagai pemain yang mampu untuk membeli *skin* yang memiliki harga lumayan mahal.

Nilai Emosional

Dari temuan data penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya terdapat dua pertimbangan pembelian *virtual items* oleh anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad yang termasuk dalam kategori nilai emosional dalam teori nilai konsumsi, yakni untuk menambah koleksi *items* serta untuk mendapatkan akses *items* atau hadiah eksklusif khususnya bagi pemain yang membeli program *starlight member* pada permainan Mobile Legends. Kedua pertimbangan tersebut termasuk dalam kategori nilai emosional dalam teori nilai konsumsi karena memang sebagian besar pemain Mobile Legends khususnya anggota

komunitas BLASS Mobile Legends Squad memiliki kesenangan untuk membeli *virtual items* seperti *hero* atau karakter hanya sebatas untuk koleksi dan juga biasanya pemain juga akan membeli *diamond* untuk membayar program *starlight member* sehingga mereka bisa mendapatkan *items* atau hadiah eksklusif khusus untuk pengguna yang membeli program *starlight member*.

Nilai Kepuasan

Dari temuan data penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya terdapat suatu pertimbangan yang termasuk dalam kategori nilai kepuasan dalam teori nilai konsumsi yakni pertimbangan berdasarkan kepuasan pribadi dan hiburan. Pertimbangan berdasarkan kepuasan pribadi dan hiburan ini termasuk dalam nilai kepuasan dalam teori nilai konsumsi karena *virtual items* yang dibeli pemain khususnya enam orang anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad dapat memberikan atau meningkatkan pengalaman bermain yang lebih menyenangkan, memenuhi kebutuhan hiburan para pemain, meningkatkan prestise atau status sosial di hadapan pemain lain, serta menunjukkan sikap loyalitas pemain terhadap *game* yang dimainkan khususnya *game* Mobile Legends.

Semua pertimbangan pembelian terhadap *virtual items* di atas tidak hanya dinyatakan sebagai pertimbangan secara individual saja, melainkan pertimbangan pembelian *virtual items* muncul oleh adanya pertimbangan kolektif dari sebuah komunitas yang membentuk tim. Maka, kemunculan pertimbangan kolektif dari sebuah komunitas inilah yang membuat komunitas tersebut sangat membutuhkan *virtual items* untuk menjadikan komunitas tersebut sebagai tim Mobile Legends yang memiliki kompetensi.

KESIMPULAN

Penelitian ini berupaya untuk mencari tahu apa saja pertimbangan pemain Mobile Legend khususnya anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad berdasarkan nilai konsumsi dalam membeli *virtual items* pada game online Mobile Legend. Penelitian ini juga bertujuan untuk mendeskripsikan serta memberi gambaran terkait dengan pertimbangan yang dibuat para pemain Mobile Legends khususnya anggota komunitas BLASS Mobile Legend Squad dalam membeli *virtual items* pada game online Mobile Legends. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tiga teknik dalam proses pengumpulan data yaitu observasi, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi. Selama proses kegiatan pengumpulan data, peneliti melibatkan enam orang yang merupakan anggota komunitas

BLASS Mobile Legend Squad yang terdiri dari satu ketua komunitas dan lima anggota dalam komunitas BLASS Mobile Legends Squad.

Terdapat beberapa temuan yang telah diperoleh. Temuan yang pertama adalah pertimbangan pembelian virtual items yang didasari oleh adanya keunggulan kompetitif pada virtual items yang ditawarkan, contohnya adalah skin karakter yang dapat memberikan keunggulan kompetitif berupa peningkatan efek serangan pada karakter sehingga dapat mengalahkan musuh dengan mudah. Temuan yang kedua adalah pertimbangan pembelian virtual items yang didasari oleh adanya keinginan untuk menambah koleksi items, contohnya keinginan untuk menambah koleksi items berupa karakter atau hero pada permainan Mobile Legends karena memiliki tampilan serta nilai kompetensi yang dapat menarik minat beli pemain khususnya anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad serta pemain tidak merasa bosan dengan karakter atau hero yang sudah sering mereka gunakan. Kemudian, temuan yang ketiga adalah pertimbangan pembelian virtual items yang didasari oleh adanya keinginan untuk mendapatkan exclusive items atau hadiah eksklusif khusus pemain yang membeli melalui program starlight member yang merupakan program permanen yang ditawarkan oleh Mobile Legends. Temuan yang keempat adalah pertimbangan pembelian virtual items yang didasari oleh keterjangkauan harga berupa penawaran diskon atau potongan harga virtual items yang ditawarkan Mobile Legends pada event-event tertentu. Temuan yang kelima adalah pertimbangan pembelian virtual items yang didasari oleh adanya kepuasan pribadi terhadap permainan Mobile Legends karena sudah menyediakan serta menawarkan berbagai macam virtual items yang menarik minat beli pemain khususnya anggota komunitas BLASS Mobile Legends Squad serta menjadikan pembelian virtual items menjadi hiburan untuk meningkatkan pengalaman bermain yang lebih menyenangkan. Temuan yang keenam adalah pertimbangan pembelian yang didasari oleh adanya keinginan untuk meningkatkan prestise atau status sosial di hadapan pemain lain, Dengan membeli virtual items yang memiliki harga yang lumayan mahal seorang pemain dapat meningkatkan status sosialnya sebagai pemain yang lebih percaya diri di antara pemain lain atau anggota yang lain dalam komunitas, Dapat dikatakan juga bahwa dengan membeli virtual items yang memiliki harga lumayan mahal seorang pemain dapat meningkatkan status sosialnya sebagai pemain yang bisa memberikan kontribusi yang positif untuk tim atau komunitas sehingga pemain tersebut merasa lebih dihargai oleh pemain lain di dalam tim atau komunitas yang sama. Dari beberapa temuan yang sudah ada, peneliti dapat menyimpulkan bahwa temuan-temuan tersebut merupakan pertimbangan kolektif yang muncul pada lima anggota komunitas

BLASS Mobile Legends Squad dengan tujuan untuk memenuhi kemampuan atau kompetensi tim dalam bermain Mobile Legends.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifudin, N., Siti Badriah, L., & Wibowo, A.A. (2022). TEORI NILAI KONSUMSI DALAM PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT UNTUK PEMBELIAN BARANG VIRTUAL PADA *GAME ONLINE*. *Call for Paper and National Conference 2022: Rural Tourism and Creative Economy to Develop Sustainable Wellness*. 317-331.
- Darwis, M., Amri, K., & Reymond, H. (2020). DAMPAK DARI KECANDUAN *GAME ONLINE* DI KALANGAN REMAJA USIA 15-18 TAHUN DI KELURAHAN KAYUOMBUN. *RISTEKDIK (Jurnal Bimbingan dan Konseling)*, 5(2), 228-233.
- Destianti, M.D., & Irwansyah. (2020). *Game User Experience: Motivasi dalam Membeli Barang Virtual Pada Game*. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 5(1), 14-30.
- Febriany. (2022). Sejarah, Transformasi dan Konsekuensi dari Game Online. *SELASAR KPI: Referensi Media Komunikasi dan Dakwah*, 2(1).
- Ho, C-H & Wu, T-Y. (2012). FACTORS AFFECTING INTENT TO PURCHASE VIRTUAL GOODS IN ONLINE GAMES. *International Journal of Electronic Business Management*, 10(3), 204-212.
- Mandira, I.M.C., & Wahyu Dharma Suputra, I.D.G. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Item Virtual pada Game Online Valorant. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 14(1), 74-82.
- Oktaviansyah, D.F., & Tutiasri, P.R. (2023). Keputusan Konsumen dalam Pembelian *Virtual Items* pada *Game Online* Mobile Legends: Bang-Bang. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(2), 915-925.
- Pratiwi, E.D. (2015). NIAT PEMBELIAN BARANG PADA GAME ONLINE MELALUI TEORI NILAI KONSUMSI DENGAN AMOS 21. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 11(2), 133-141.
- Sugiyono. (2023). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D. Alfabeta.
- Suryono, R.R., & Subriadi, P.A. (2016). Perilaku Pemain Game Online Terhadap Pembelian Virtual Item. *Jurnal Sistem Informasi*, 5(5), 578-584.

Wijaya, A.N & Alamanda, D.T. (2016). KAJIAN TEORI NILAI KONSUMSI TERHADAP PEMBELIAN BARANG VIRTUAL PADA GAME ONLINE MOBA. *E-Proceeding of Management*, 3(1), 165-175.

