

KULTIVASI DALAM BERMAIN GAME
(Studi Kasus Pembentukan Realitas Subyektif Dalam Pola Hidup Pada
Gamer Melalui Paparan Realitas Nyata dan Realitas Media)

Henridho Kharisma Arif

Prahastiwi Utari

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Abstract

Nowadays, technology has been became one of needs aspects which cannot be separated from the society. It is influenced by many innovation of modern technological development. One of modern technological developments is virtual game or known as video game. From this technological development then emerged behavioral change in a person doing an enormous activity of playing video games. This research aims to find out how is the effect of playing video game. It is because generally every person playing video game has an entertain purpose. However, it is undeniable for some people that game has been developed as a must fulfilled activity everytime. Thus, a gamer group with a too high intensity of playing game becomes the main target for this research.

This research is a qualitative study and it takes in Surakarta area. The data are the interview result by using indepth interview and it is transcribed. The interview involving 7 (seven) gamers and 3 (three) person who feel the impact of gamers behavioral changes. The under study phenomenon is narrowed into three subjects. The three subjects are actual reality, media reality, and subjective reality. In this case, subjective reality becomes an important point as an evidence that playing game can change and has change society pattern, particularly among the gamers themselves. From the data collected, then can be concluded that for gamers, the more often playing game, the more unable to distinguish between what is in reality and what is in the game world. It is due to the establishment of subjective reality in every gamers.

Keyword: games online, cultivation, reality

Pendahuluan

Media merupakan salah satu pemegang peranan penting dalam pembentukan identitas baru dalam masyarakat. Dalam media, sebuah identitas baru dapat dibentuk, terlebih dalam dunia yang sekarang ini sudah memasuki era

modern. Munculnya media yang dimulai dari radio, dilanjutkan dengan munculnya televisi, diikuti dengan media-media lain yang semakin disempurnakan dengan fitur yang cenderung memudahkan, dapat memberikan warna tersendiri dalam kehidupan manusia yang semakin maju.

Salah satu media yang menjadi sorotan saat ini adalah PC (*Personal Computer*). Berkembangnya teknologi komputer yang pada masanya diciptakan sebagai alat pengolah data, kini sudah mulai berkembang ke ranah dunia permainan / *game*. Dimulai dari *game* bawaan komputer (*windows*) seperti *solitaire*, *pinball*, dll. Seiring perkembangan jaman, munculah *game* berbasis LAN (*Local Area Network*) dimana jaringan antar komputer yang dikoneksikan dengan kabel LAN akan saling terhubung. Counter strike merupakan *game* mass FPS (*First Person Shooter*) komputer pertama yang mengawali perkembangannya dengan model LAN, yang kemudian merambah ke dunia *online*. Dan sudah bukan hal baru lagi, jika dijamin ini *game* yang diciptakan sudah berbasis *online* atau menggunakan internet. Dari adanya internet yang pada awalnya digunakan sumber mencari informasi yang cepat dan aktual, hingga pada akhirnya dunia internet merambah dunia permainan / *game* yang berbasis *online* (*Game Online*).

The National Center for Biotechnology Information (NCBI) pada Bulan April 2013 merilis sebuah penelitian tentang “*The Development of Indonesian Online Game Addiction Questionnaire*” atau kuisisioner mengenai perkembangan jumlah pecandu *game* di Indonesia. Dalam jurnal tersebut dijelaskan bagaimana para anak usia remaja (SMP / SMA) memakai waktu senggangnya untuk bermain *game*. Partisipan dari riset ini adalah siswa sekolah dari beberapa daerah di Indonesia. Daerah itu antara lain adalah, Manado, Medan, Pontianak, dan Yogyakarta. Dengan total partisipan 1.477 siswa, dimana 907 merupakan siswa SMP dan 570 siswa SMA dengan gender pria dan wanita.

Data penelitian tersebut menjelaskan tentang frekuensi siswa dalam bermain *game*. Penelitian itu menemukan sebanyak 37.40% menghabiskan waktu 2-3 hari dalam bermain *game* dan sebanyak 28.40% siswa menghabiskan waktunya selama 4-7 hari untuk bermain *game*. Selain itu ditemukan sebanyak 18.8% siswa

memainkan *game* selama 4-7 jam sehari dengan rata – rata pengeluaran sebanyak Rp. 20.000 – Rp. 300.000 perminggu.

Penelitian ini ditujukan untuk memaparkan bahwa realitas yang dibuat media bisa menjadi realitas yang dianggap nyata. Dan realitas buatan tersebut merupakan realitas subyektif. Realitas subyektif diartikan sebagai realitas yang runtuh oleh rekayasa citraan, simulasi, dan halusinasi. Rekayasa yang dibuat dengan perantara media itu dianggap lebih nyata dibandingkan dengan realitas yang sebenarnya. Adanya manipulasi realita tersebut dihasilkan dari hasil simulasi yang sifatnya bertahap. Dalam pembentukan realitas tersebut, seorang *gamer* merasakan adanya kontak sosial yang secara tidak langsung terbentuk dalam proses bermain *game*. Dikutip (Bungin, 2008 : 55) Soeryono Soekanto (2002 : 65)), bahwa ”..kontak sosial sudah terjadi ketika seseorang berbicara dengan orang lain, bahkan kontak sosial juga dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi..”

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tentang efek media dan *game online* menjadi tajuk utama yang mempunyai efek terhadap perilaku *gamer* dalam kesehariannya. Penelitian ini dilakukan hanya kepada para *gamer* yang berdomisili di kota Solo, sehingga penelitian yang dilakukan adalah penelitian dengan menggunakan studi kasus. Dalam Penelitian ini peneliti juga ingin mempelajari bagaimana pola bermain para *gamer* ini dalam kesehariannya. Seberapa intens pola bermain *game* yang mereka mainkan. Mengapa sebuah *game* berubah menjadi salah satu prioritas utama dalam keseharian hidup para *gamer* tersebut. Kemudian pada akhirnya, hasil dari penelitian tersebut akan menunjukkan seberapa besar perbedaan yang ditunjukkan dari *gamer* terkait persepsinya dalam realitas obyektif dan realitas media atautkah malah *gamer* tidak bisa membedakan antara kedua realitas tersebut yang kemudian memunculkan realitas subyektif

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, bagaimana persepsi *gamer* dalam melihat realitas obyektif (kenyataan) tentang sebuah petualangan?. Selain

itu peneliti juga ingin mengetahui bagaimana persepsi *gamer* melihat realitas petualangan di dalam *game online* tersebut (realitas media)? serta bagaimana seorang *gamer* membedakan antara realitas obyektif dengan realitas media?

Telaah Pustaka

Model Penyusunan Pesan

Dalam proses komunikasi, pesan merupakan aspek yang paling penting dimana dalam pesan tersebut merupakan sebuah bentukan simbol-simbol yang memiliki makna dan kegunaan dalam menyampaikan suatu ide atau opini kepada khalayak lain. Pesan dibuat oleh komunikator yang ditujukan untuk disampaikan kepada komunikan melalui saluran-saluran yang ada. Dalam proses penyampaian pesan tersebut, otomatis akan membutuhkan waktu kepada komunikan untuk mencerna makna pesan dari komunikator. Maka dari itu penyandian pesan (*encoding*) disesuaikan dengan karakteristik saluran pesan yang ingin dicapai komunikator kepada komunikan. Sehingga komunikator mengemasnya sebaik mungkin agar pesan yang ingin dicapai komunikator dapat tersampaikan dan diterima secara baik oleh komunikan melalui pemaknaan pesan (*decoding*).

Dalam kasus ini, penyusunan pesan digunakan sebagai landasan bahwa apa yang ingin disampaikan dalam *game* bisa menjadi daya tarik bagi para pemainnya. Teori tentang penyusunan pesan menggambarkan sebuah skenario yang lebih kompleks dimana pelaku komunikasi benar-benar menyusun pesan yang sesuai dengan maksud-maksud mereka dalam situasi yang mereka hadapi (*Littlejohn, 2009:184*). Menampilkan simbol-simbol yang menarik mata dengan desain grafis *game* yang mempesona merupakan salah satu tujuan dari pengembang *game* selaku komunikator untuk menarik minat para komunikannya. Dalam model penyusunan pesan, terdapat beberapa rincian yang mengulas tentang teori produksi pesan tersebut, antara lain:

a. Teori Perencanaan Pesan

Teori perencanaan pesan ini dikemukakan oleh Charler Berger, dimana teori ini menjelaskan proses individu dalam merencanakan perilaku komunikasi. Kemudian Berger menjelaskan bahwa rencana-rencana dari

perilaku komunikasi adalah representasi kognitif hierarki dari rangkaian tindakan mencapai tujuan (*Littlejohn, 2009:185*). Dari penjelasan tersebut dapat didefinisikan bahwa rencana merupakan gambaran dari langkah-langkah yang akan diambil untuk memenuhi tujuannya.

b. Teori Logika Penyusunan Pesan

Manusia berpikir dengan dengan cara yang berbeda tentang komunikasi dan pesan serta mereka menggunakan logika yang berbeda dalam memutuskan apa yang akan dikatakan kepada orang lain, hal tersebut diungkapkan oleh Barbara O'keefe. Ia memaparkan bahwa dalam teori penyusunan pesan (*message design logic*) merupakan penjelasan proses pemikiran atas pesan yang telah diciptakan. O'keefe membagi tiga logika penyusunan pesan. Yaitu logika ekspresif, logika konvensional, dan logika retorik (*Littlejohn, 2009 : 188*).

Kultivasi

Media merupakan hal yang tidak bisa lepas dalam kehidupan masyarakat disemua era, baik di masa lampau maupun masa sekarang. Terlebih sekarang media tidak hanya sekedar suara saja, melainkan sudah menampilkan efek audio visual. Dimana ada hal yang dapat didengarkan serta hal yang diperlihatkan. Sehingga menyebabkan adanya respon yang muncul dalam masyarakat, baik respon negatif ataupun respon positif. Hal tersebut dikarenakan munculnya ketergantungan masyarakat terhadap media tersebut.

Merespon keberadaan media tersebut, *George Gerbner* beserta *Lawrence Gross* kemudian memulai *Cultural Indicator Project* (Proyek Indikator Budaya) dimana mengadakan pengamatan terkait dampak program televisi (saat itu) terhadap masyarakat. Gerbner pertamakali menggunakan istilah kultivasi ini pada tahun 1969. Analisis kultivasi merupakan sebuah teori yang memprediksi dan menjelaskan formasi dan pembentukan jangka panjang dari persepsi, pemahaman, dan keyakinan mengenai dunia sebagai akibat dari konsumsi akan pesan-pesan media (*richard west, 2007 : 82*).

Dalam hal ini, teori kultivasi diterapkan dalam kaitannya media dengan *game online*. Karena pada dasarnya adanya kesamaan dalam *game* membangun persepsi *gamer* terhadap realitas dalam dunia nyata. Menurut Garbner, hal tersebut berhubungan dengan bagaimana setiap orang menggunakan waktunya untuk menikmati media tersebut. Gerbner sendiri membagi 2(dua) kategori dalam membagi jenis penonton, yaitu *light viewers* dan *heavy viewers*. Gerbner menyebutkan bahwa mereka para *light viewer* ini menghabiskan waktunya untuk menikmati media tersebut setidaknya 2(dua) jam dalam sehari, sedangkan mereka yang masuk dalam kategori *heavy viewer* adalah mereka yang menikmati media tersebut lebih dari 4(empat) jam dalam sehari (Em Griffin, 2000 : 353).

Persepsi

Secara bahasa, persepsi (*perception*) berasal dari kata latin *perceptio*, dari *percipiere*, yang artinya menerima atau mengambil. Sedangkan dari <http://kbbi.web.id/persepsi> (dibuka pada tanggal 20 desember 2015) persepsi merupakan (1) tanggapan / penerimaan langsung dari sesuatu ; (2) proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancaindranya. Secara sempit, persepsi dideskripsikan sebagai penglihatan atau bagaimana cara seseorang melihat sesuatu. Sedangkan secara luas, persepsi dideskripsikan sebagai pandangan dan pengertian. Dimana hal tersebut berhubungan dengan bagaimana seseorang dalam memandang sesuatu (Alex, 2003 : 445).

Persepsi disebut sebagai bagian inti dari komunikasi dikarenakan tanpa adanya persepsi maka komunikasi tidak akan berjalan dengan baik. Deddy Mulyana memaparkan bahwa Persepsi merupakan inti dari komunikasi, sedangkan rangkaian penafsiran (interpretasi) merupakan inti persepsi, yang identik dengan penyandian balik (*decoding*) dalam proses komunikasi (Deddy Mulyana, 2006 : 151). Sehingga dapat ditarik kesimpulan dari definisi diatas bahwa munculnya persepsi dikarenakan adanya proses atas timbal balik dari sebuah komunikasi. Yaitu proses komunikasi dari komunikator ke komunikan, dimana pesan yang disampaikan kemudian diterima serta dipersepsikan oleh setiap individu.

New Media

Disetiap generasi, sudah dapat dipastikan akan mengalami sebuah perkembangan. Dalam hal ini, media menjadi salah satu obyek yang paling pesat perkembangannya. Media sebagai sarana mencari informasi terkini dan paling aktual menjadikan para pengembang media tersebut berlomba-lomba menciptakan sebuah karya. *New Media* atau media *online* didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Definisi lain media *online* adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). *New Media* merupakan media yang menggunakan internet, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008 : 13).

Game Online

Semakin berkembangnya jaman, penggunaan komputer tidak hanya sebagai alat bantu untuk manusia menyelesaikan tugasnya. Seiring berjalannya waktu, penambahan program dan aplikasi pada komputer disesuaikan dengan kebutuhan manusia, salah satunya yaitu penambahan *game* dalam komputer. Semakin berkembangnya teknologi membuat permainan *game online* semakin marak, dan tentunya ini merupakan awal dari mulainya persaingan pasar antara developer *game* di dunia. Mengikuti jaman, *game* yang sebelumnya hanya sekedar *offline* dimana pemain hanya melakukan tanding bersama rekannya secara langsung, kemudian *game* tersebut berkembang secara *online*. Dimana pemanfaatan teknologi internet digunakan untuk bermain dengan *player* lain tanpa harus bertatap muka.

Dengan hadirnya *game* secara *online* ini membuat permainan *game* di berbagai negara melonjak. Dikarenakan para *player* dari berbagai bagian dunia dapat turut andil untuk bermain bersama tanpa adanya lagi jarak yang

menghalangi. Darisitulah kemudian para pengembang *game* berlomba-lomba untuk menciptakan *game* untuk menarik animo para *gamer* ini. Sehingga sebagai tujuan akhir dari para pengembang *game* ini adalah antusias para *gamer* dalam memainkan *game* yang dibuat oleh para pengembang ini.

Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian ini dilakukan dengan pendekatan studi kasus deskriptif kualitatif. Penelitian jenis ini merupakan penelitian yang menggambarkan realitas dengan memberikan pemahaman realitas tersebut. metode yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian adalah metode studi kasus. Dimana dalam penelitian dengan menggunakan studi kasus, penelitian kualitatif mengarah pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai potret kondisi tentang apa yang sebenarnya terjadi menurut apa adanya di lapangan (Sutopo, 2002 : 111).

Yang menjadi obyek penelitian dalam fenomena *game online* ini adalah para *gamer* yang memainkan *game online*, serta orang-orang yang merasakan adanya dampak dari *game online* tersebut dan penelitian ini dilakukan di kawasan kota Solo. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan 7 orang informan sebagai *gamer* yang sudah terkena terpaan media, yaitu *gamer* yang bermain *game* lebih dari 4jam dalam sehari – atau *gamer* dengan kategori *heavy viewer* – dan 3 orang sebagai orang luar – bukan *gamer* – yang merasakan dari adanya dampak bermain *game* tersebut

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data skunder. Teknik *purposive sampling* dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian ini. Dimana dalam teknik *purposive sampling* ini tidak membatasi jumlah atau kuantitas sampel, melainkan memenuhi ketercukupan atas informasi yang diperlukan oleh peneliti. Teknik yang utama dalam pengumpulan data di penelitian ini adalah melalui wawancara. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara secara mendalam (*in-depth interview*) dengan para informan yang terlibat / melibatkan diri secara sengaja dalam prosesnya bermain *game* sebagai alat pemuas kebutuhan sehari-hari.

Dalam penelitian kualitatif, proses analisis dilakukan bersamaan saat peneliti mengumpulkan data. Hal ini dilakukan bertujuan untuk memperoleh gambaran khusus tentang apa yang menjadi kajian penelitian. Dalam proses analisis terdapat tiga komponen utama yang yaitu (1) sajian data (2) penarikan kesimpulan serta verifikasi, (3) reduksi data. Tiga komponen tersebut terlibat dalam proses analisis dan saling berkaitan sehingga dapat menentukan hasil akhir analisis. Ketiga komponen tersebut tidaklah linear, namun lebih merupakan siklus dalam struktur kerja interaktif (Sutopo, 2002 : 91-93).

Sajian dan Analisis Data

Dari data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti, para pemain *game online* di Kota Surakarta ini dirasa sudah memasuki tahap *addict* atau bisa dikatakan pecandu. Hal tersebut dilihat peneliti ketika melakukan observasi dan kemudian melakukan wawancara terhadap para *gamer* tersebut.

Dalam analisis data ini, peneliti mencoba menjabarkan bagaimana *game* bisa mempengaruhi pola perilaku para pemainnya. Dan dampak atau perubahan perilaku tersebut tidak hanya dirasakan oleh para *gamer* saja, namun juga orang-orang disekitarnya. Peneliti melakukan wawancara secara mendalam (*in depth interview*) dengan para informan guna mendapatkan informasi sejelas-jelasnya. Menilai bagaimana cara memandang mereka – para *gamer* – tentang sebuah realitas. Seperti rumusan masalah diatas, dijelaskan bahwa ada 3 (tiga) macam realitas, yaitu realitas obyektif, realitas media, dan realitas subyektif. Dari 3 (tiga) poin itulah peneliti ingin mengerti bagaimana seorang *gamer* memandang tentang hal tersebut. Lebih khusus bagaimana realitas tersebut bisa berhubungan dengan *game online* yang dimainkan oleh para *gamer*. Maka dari itu peneliti mencoba lebih menspesifikan realitas obyektif dan media dalam sudut pandang petualangan. Berikut mengenai temuan peneliti atas terkait realitas-realitas diatas melalui wawancara secara mendalam (*in depth interview*).

Pemahaman *Gamer* Tentang Realitas Obyektif Petualangan

Petualangan pada dasarnya merupakan salah satu bentuk *outdoor activity* dimana dalam kegiatan tersebut ada sebuah pembelajaran untuk mengenal alam lebih luas, *127 Hours: Between a Rock and a Hard Place, adventure is exploring variety of public lands – canyon, mountain, volcanic cones, meteor craters, deserts, and forest.* (Arol, 72 : 2004). Mengeksplorasi serta melakukan sebuah pencarian untuk menemukan hal baru. Berinteraksi dengan alam, melakukan sesuatu hal baru yang belum diketahui akan kemana arah dari sebuah petualangan tersebut.

a. Petualangan sebagai kegiatan menantang

Petualangan sebagai bentuk kegiatan yang menantang pada dasarnya merupakan sebuah bentuk ekspresi diri dalam menjalani kehidupan sehari – hari. Dari adanya pendapat diatas, para informan – *gamer* – sendiri yang bertindak sebagai pelaku petualangan mempunyai sebuah pandangan dimana petualangan dalam realitas obyektif salah satunya berbentuk kegiatan yang menantang.

b. Petualangan sebagai kegiatan yang membutuhkan usaha keras

Petualangan dalam dunia nyata memang tidak menghasilkan sebuah karya yang instan, membutuhkan usaha dan pengorbanan dalam melakoni petualangan di dunia nyata. Anggapan para *gamer* mengenai petualangan membutuhkan usaha keras juga dirasakan secara langsung, lain halnya dengan petualangan di dalam *game*, dimana *player* hanya butuh duduk dan bermain, alhasil dengan beberapa jam bermain sudah bisa mendapatkan hasil yang diinginkan. “... cuma kaki yang berjalan lebih jauh dari biasanya, tangan yang akan berbuat lebih banyak dari biasanya, mata yang akan menatap lebih lama dari biasanya, leher yang akan sering melihat ke atas, lapisan tekad yang seribu lebih keras dari baja.” (Dhirgantoro, 327 : 2005). Petualangan di dalam realitas obyektif – dunia nyata – pada dasarnya membutuhkan usaha yang keras. Hasil yang instan tidak bisa didapat hanya dengan duduk dan menikmati saja, melainkan dari adanya usaha dan perjuangan, tujuan serta impian dari hasil petualangan bisa didapatkan.

Pemahaman *gamer* tentang realitas media ‘Petualangan’

Bermain *game*, merupakan salah satu media yang dipandang mempunyai nilai ‘*apa yang tidak bisa dilakukan di dunia nyata, bisa dilakukan di dalam dunia game*’ – termasuk melanggar norma yang dianggap tabu dalam dunia nyata. Keliling dunia dan mengalami perjalanan mendebarkan merupakan salah satu ciri khas dalam permainan petualangan *online*. Seperti dalam film animasi Jepang *Sword Art Online* (Aniplex, 2012), dimana dalam *anime* tersebut diceritakan mengenai seseorang yang secara tidak sengaja terjebak dalam dunia *virtual* – dunia *game* – yang menyebabkan dirinya harus bisa menyelesaikan misi yang ada dalam *game* tersebut agar dapat terbebas dari dunia *game* dan kembali ke dunia nyata. Dalam *anime* SAO tersebut, petualangan dalam *game* diceritakan dengan membasmis monster, *level up*, serta menyelesaikan misi yang disajikan dalam *game*. Alur cerita dalam *anime* SAO tentunya bukan tanpa dasar, dikarenakan dalam *game online* dengan *genre* petualangan sendiri mempunyai alur yang sama, yaitu membunuh monster, *level up*, dan menyelesaikan misi. Seperti dalam *game* dengan beberapa *developer* besar seperti *Ragnarok Online*, *Dragonest*, *Seal Online*, *Fantasy Online*, dll.

Persepsi *gamer* dalam memberikan pemahaman mengenai petualangan dalam realitas media, tentu tidak hanya dari satu sudut pandang. Banyak sudut pandang yang bisa diungkap dari pemahaman *gamer* mengenai sebuah arti petualangan dalam realitas media. Pemahaman yang diberikan tentunya berdasarkan pengalaman informan – aspek personal *gamer* – dalam mengarungi dunia petualangan di dalam *game*. Lebih lanjut mengenai uraian persepsi *gamer* tentang petualangan di dalam realitas media, adalah sebagai berikut.

a. Menyelesaikan misi / *quest* merupakan bentuk dari Petualangan di dalam *game*.

Peran *gamer* dalam mengikuti jalan cerita didalam *game* adalah menyelesaikan cerita yang sudah dibuat. Untuk menyelesaikan cerita didalam *game* tersebut, hal yang harus dilakukan para *gamer* salah satunya adalah menyelesaikan *quest* / misi di dalam *game* secara bertahap. Tentu saja dalam hal ini para *gamer* mempunyai beberapa pandangan dalam tahapannya

menyelesaikan *quest* tersebut. Berikut adalah pandangan *gamer* dalam menyelesaikan misi.

b. *Level up!* Merupakan bagian dari sebuah Petualangan di dalam *game*.

Sebuah *game* petualangan tanpa ada tantangan yang lebih menantang tidaklah seru. Maka dari itu semua *developer game* petualangan sudah bisa dipastikan akan membuat *game* yang mereka ciptakan bisa mendapat perhatian lebih dari khalayak – pemain *game* – baik secara *online* maupun *offline*, dengan sistem kenaikan level / *level up*. Dengan adanya *level up* baik di segi *stage* permainan atau di masing – masing *player*, akan memberikan dampak yang lebih *menggigit* untuk para *gamer* memainkan *game* petualangan tersebut. Seperti halnya *game Final Fantasy*, dimana *game offline* berbasis *game* petualangan ini memakai sistem *level up*, baik di *stage* ataupun karakter dalam permainan *game*. Sementara *game online* berbasis petualangan seperti *Ragnarok*, *Dragon Nest*, *Seal Online*, dsb juga memakai sistem *level up* di dalam karakter dan *dungeon*.

Jenis Petualangan Dalam Realitas Media

Di dalam dunia *game*, khususnya petualangan, pihak *game developer* pasti akan membuat jenis petualangan yang berbeda – berbeda, Tapi, dalam penciptaan yang berbeda, jenis petualangan di dalam *game* pada dasarnya tidak akan berubah dari kodratnya, diantaranya adalah membunuh monster dan mengitari kawasan / *map* yang ada di dalam *game* itu sendiri. Seperti *game* keluaran *Square Enix*, yaitu *Final Fantasy* yang notabnya adalah *game* petualangan sejak tahun 1987 (*finalfantasy.jp*) mengambil latar belakang petualangan di darat dan juga beberapa di udara menggunakan pesawat (*airship mode*). Tidak hanya di *game Final Fantasy*, *game* sejenis seperti *Ragnarok 2 : Legend of The Second*, juga mengambil latar belakang darat dan sedikit mengambil bagian di udara (*Kafra Portal Service*).

a. Membunuh *monster*!

Tidak bisa dipungkiri bahwa adanya *monster* – sesuatu yang tidak normal, cenderung besar dan kuat ; raksasa – adalah bagian yang tidak

terpisahkan dari sebuah *game* petualangan. Fitur monster tentunya dibuat bermacam – macam dan disesuaikan dengan *level* para *gamer* dalam menjalani proses petualangan di dalam *game*. Seperti di dalam *game Ragnarok 2*, dimana *player* akan menghadapi monster yang lemah bernama Poring. Semakin besar *level*, semakin kuat pula monster yang akan dihadapi. Pendapat mengenai jenis petualangan ini juga dipaparkan oleh informan, Brizan.

b. Menjelajah *map* di dalam *game*.

Di dalam proses pembuatan sebuah *game*, sudah bisa dipastikan pihak *developer* berupaya untuk menghasilkan produk *game* yang tentunya berkualitas dan bisa menarik minat para *gamer* untuk senantiasa memainkan *game* tersebut. Dengan adanya ‘lomba inovasi’ yang diciptakan oleh para pengembang *game*, maka dibuatlah *map* itu semenarik mungkin. Dengan ditambahkannya pegunungan, sungai, hingga matahari dengan mode *sunset* dan *sunrise* yang dibuat senyata mungkin untuk menarik minat para *gamer* memainkan *game* yang dikembangkan para *developer*. *Game* dengan genre petualangan seperti *Dragon Nest*, *Ragnarok Online II: Legend of The Second*, *Seal Online*, hingga *game* dengan server internasional *Phantasy Star Online 2*, dimana masing – masing *game* tersebut mempunyai karakteristik *map* yang berbeda. Sehingga dalam menjalani petualangan di dalam realitas media – di dalam *game* – para *gamer* bisa memilih *game* mana yang akan dimainkan. Dan itulah hasi dari ‘lomba inovasi’ dari para *developer game online* dengan genre petualangan.

Realitas Subyektif

Pada dasarnya kehidupan nyata merupakan sebuah realitas yang benar – benar nyata dan dialami langsung oleh para pelaku kehidupan. Baik dan buruk merupakan efek langsung yang ditimbulkan atas setiap tindakan yang dilakukan pelakunya. Hal tersebut merupakan realitas obyektif, dimana realitas ini sudah melekat pada manusia dan perilakunya di dunia yang sebenarnya. Namun seiring berkembangnya jaman, mulai muncul sebuah realitas dimana sebagian orang merasakan bahwa dunia nyata yang mereka rasakan bukanlah

dunia nyata yang sebenarnya. Di zaman yang semakin modern ini, konstruksi realitas tersebut salah satunya bisa terjadi ketika individu memainkan sebuah *virtual game*. Hal tersebut bisa dilihat dari tingkat adiksi yang berlebihan di kalangan *gamer*, dimana ketika mereka memainkan *game* tersebut, seolah – olah *game* memberikan / menciptakan kehidupan baru berdasarkan konstruksi cerita di dalam *game*. Yang kemudian di dalam *game* tersebut muncul sikap ‘melampiaskan’ apa yang tidak bisa mereka raih dalam dunia nyata, yang kemudian dituangkan dalam permainan. Realitas baru yang didapat para *gamer* tersebut merupakan **realitas subyektif**.

Analisis Sudut Pandang Gamer Dalam Game Terhadap Realitas Nyata dan Realitas Media

Pada pembahasan sebelumnya, peneliti sudah menyajikan hasil penelitian terkait penilaian dari *gamer* tentang bagaimana mereka memandang sebuah kehidupan baik di dunia nyata maupun dunia maya. Menjalani kehidupan di dunia nyata dengan kegiatan selayaknya orang normal, menjadikan para *gamer* ini seakan merupakan personal yang biasa-biasa saja seperti orang normal pada umumnya. Namun berbeda halnya ketika menelisik lebih mendalam mengenai personal *gamer*, dimana kepribadian mereka berubah ketika bermain *game*. Dan pada saat tidak bermain *game*-pun, sebenarnya personal mereka juga sudah berubah dalam menikmati kehidupannya ketika di dunia nyata dan ketika di dunia *game*. Jam terbang dalam melakukan kegiatan bermain *game* untuk sebagian orang diatas waktu normal, memberikan mereka waktu yang lebih untuk mereka menikmati apa yang disajikan dalam *game*. Mulai dari cerita, grafis, petualangan, serta berkomunikasi secara *virtual* untuk tetap berhubungan satu sama lain. Yang secara kasat mata sangat berbeda dengan kehidupan yang sebenarnya ada di dunia nyata.

Setelah melihat berbagai penilaian mendalam dari para *gamer* tersebut, kemudian peneliti mulai memahami pola perilaku yang diterapkan pada pribadi *gamer* dalam melakoni kehidupan pribadinya ketika dalam dunia nyata dan dunia *game*. Menelaah isi pesan yang disampaikan para *gamer* membuat peneliti

kemudian dapat menilai dan mengkroscek data secara valid. Yang kemudian dalam hal ini peneliti bisa melakukan tinjauan dan menganalisis apa yang sebenarnya dilakukan para *gamer* dalam menjalani kehidupannya ketika bermain *game* dan ketika tidak sedang bermain *game*. Pada intinya dalam hal ini adalah peneliti ingin menyajikan data analisis hasil terkait seluruh poin bahasan yang sudah dianalisa sebelumnya, sehingga dapat diperoleh persamaan dan perbedaan pandangan *gamer* dalam melakoni kegiatannya ketika bermain *game* dan ketika tidak dalam posisi bermain *game*. Berdasarkan data penelitian sebelumnya, peneliti kemudian membagi analisis menjadi beberapa poin penting, yaitu:

a. Aspek Petualangan Dalam Realitas Obyektif dan Realitas Media

Pada poin ini, peneliti melakukan analisis data yang diperoleh dari wawancaranya secara mendalam terhadap *gamer* mengenai bagaimana mereka – para *gamer* – memandang personalnya tentang kehidupan / realita ketika di dunia nyata dan saat berada di dunia maya / realitas *game* itu sendiri. Salah satu poin yang menjadi acuan pada *gamer* dalam memandang terkait kehidupannya ketika menjalani kegiatannya dengan normal – tidak bermain *game* – maka dari itu dapat diasumsikan bahwa *gamer* juga mempunyai kehidupan yang nyata dan harus dihadapi secara langsung. Dalam hal ini, para *gamer* mempunyai pandangan sama terhadap pola kehidupannya di dunia nyata. Dengan adanya anggapan bahwa kehidupan di dunia nyata membutuhkan usaha yang keras, kehidupan bertualangan merupakan kegiatan yang menantang. Maka sudah pasti mereka juga mengalami apa yang namanya sebuah proses dalam kehidupan nyata.

Dari petualangan antara realitas obyektif dan realitas media dapat dilihat dengan jelas perbedaannya. Petualangan yang benar-benar nyata dengan petualangan petualangan yang dilakukan dengan hanya dinikmati dengan *bilik 1x1* menjadikan adanya ketidaksamaan dikeduanya. Hal tersebut dialami oleh para *gamer* yang menikmati petualangannya dalam dunia *virtual*. Yang kemudian dari adanya rasa menikmati petualangan *virtual* yang berlebih, munculah persepsi baru bagi diri mereka bahwa petualangan yang nyata bagi mereka adalah petualangan di dunia *game*.

b. Aspek Realitas Subyektif

Pada poin kali ini, peneliti mengacu pada realitas subyektif. Inilah poin yang paling utama dari poin-poin sebelumnya. Dimana realitas subyektif ini merupakan realitas *virtual* yang dianggap nyata oleh para pemainnya, dalam hal ini menyangkut permasalahan mengenai seseorang yang bermain *game*. Munculnya realitas subyektif ini tidak lain adalah dikarenakan beberapa faktor, yaitu adanya terpaan media dan *mainstreaming* pada individu tiap *gamer*. Perbedaan antara realitas yang ada dunia nyata dan realitas yang ada dalam dunia *game* dapat dilihat dengan jelas. Dalam dunia nyata secara fisik dan mental orang-orang pada umumnya mengalami langsung apa yang disajikan oleh dunia nyata. Namun hal tersebut tidak berlaku sepenuhnya untuk mereka yang notabnya terjebak dalam kesenangan dunia *virtual*. Anggapan bahwa kesenangan yang sesungguhnya merupakan kesenangan yang mereka dapatkan dari bermain *game*.

Jika ditarik garis lurus, efek yang muncul setelah adanya ketidakseimbangan tersebut adalah *hipperealitas*. Yaitu rekayasa yang dibuat dengan perantara media yang dianggap lebih nyata dibandingkan dengan realitas yang sebenarnya. Adanya kegiatan bermain *game* yang berlebih kemudian memunculkan konspirasi. Disini konspirasi berhubungan antara pikiran yang sudah nyaman dalam dunia *game*, yang kemudian menimbulkan efek kepada fisik para *gamer* yang enggan menyentuh dunia nyata secara utuh.

Apa yang dilakukan para *gamer* tersebut tidak lepas dari lingkaran lingkungan mereka tinggal. Dimana dari data yang diperoleh peneliti salah satunya menunjukkan tentang pola hidup bermasyarakat yang dilakukan para *gamer*. Dalam sajian data tersebut ditemukan bahwa mereka – para *gamer* – merasa kurang nyaman dalam hidup bersosial dalam masyarakat, mereka cenderung merasa nyaman dengan kehidupan sosial yang ada dalam *game*.

Adapun demikian, para *gamer* juga merasakan ketidaknyamanan atas kenyamanan yang mereka dapat ketika bermain *game*. Ada perasaan menggajal ketika mereka selalu dan selalu menjadikan *game* sebagai ‘alat pemuas’. Rasa ingin lepas dari dunia *game* mereka utarakan dalam data diatas.

Namun semakin besar rasa ingin lepas dari *game*, semakin intens pula para *gamer* ini memainkan *gamenya*. Tidak dipungkiri bahwa apa yang ada didalam *game* sudah menjadi rantai untuk para *gamer* agar tetap memainkan *game* tersebut. Dari segi grafik yang semakin lama semakin terlihat *real*, latar belakang cerita yang semakin menarik, serta kehidupan sosial yang terlanjur nyaman dengan kehidupan sosial yang sifatnya *virtual*.

Demikianlah realita yang dialami para *gamer*. Dimana *game* yang dahulu sebagai sarana hiburan, bertransformasi menjadi kebutuhan yang setiap saat harus dipenuhi. *Game* yang menjadi salah satu lahan bisnis paling eksis di dunia menjadikan pihak pengembang *game* selalu dan selalu mengembangkan *game* menjadi semakin menyerupai aslinya. Dan industri *game* akan terus bertahan dan berkembang seiring dengan perkembangan teknologi digital yang semakin maju dari zaman ke zaman.

Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan oleh peneliti, diperoleh beberapa temuan yang mencengangkan akibat pola bermain *game* yang berlebihan. Dari hasil penelitian tersebut, peneliti menyimpulkan beberapa temuannya. Dalam penarikan kesimpulan ini, terdapat indikasi bahwa apa yang ditakutkan menjadi kenyataan. Yaitu terciptanya realitas subyektif terhadap pribadi para *gamer*. Berikut penjelasan terkait terjebaknya para *gamer* dalam realitas subyektif.

Selain itu, berdasarkan dari penelitian yang sudah dilakukan. Peneliti dapat menyimpulkan secara keseluruhan bahwa apa yang dialami oleh *gamer* ini merupakan efek dari mata rantai yang menggambarkan bagaimana berpindahnya posisi *game* sebagai kebutuhan primer. *Game* yang merupakan realitas bentukan, beralih menjadi realitas yang dianggap nyata oleh para *game*.

Peneliti menemukan adanya kesetaraan antara realitas nyata dan realitas media yang muncul disebabkan para *gamer* tidak bisa membedakan mana yang seharusnya menjadi prioritas, mana yang seharusnya menjadi kegiatan pendukung saja. Dalam kasus ini *gamer* menjadikan *game* sebagai kegiatan utama diatas

segalanya. Dan secara tersirat bahwa kultivasi benar-benar sudah mengena dan mendarah daging dalam pribadi para *gamer*.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti mencoba menyampaikan beberapa saran untuk kedepannya supaya hal tersebut dapat dicegah, diatasi, atau setidaknya dikurangi. Berikut saran yang disampaikan peneliti.

1. Peneliti mencoba mengajak segala instrumen masyarakat yang bersenggolan dengan para pihak tersebut untuk serta merta tidak malah mengucilkan mereka-para *gamer*-. Karena dengan mengucilkan mereka malah akan menimbulkan sikap ‘merasa tidak dihargai’ dalam diri para *gamer*, sehingga menyebabkan munculkan tindakan-tindakan yang diluar nalar dan memungkinkan munculnya tindakan kriminal dari pencurian hingga pembunuhan.
2. Untuk konsumen–dalam hal ini *gamer*–, mari mulai mencerdaskan diri dalam bermain *game*. Untuk mulai mengurangi atau bahkan meninggalkan *game* sebagai kehidupan utama. Biasakanlah bergabung dengan kelompok sosial masyarakat untuk mengetahui secara menyeluruh masyarakat yang sebenarnya. Karena kehidupan dalam dunia *game* merupakan kehidupan semu yang secara harfiah merupakan kehidupan tidak nyata, *doesn't exist*. Sebab kuasa penuh untuk bermain *game* atau lepas dari bermain *game* merupakan pilihan dan sepenuhnya keputusan kita.

Daftar Pustaka

- Bungin, Burhan. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif, Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. (2008). *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Creswell, J. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Griffin. (2000). *A First Look at Communication Theory, Fourth Ed.* McGraw Hill
- Harefa, Andrias. (2010). *Mindset Therapy, Terapi Pola Pikir tentang makan Learn, Unlear, dan Relearn*. Jakarta: Gramedia.

- Littlejohn and Karen A.Foss. (2009). *Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- N.K., Adaman. (2005). *The Developmental History of Online Gaming Design*. McGraw-Hill.
- Oneto, Erima & Yosep Sugiarto. (2009). *Anti Gaptek Internet*. Ciganjur: Kawan Pustaka.
- Signorely, Nancy & Michael Morgan. (1990). *Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research*. Sage Publication.

