

# ***Habitus, Kapital, dan Distinction: Strategi Penguasaan Kapital melalui Praktik Mikrotransaksi Komoditas Virtual dalam Permainan Daring***

Anak Agung Ngurah Agung Suryadipta Wardhana

Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia  
e-mail: ajungwardhana@gmail.com

## **Abstrak**

Artikel penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi penguasaan kapital dilakukan oleh para pemain dalam permainan video daring melalui praktik mikrotransaksi komoditas virtual. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan studi pustaka sebagai metode untuk menampilkan realitas terkait interaksi sosial dalam permainan video daring dan praktik mikrotransaksi. Realitas yang ditemukan melalui proses studi pustaka kemudian dianalisis berdasarkan perspektif posmodernisme Pierre Bourdieu mengenai *habitus*, kapital ekonomi, kapital sosial, kapital simbolik, serta *distinction*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pemain permainan video daring melakukan praktik mikrotransaksi komoditas virtual sebagai strategi penguasaan kapital. Para pemain juga melakukan konversi bentuk-bentuk kapital sesuai selera dan hasrat mereka. Penghakiman terhadap selera dalam konteks permainan video daring muncul dari terbentuknya kelas-kelas sosial virtual berdasarkan perbedaan kepemilikan kapital di antara para pemainnya. Praktik mikrotransaksi kemudian menjadi strategi penguasaan kapital bagi pemain untuk menanjak dalam hierarki sosial virtual ataupun mempertahankan posisi mereka.

Kata kunci: Distinction, Habitus, Kapital, Mikrotransaksi, Permainan Daring

## ***Habitus, Capital, and Distinction: Capital Control Strategy Through the Practice of Virtual Commodity Microtransactions in Online Games*** **Abstract**

*This research article aims to understand how capital control strategies are carried out by players in online video games through the practice of virtual commodity microtransactions. The research was carried out using a qualitative approach and literature review as a method for presenting the reality related to social interactions in online video games and microtransactions practices. The reality discovered through the literature review process is then analyzed based on the postmodernism perspective of Pierre Bourdieu regarding habitus, economic capital, social capital, symbolic capital, and distinction. The results of the study show that online video game players practice virtual commodity microtransactions as a capital control strategy. The players also convert capital forms according to their tastes and desires. Judgment of tastes in the context of online video games arises from the formation of virtual social classes based on capital ownership among the players. The practice of microtransactions then becomes a capital control strategy for players to climb the virtual social hierarchy or maintain their position.*

Keywords: *Distinction, Habitus, Capital, Microtransactions, Online Games*

## Pendahuluan

Kemajuan teknologi audio visual memungkinkan manusia untuk mengakses hiburan tanpa batasan jarak dan waktu. Permainan daring sebagai salah satu bentuk teknologi komunikasi yang banyak digunakan sebagai sarana hiburan mengalami kemajuan dari sisi industri dan kontennya. Teknologi di bidang animasi yang semakin maju turut menunjang animator atau pengembang permainan untuk menciptakan ruang-ruang urban futuristik dengan komputer sebagai alat arsitekturnya. Pengembang permainan kemudian tidak hanya mampu meniru persis objek di dunia nyata namun juga mampu menciptakan objek-objek yang tidak mengacu pada prototipe benda fisik yang nyata sama sekali (Mihailova, 2013). Kemudian melalui perangkat seperti konsol, komputer, dan telepon seluler yang terpasang program permainan dan terhubung dengan internet, suatu permainan dapat dimainkan secara daring. Permainan daring yang memungkinkan pemainnya untuk saling terhubung dengan pemainnya kemudian membentuk interaksi budaya di dalam jaringan maya.

Desain permainan yang mendekati kesempurnaan memberikan pengalaman estetika yang menarik bagi pemain, namun studi yang dilakukan Fan et al. (2012) pada pemain permainan video di Cina melihat bahwa pemain cenderung terikat pada permainan daring melalui unsur sosial yang deterministik dibanding teknologi yang tersemat dalam permainan. Norma subjektif dan rasa memiliki yang melekat pada pemain saat bermain menjadi hal yang lebih menentukan dibandingkan kualitas sistem permainan tersebut (Fan et al., 2012). Melihat kecenderungan tersebut, muncul skema baru dalam industri permainan video daring yaitu model *free-to-play* yang menawarkan permainan secara gratis untuk dimainkan. Sebelumnya skema yang diterapkan pada industri permainan video luring maupun daring menggunakan model *pay-to-play* di mana pemain perlu membayar untuk dapat bermain. Meski *free-to-play* memberi akses gratis untuk pemain, fitur-fitur yang ada di dalam permainan tidak dapat digunakan pemain sebelum membeli fitur-fitur dalam permainan. Skema pembelian fitur dalam permainan atau biasa disebut dengan istilah mikrotransaksi dilakukan para pemain untuk mendapatkan pengalaman bermain maksimal (Alha et al., 2018).

Mikrotransaksi dalam permainan video dapat dibedakan menjadi beberapa kategori. Bagi Zendle et al. (2020) kegiatan mikrotransaksi dalam industri permainan video berlangsung berdasarkan preferensi pemain yaitu *pay-to-win*, *loot boxes*, dan

*cosmetics*. Mikrotransaksi *pay-to-win* dilakukan pemain untuk tujuan memudahkan pemain tersebut memenangkan permainan, dalam studi yang dilakukan Alha et al. (2018) menunjukkan bahwa pemain yang membayar lebih banyak uang untuk mikrotransaksi akan dengan mudah mengalahkan mereka yang membayar lebih sedikit dan yang tidak membayar sama sekali. Penerapan skema *loot boxes* terdapat pada permainan Counter Strike: Global Offensive (CS:GO), kotak hadiah didapatkan pemain setelah menyelesaikan suatu ronde permainan atau dengan membeli. Pemain yang membuka *loot box* akan mendapatkan barang virtual secara acak, *loot boxes* dapat melibatkan pemain dalam masalah perjudian ketika pemain kecanduan untuk membeli dan membuka *loot boxes* dengan harapan mendapat barang virtual bernilai tinggi (Zendle et al., 2020). Untuk menambah minat pemain dalam melakukan mikrotransaksi, pengembang permainan menyematkan eksklusivitas pada barang-barang virtual tersebut dengan memberlakukan prinsip ekonomi persediaan (*supply*) dan permintaan (*demand*) layaknya komoditas nyata (Hamari & Lehdonvirta, 2010).

Media sosial seperti YouTube, Reddit, Twitch serta media lainnya yang digunakan untuk membangun komunitas turut mengonstruksi wacana bagaimana suatu permainan video daring dimainkan. Proses penyebaran informasi dari mulut ke mulut di ranah media sosial (*electronic word-of-mouth*) merupakan cara yang masif dalam membentuk suatu wacana dibandingkan dengan sebelum era media sosial. Jalur komunikasi pada *electronic word-of-mouth* dapat lebih luas menjangkau audiens bahkan hingga tingkat global, audiens bersifat anonim, serta pesan informasinya dapat diarsipkan sehingga lebih mudah diingat dan dilihat kembali ketika dibutuhkan (Ring et al., 2016). Pada permainan video dengan model bisnis *free-to-play*, komoditas virtual dalam suatu rezim permainan video menjadi kompetisi antara sesama pemain untuk mendapatkan barang virtual yang langka, wacana tersebut membentuk sinergi antara pemain yang aktif dalam komunitas dengan strategi pemasaran untuk melanggengkan budaya mikrotransaksi dalam industri permainan video *free-to-play* (Felczak, 2018). Model bisnis *pay-to-play* kemudian tidak lagi menjadi yang dominan dalam industri permainan video sejak diadopsinya model *free-to-play* dan mikrotransaksi oleh industri permainan video di berbagai platform (Tomic, 2017).

Murphy (2016) memandang mikrotransaksi dalam permainan video daring sebagai kapitalisme hiperreal di mana setiap hal yang ditampilkan dalam permainan terasa lebih nyata dibandingkan dengan realitas sesungguhnya. Industri memperoleh keuntungan dari kondisi masyarakat yang tidak hanya memperhatikan nilai guna dan nilai tukar dalam melakukan mikrotransaksi namun juga mengonsumsi nilai tanda (Murphy, 2016). Melalui perspektif Baudrillardian tersebut Murphy (2016) menemukan adanya konsumsi tanda yang menjurus pada kondisi hiperrealitas dalam permainan Grand Theft Auto V (GTA V), namun kajian tersebut tidak secara spesifik menjelaskan bentuk-bentuk kapital dalam ranah kajian permainan video. Maka dari itu artikel ini berusaha melakukan kajian literatur berkaitan dengan mikrotransaksi permainan video melalui bingkai pemikiran Pierre Bourdieu. Artikel ini menggunakan konsep-konsep pos-strukturalis yang digagas Pierre Bourdieu antara lain *habitus*, kapital, dan *distinction* sebagai strategi kekuasaan dalam budaya mikrotransaksi di ranah permainan video. Melalui bingkai pemikiran tersebut, artikel ini berupaya untuk menjelaskan bagaimana budaya mikrotransaksi menjadi tindakan yang dilakukan dalam rangka meraih kekuasaan simbolik di ranah permainan video.

Konsep *habitus* merujuk pada struktur subjektif yang menentukan bagaimana individu berperilaku atau mengambil suatu tindakan. *Habitus* dibagi menjadi dua kelompok yaitu *habitus* kelas yang dimiliki suatu kelompok secara kolektif dan *habitus* subjektif yang merupakan milik individu secara unik (Bourdieu, 1998). Kedua *habitus* tersebut dapat diartikan sebagai penentu tindakan individu untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial dan sebaliknya penyesuaian sosial dengan individu. Konsep *habitus* berusaha untuk mengatasi dikotomi antara determinisme dan kebebasan, maka *habitus* memungkinkan untuk menyanggah pemikiran determinisme ekonomi Marx karena tindakan individu dalam konsep *habitus* tidak hanya didorong oleh kepentingan ekonomi, namun individu merupakan agen yang bertindak ke luar (Haryatmoko, 2016). Atas dasar asumsi bahwa di setiap masyarakat selalu ada yang menguasai dan dikuasai, *habitus* berkaitan erat atau ditentukan dengan konsep *champ* (arena perjuangan) (Bourdieu, 1998). Arena perjuangan kemudian dapat diartikan sebagai tempat terjadinya persaingan yang memiliki aturan main yang berbeda-beda. Sebagai contoh, arena perjuangan dapat berupa bidang politik, kesenian, intelektual, serta bidang lainnya yang cenderung homogen termasuk permainan video.

Selain *habitus*, konsep kapital juga berkaitan dengan strategi meraih dan mempertahankan posisi di arena. Kapital bagi Bourdieu tidak hanya modal seperti uang dan aset yang dapat dilipatgandakan yang dikenal dalam ilmu ekonomi. Konsep kapital dikembangkan menjadi empat jenis modal antara lain kapital ekonomi, kapital budaya, kapital sosial, dan kapital simbolik (Bourdieu, 1998). Kapital ekonomi merujuk pada sumber daya yang dapat dijadikan sarana produksi dan sarana finansial, kapital budaya dapat diartikan sebagai keterampilan yang dapat menentukan kedudukan sosial, kapital sosial dapat diartikan sebagai kekayaan jaringan yang dimiliki untuk menentukan kedudukan sosial, kemudian kapital simbolik merujuk pada status atau simbol-simbol kekuasaan seperti barang-barang mewah yang menghasilkan kekuasaan simbolik yang diakui suatu kelompok baik institusional maupun tidak (Haryatmoko, 2016). Di antara berbagai bentuk kapital tersebut, bagi Bourdieu (1998) kapital ekonomi merupakan kapital yang paling mudah untuk dikonversikan menjadi bentuk-bentuk kapital lainnya. Posisi individu dalam kelas-kelas sosial kemudian ditentukan berdasarkan besarnya kepemilikan kapital mereka dalam hierarki sosial.

Posisi dalam lingkup sosial tersebut menentukan selera, pandangan Bourdieu menentang pandangan umum yang melihat bahwa selera terbentuk berdasarkan bakat alam. Dalam *The Distinction*, Pierre Bourdieu mengungkapkan bahwa di balik selera yang ditentukan oleh pendapatan, seluruh praktik budaya tidak terlepas dari sistem representasi yang khas dari suatu kelompok sosial (Bourdieu, 1996). Selera tidak dipandang sebagai suatu hal yang tidak dapat diperdebatkan melainkan sebagai upaya membedakan diri dalam inti permainan sosial. Selera juga merupakan pendorong perilaku sosial dalam berbagai bidang seperti pekerjaan, pendidikan, hiburan hingga bidang kuliner. Selera dianggap merepresentasikan suatu kelompok sosial tertentu terutama dalam posisi mereka dalam masyarakat dan keinginan menempatkan diri dalam tangga kekuasaan di lingkup sosial tersebut (Bourdieu, 1996). Hasrat untuk menaiki tangga sosial atau menempatkan diri pada level tertentu dalam hierarki sosial tersebut kemudian mendorong individu pada praktik-praktik konsumerisme di berbagai lapisan masyarakat (Haryatmoko, 2016).

Kajian ini merupakan artikel konseptual yang menggunakan metode kualitatif dan studi literatur dalam penyusunannya. Artikel konseptual dikenal sebagai artikel tanpa data

yang bertujuan untuk menemukan suatu hubungan konstruktif dengan menyusun argumen dari literatur yang ada (Gilson & Goldberg, 2015). Artikel konseptual tidak harus membangun suatu teori, namun cukup dengan mengaitkan konsep-konsep interdisipliner yang telah tersedia sebelumnya (Gilson & Goldberg, 2015). Studi ini bertanggung jawab dalam mengembangkan argumen logis, lengkap dan terasosiasi. Studi ini juga dapat berperan sebagai lawan ataupun pelengkap dari pengujian secara empiris guna menjawab suatu permasalahan baru secara orisinal (Gilson & Goldberg, 2015).

Penelitian kualitatif menuntut peneliti untuk memahami data yang mereka miliki untuk melihat dan memahami apa yang sedang dipelajari dengan rinci, terlepas dari materi empiris yang dianalisis (Aspers & Corte, 2019). Peneliti melakukan penyesuaian secara rutin terhadap fokus dan desain penelitian seiring dengan kemajuan studi yang dilakukan hingga proyek berakhir (Aspers & Corte, 2019). Penelitian kualitatif berfokus pada subjek, pengalaman, peristiwa, maupun teks yang spesifik guna mendapat temuan yang sangat rinci dari suatu realitas yang sedang diteliti. Artikel ini menggunakan studi literatur guna menunjukkan kebaruan dari masalah yang diusung. Pengetahuan dikumpulkan dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan dikembangkan untuk mendapatkan gagasan baru dalam melihat suatu fenomena (Neuman, 2002).

Riset ini mengumpulkan berbagai literatur-literatur terdahulu yang berkaitan dengan praktik mikrotransaksi dalam permainan video. Kemudian temuan data tersebut akan dianalisis menggunakan teori dan konsep pos-strukturalis dari Pierre Bourdieu untuk memahami budaya konsumerisme yang terjadi pada praktik mikrotransaksi oleh para pemain permainan video. Setelah melakukan analisis terhadap temuan-temuan data yang telah dikumpulkan, peneliti melakukan penarikan simpulan untuk mengungkap gagasan baru yang berguna untuk dikaji lebih lanjut oleh penelitian berikutnya. Simpulan tersebut diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti berikutnya.

## **Pembahasan**

Model bisnis *free-to-play* dalam industri permainan video cenderung menerapkan skema mikrotransaksi *pay-to-win*. Mekanisme mikrotransaksi *pay-to-win* dalam model bisnis *free-to-play* secara sederhana merujuk pada pemain yang melakukan pembelian komoditas virtual di dalam permainan untuk mendapatkan fitur-fitur tambahan yang tidak

didapatkan dari permainan yang diunduh secara gratis. *Pay-to-win* dilakukan pemain dalam rangka memperbesar kesempatan untuk memenangkan permainan bila dibandingkan dengan pemain yang tidak melakukannya. Pemain menganggap praktik mikrotransaksi *pay-to-win* sebagai hal yang normal dalam budaya permainan video daring (Alha et al., 2018). Namun praktik *pay-to-win* bagi Alha et al. (2018) berpotensi menimbulkan eksploitasi ketika pengembang permainan mendesain jalan permainan untuk berpihak pada pemain yang bersedia membayar lebih banyak.

Terdapat stigma terhadap pemain yang melakukan praktik *pay-to-win* dari perspektif pemain yang bermain secara gratis. Pemain yang melakukan *pay-to-win* untuk menjadi unggul dalam suatu permainan dilihat sebagai pemain yang kurang terampil dan dianggap curang meski desain permainan memungkinkan mereka untuk melakukannya (Neely, 2021). Bagi Erica L. Neely (2021) meski praktik mikrotransaksi dalam permainan video menjadi satu-satunya cara bagi perusahaan pengembang permainan menghasilkan dana, pengembang dianggap perlu untuk mengambil jalan tengah seperti menentukan harga tetap dari barang virtual tersebut, sehingga harga dari komoditas tersebut tidak akan berubah di kemudian hari. Hal itu dianggap sebagai cara yang etis untuk mengembangkan skema bisnis *free-to-play* dalam industri permainan video.

Selain praktik mikrotransaksi yang berorientasi *pay-to-win*, terdapat jenis praktik mikrotransaksi yang tidak memengaruhi jalannya permainan bagi pelaku praktik tersebut. Praktik tersebut digolongkan sebagai praktik mikrotransaksi kosmetik, sebab komoditas virtual yang dibeli dalam suatu permainan video hanya digunakan untuk memperindah tampilan karakter dalam permainan. Adanya komunitas virtual yang biasanya terdapat pada permainan berjenis *Massively Multiplayer Online Role-Playing Games* (MMORPG) berperan kuat dalam praktik mikrotransaksi kosmetik (Sirola et al., 2021). Motivasi pemain melakukan mikrotransaksi kosmetik diperkuat dengan adanya komunitas virtual di dalam permainan yang disebut *guild*, ranah virtual tersebut menjadi tempat bagi para pemain untuk membentuk komunitas berbagi pengalaman, berkolaborasi, kerja sama, dan tujuan bersama. Rasa saling memiliki antara pemain yang terdapat dalam *guild* dianggap sebagai faktor yang turut menentukan niat melakukan mikrotransaksi kosmetik (Sirola et al., 2021).

Pada permainan video daring Fortnite, teman dekat menjadi faktor utama yang memicu pemain melakukan mikrotransaksi kosmetik (King et al., 2020). Para pemain Fortnite yang melakukan mikrotransaksi kosmetik cenderung menganggap komoditas virtual sebagai barang dengan nilai ekonomi tinggi. Hal tersebut dalam penelitian King et al. (2020) ditunjukkan dari temuan bahwa para pemain Fortnite yang rela mengeluarkan uang dengan jumlah banyak untuk melakukan mikrotransaksi kosmetik juga memiliki teman dekat yang melakukan hal serupa. Sejalan dengan hal tersebut, bagi Reza et al. (2019) gencarnya praktik mikrotransaksi kosmetik pada permainan daring seperti Fortnite dan Overwatch terjadi karena permainan tersebut memungkinkan adanya interaksi dengan pemain lainnya. Bagi para pemain permainan daring multipemain, membeli dan mendapatkan *skin* melalui mikrotransaksi kemudian bertujuan untuk menunjukkan representasi diri secara virtual di hadapan pemain lain (Reza et al., 2019). Narasumber dalam penelitian Reza et al. (2019) mengungkapkan bahwa mereka membeli *skin* karena menyukai rupa dari barang virtual tersebut, ketertarikan terbesar mereka sebagai pemain permainan video daring ada pada situasi di mana mereka dapat memainkan karakter virtual seolah-olah merasa berada di dalam permainan sebagai karakter tersebut.

Meski mikrotransaksi kosmetik dianggap sebagai cara normal baru dalam memonetisasi sebuah permainan daring oleh perusahaan, komoditas virtual ini memiliki makna tersendiri bagi para pemain secara pribadi maupun konsensus. Perusahaan pengembangan permainan Fortnite berdalih bahwa komoditas virtual yang terdapat pada permainan tersebut sama sekali tidak memengaruhi jalannya permainan, realita yang ada memperlihatkan bahwa para pemain menjalankan kegiatan, praktik, dan menciptakan makna dari komoditas virtual tersebut di luar apa yang disuguhkan oleh permainan itu sendiri (Fennimore, 2020). Komoditas virtual kosmetik kemudian digunakan pemain untuk mengekspresikan seni di dalam permainan. Terdapat satu peristiwa di mana para pemain Fortnite menggelar ajang fesyen melalui salah satu mode yang tersedia dalam permainan. Melalui kegiatan tersebut, para pemain Fortnite termotivasi memiliki komoditas virtual kosmetik untuk bergaya, memperoleh status sosial di antara pemain lain, dan juga memperoleh superioritas di antara pemain lainnya dalam permainan daring (Fennimore, 2020).

Bagi Marder et al. (2019) motivasi pemain permainan daring multipemain dalam membeli barang virtual non-fungsional dipicu oleh kombinasi antara pemuasan diri

sendiri dan persepsi dari sesama pemain lainnya. Marder et al. (2019) menambahkan bahwa motivasi yang mendorong pemain membeli barang virtual non-fungsional (kosmetik) meliputi unsur hedonisme, sosial, dan utilitarian. Nilai estetika dari setiap barang virtual menuntut adanya legitimasi dari teman-teman di komunitas virtual mereka (Marder et al., 2019). Kondisi tersebut digambarkan sebagai kondisi posmodernisme dalam bingkai pemikiran Jean Baudrillard (1994) dalam bukunya yang berjudul *Simulacra and Simulation*. Baudrillard menggambarkan situasi masyarakat yang tidak lagi memandang nilai-nilai di kehidupan nyata seperti nilai guna dan nilai tukarnya namun terdapat nilai tanda, kondisi hiperreal tersebut diperkuat dengan audiens yang tidak lagi dapat membedakan realitas nyata dan hiperreal.

Pandangan hiperrealitas Baudrillard dalam penelitian Murphy (2016) menggunakannya sebagai acuan dalam melihat realitas mikrotransaksi yang terjadi dalam permainan daring Grand Theft Auto V (GTA V). Pemain GTA V dapat melakukan hal-hal yang tak dapat dilakukannya di dunia nyata seperti membunuh CEO suatu perusahaan atau menghancurkan properti milik suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari saham virtual mereka (Murphy, 2016). Pemain GTA V cenderung akan melakukan segala hal untuk menambah kekayaan virtual seperti melakukan kecurangan dengan memanfaatkan kekurangan-kekurangan yang luput dari perhatian pengembang permainan, bahkan pemain dapat melakukan mikrotransaksi demi menambah kekayaan virtual mereka dalam permainan (Murphy, 2016). Aspek narsistik para pemain memicu mikrotransaksi untuk mendapatkan otoritas terhadap pemain lainnya, menguatkan identitas tim, serta membedakan dirinya dengan pemain lainnya (*social distinction*), pengembang melihat kecenderungan tersebut sebagai kesempatan meraih keuntungan dengan menghadirkan barang virtual guna memberi perasaan eksklusif bagi para pemain yang membelinya (Marder et al., 2019; Martínez & Nygren, 2017).

Konsumsi tanda pada praktik mikrotransaksi memiliki dampak pada pemain ketika hal tersebut menimbulkan kecanduan pada tahap yang telah mengganggu kehidupan pemain. Seorang remaja yang bermain permainan daring Counter Strike: Global Offensive dan The Hobbit: Kingdoms of Middle Earth dalam artikel Fauzi (2017) disebut mengalami situasi tersebut. Remaja tersebut mengalami kecanduan melakukan mikrotransaksi pada dua permainan video tersebut hingga bekerja paruh waktu untuk

memenuhi keinginannya, bahkan remaja tersebut hampir dikeluarkan dari sekolahnya (Fauzi, 2017). Pada konteks Indonesia, kasus serupa juga menimpa para remaja yang bermain permainan daring seperti Pointblank, Mobile Legends, dan Rising Force Online rela mengeluarkan uang sejumlah puluhan hingga ratusan juta rupiah untuk melakukan mikrotransaksi (Adzani, 2018). Namun salah satu narasumber mengungkapkan pada media *Hai* bahwa dirinya mengelola uang yang didapatkannya dari menunggah konten di media sosial YouTube untuk dapat secara konsisten melakukan mikrotransaksi (Adzani, 2018). Fenomena tersebut menunjukkan bahwa konsumsi tanda yang dimaksud Baudrillard juga terjadi pada ranah interaksi manusia dengan permainan video. Artikel ini kemudian berusaha melihat realita tersebut dari sudut pandang strategi kekuasaan para pemain berupa penguasaan kapital melalui praktik mikrotransaksi komoditas virtual dalam bingkai pemikiran posmodernisme (Bourdieu, 1996, 1998).

Praktik mikrotransaksi yang dilakukan pemain untuk tujuan memenangkan permainan dengan lebih mudah dicirikan dengan pembelian barang virtual yang memiliki nilai secara fungsional. Melalui konsepsi Bourdieu terkait bentuk-bentuk kapital, barang virtual tersebut tergolong sebagai kapital ekonomi. Sebab komoditas virtual yang didapat pemain dari praktik mikrotransaksi tersebut memiliki nilai guna yang mampu memengaruhi jalannya permainan. Barang virtual tersebut memungkinkan pemain memiliki keunggulan dibandingkan pemain lain yang tidak memilikinya. Pemain yang memiliki kesempatan lebih untuk memenangkan permainan tentu memiliki kesempatan lebih untuk mendapatkan hadiah lebih banyak dibandingkan pemain lainnya. Hadiah tersebut dapat berupa mata uang virtual maupun barang virtual lainnya yang berguna untuk menambah kemampuan karakter yang dimainkan dalam permainan. Kapital ekonomi merupakan bentuk kapital yang paling mudah untuk diubah menjadi bentuk kapital lainnya (Bourdieu, 1998). Maka dengan memiliki kapital ekonomi yang besar, pemain bisa mendapatkan kapital sosial dan kapital simbolik dengan cara memanfaatkan atau mengubah kapital ekonomi yang mereka miliki dalam permainan.

Ketika pemain telah menguasai aturan permainan dan mengungguli jalannya permainan, maka pemain akan dengan mudah mendapatkan koneksi sosial secara virtual dengan banyak pemain lainnya. Terutama pada permainan yang mengandalkan kerja sama tim, memiliki rekan virtual yang unggul akan mendatangkan banyak manfaat dalam permainan. Pada beberapa permainan daring pembentukan kelompok-kelompok virtual

ini disebut sebagai *guild*, *clan*, *team*, dan sebagainya. Kelompok virtual tersebut biasanya memberikan syarat-syarat tertentu bagi pemain untuk dapat bergabung seperti capaian karakter berupa *rank*, *level*, atau statistik permainan yang baik. Realitas tersebut menunjukkan bahwa kapital sosial dapat diperoleh dengan mengonversikan kapital ekonomi dalam ranah virtual. Di sini konsep *habitus* bekerja pada struktur subjektif para pemain dalam menentukan bagaimana individu berperilaku atau mengambil suatu tindakan dalam permainan.

Bagi Bourdieu (1998), konsep *habitus* dibagi menjadi dua kategori yaitu *habitus* kelas dan *habitus* subjektif. Dalam artikel ini pada konteks permainan video, para pemain akan berusaha menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial mereka dengan teman-teman virtual mereka dalam *guild*, *clan*, atau kelompok kolektif virtual lainnya. Praktik mikrotransaksi menjadi cara yang biasa dilakukan dalam permainan video daring untuk mendapatkan keunggulan karakter mereka. Dengan cara tersebut, para pemain dapat lebih mudah untuk menyesuaikan kompetensi mereka dengan syarat dan aturan yang ditentukan kelompok kolektif virtual. Sedangkan dari perspektif konsep *habitus* subjektif, para pemain bertindak sebagai agen individu secara unik. Mikrotransaksi yang dilakukan pemain atas *habitus* subjektif menunjukkan bahwa para pemain membeli barang virtual sesuai preferensi pribadi di luar determinisme sosial kelompok mereka dalam permainan.

Bagi Bourdieu (1998) *habitus* berkaitan erat dengan konsep *champ* (arena perjuangan). *Habitus* akan bervariasi secara relatif tergantung dari arena perjuangan yang menjadi tempat terjadinya persaingan. Pada artikel ini, permainan video daring dilihat sebagai arena perjuangan bagi para pemainnya. Permainan video daring yang mendukung model bisnis *pay-to-win* menentukan *habitus* para pemain untuk melakukan akumulasi kapital ekonomi untuk memperoleh kekuasaan dalam permainan tersebut sebagai arena perjuangan. Sedangkan pada permainan video daring yang tidak mendukung *pay-to-win*, berlaku *habitus* yang menentukan para pemain untuk melakukan akumulasi kapital sosial dan kapital simbolik. Pada arena perjuangan tersebutlah praktik mikrotransaksi kosmetik menjadi strategi penguasaan kapital oleh para pemain. Posisi individu dalam kelas-kelas sosial kemudian ditentukan berdasarkan seberapa besar kepemilikan kapital mereka dalam hierarki sosial (Haryatmoko, 2016). Maka hal serupa juga terjadi dalam kultur permainan video daring atau ranah virtual.

Selain melalui penguasaan terhadap kapital ekonomi dan kapital sosial, strategi kekuasaan yang dilakukan para pemain permainan video daring juga melalui penguasaan kapital simbolik. Kapital simbolik merujuk pada status atau simbol-simbol kekuasaan seperti barang-barang mewah yang kemudian merepresentasikan kekuasaan simbolik bagi pemiliknya, kekuasaan simbolik dicirikan dengan adanya legitimasi dari suatu kelompok baik institusional maupun tidak (Haryatmoko, 2016). Kultur interaksi pemain dalam permainan daring menunjukkan bahwa pemain meraih kekuasaan simbolik dengan melakukan praktik mikrotransaksi kosmetik. Praktik mikrotransaksi kosmetik oleh para pemain dilakukan untuk mendapatkan *skin*, desain karakter, dan barang-barang virtual lainnya yang tidak memengaruhi jalannya permainan. Namun dengan memiliki barang virtual kosmetik, para pemain mendapatkan simbol status sebagai kelas sosial yang tinggi dalam permainan.

Bagi Bourdieu (1996) lingkungan sosial menentukan selera, Bourdieu menentang pandangan umum yang melihat bahwa selera terbentuk secara alami. Sebagaimana yang diungkapkan Bourdieu pada konteks kehidupan masyarakat, lingkungan sosial pada konteks dunia virtual seperti permainan daring juga dapat menentukan selera dari para pemain. Sebagaimana dijelaskan dalam *The Distinction*, di balik selera yang ditentukan oleh pendapatan ekonomi, seluruh praktik budaya tidak dapat dilepaskan dari sistem representasi yang khas dari suatu kelompok sosial (Bourdieu, 1996). Maka dari itu selera dipandang sebagai hal yang dapat diperdebatkan dalam konteksnya sebagai upaya membedakan diri dalam arena perjuangan sosial. Pada ranah virtual terutama pada permainan video daring, komoditas virtual berkaitan erat dengan selera pemain. Maka penghakiman atas selera para pemain dalam ranah virtual menjadi realitas yang wajar ditemukan dalam interaksi antara pemain permainan video daring.

Oleh karena selera diasumsikan sebagai pendorong perilaku sosial dalam berbagai bidang kehidupan manusia, selera kemudian dianggap merepresentasikan suatu kelompok sosial tertentu. Hal ini juga terjadi pada konteks interaksi pemain dalam kelompok sosial virtual mereka, para pemain akan menyebut menggunakan barang-barang virtual langka dan mahal pada karakter virtual mereka sebagai “sultan” (Adzani, 2018). Para pemain yang mendapat sebutan “sultan” mendapatkan legitimasi pemain lainnya dari barang virtual yang mereka miliki, konsensus pengakuan tersebut kemudian menempatkan mereka pada posisi sebagai kelompok elit dalam ranah virtual utamanya

permainan video daring. Realitas dalam interaksi antara pemain tersebut menimbulkan hasrat pada para pemain untuk menaiki hierarki sosial virtual. Pemain kemudian memiliki keinginan untuk menempatkan diri dan mempertahankan diri dalam tangga kekuasaan di lingkup sosial tersebut (Bourdieu, 1996).

Hasrat untuk menaiki dan mempertahankan posisi pada tangga sosial tersebut kemudian mendorong individu melakukan praktik-praktik konsumerisme di berbagai lapisan masyarakat (Haryatmoko, 2016). Pemain yang memiliki hasrat tersebut kemudian terdorong untuk melakukan mikrotransaksi komoditas virtual untuk mewujudkan hasrat mereka. Selain lingkup sosial virtual, paparan konten media sosial dari kreator konten YouTube juga menjadi salah satu pemantik hasrat para pemain untuk mempercantik karakter virtual mereka dengan melakukan mikrotransaksi (Adzani, 2018). Praktik mikrotransaksi kemudian menjadi salah satu strategi yang diandalkan para pemain untuk mendapatkan legitimasi atas kedudukan sosial secara virtual dalam permainan video daring. Meski pemain dapat memperoleh barang-barang virtual melalui penyelesaian misi-misi yang terdapat dalam permainan, namun mikrotransaksi menawarkan jalan yang lebih cepat untuk mendapatkannya.

## **Kesimpulan**

Strategi penguasaan kapital melalui praktik mikrotransaksi komoditas virtual dalam permainan video daring dilakukan oleh para pemain untuk memenuhi hasrat menaiki hierarki sosial atau mempertahankan posisi mereka dalam tangga sosial virtual tersebut. Adapun penguasaan kapital yang dilakukan melalui praktik mikrotransaksi meliputi pembelian barang virtual yang memiliki nilai secara fungsional maupun nonfungsional. Tindakan-tindakan tersebut didasari oleh preferensi masing-masing pemain. Preferensi pemain tersebut ditentukan oleh selera dan kedudukan sosial mereka dalam permainan video daring sebagai arena perjuangan. Praktik mikrotransaksi dalam permainan video daring kemudian dapat dibedakan berdasarkan desain permainan yang dirancang pengembang, yakni mikrotransaksi *pay-to-win* dan mikrotransaksi kosmetik.

Selera dan hasrat sebagai pemantik tindakan mikrotransaksi berkaitan dengan lingkungan sosial virtual seperti *guild*, *clan*, *team* atau kelompok sosial virtual lainnya. Adanya legitimasi dari sesama pemain terhadap kepemilikan barang virtual memunculkan penghakiman terhadap selera di antara sesama pemain. Penghakiman

terhadap selera tersebut berpotensi menimbulkan kekerasan simbolik yang berujung pada pelanggaran praktik mikrotransaksi secara berlebihan oleh para pemain. Kelas-kelas sosial virtual kemudian terbentuk berdasarkan kepemilikan kapital yang terbagi menjadi kapital ekonomi, kapital sosial, dan kapital simbolik.

Temuan penelitian tersebut menunjukkan celah yang kemudian dapat diteliti melalui perspektif lain seperti memahami secara kritis arena perjuangan dalam ranah virtual yang tidak sepenuhnya bersifat organik melainkan bersifat algoritmik sebab ditentukan berdasarkan algoritma yang dirancang oleh pengembang permainan. Kemudian penelitian secara empirik terhadap pengalaman para pemain sebagai subjek juga disarankan untuk melengkapi literatur terkait interaksi manusia dalam ranah virtual atau termediasi komputer.

## Referensi

- Adzani, F. (2018). *Mengapa Gamer “Sultan” Rela Habiskan Ratusan Juta Demi Beli Barang-Barang Virtual*. Hai. <https://hai.grid.id/read/071275774/mengapa-gamer-sultan-rela-habiskan-ratusan-juta-demi-beli-barang-barang-virtual?page=all>
- Alha, K., Kinnunen, J., Koskinen, E., & Paavilainen, J. (2018). Free-to-play games: Paying players’ perspective. *ACM International Conference Proceeding Series*, 49–58. <https://doi.org/10.1145/3275116.3275133>
- Aspers, P., & Corte, U. (2019). What is Qualitative in Qualitative Research. *Qualitative Sociology*, 42(2), 139–160. <https://doi.org/10.1007/s11133-019-9413-7>
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation* (S. F. Glaser (ed.)). Ann Arbor The University of Michigan Press.
- Bourdieu, P. (1996). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. In *Harvard University Press* (8th ed.).
- Bourdieu, P. (1998). Practical Reason : On the Theory of Action. In *Stanford University Press*.  
[https://monoskop.org/images/a/aa/Bourdieu\\_Pierre\\_Practical\\_Reason\\_On\\_the\\_Theory\\_1998.pdf](https://monoskop.org/images/a/aa/Bourdieu_Pierre_Practical_Reason_On_the_Theory_1998.pdf)
- Fan, L., Gu, J., Suh, Y., & Lee, S. (2012). How to attract Chinese online game users. *Asian Journal on Quality*, 13(1), 7–21.  
<https://doi.org/10.1108/15982681211237798>
- Fauzi, M. P. (2017). *Habiskan Rp175 Juta, Remaja 19 Tahun Ini Kecanduan Main Game*. Oketechno.  
<https://techno.okezone.com/read/2017/12/01/326/1823665/habiskan-rp175-juta-remaja-19-tahun-ini-kecanduan-main-game>
- Felczak, M. (2018). Aesthetics and Cosmetic Microtransactions in Path of Exile. *DiGRA \&#39;18 - Proceedings of the 2018 DiGRA International Conference: The Game Is the Message*.
- Fennimore, J. J. (2020). *Are They Really Just Cosmetic ? the Impact of Cosmetic Items on Fortnite ’ s Gameplay and Game Design* (Issue December) [University of Wisconsin-Milwaukee]. <https://dc.uwm.edu/etd/2494/>
- Gilson, L. L., & Goldberg, C. B. (2015). Editors’ Comment: So, What Is a Conceptual Paper? *Group and Organization Management*, 40(2), 127–130.  
<https://doi.org/10.1177/1059601115576425>
- Hamari, J., & Lehdonvirta, V. (2010). Game design as marketing: How game mechanics create demand for virtual goods. *International Journal of Business Science and Applied Management*, 5(1), 14–29.
- Haryatmoko. (2016). *Membongkar Rezim Kepastian: Pemikiran Kritis Post-Strukturalis* (Widiantoro (ed.)). PT Kanisius.
- King, D. L., Russell, A. M. T., Delfabbro, P. H., & Polisena, D. (2020). Fortnite microtransaction spending was associated with peers’ purchasing behaviors but not gaming disorder symptoms. *Addictive Behaviors*, 104.  
<https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106311>
- Marder, B., Gattig, D., Collins, E., Pitt, L., Kietzmann, J., & Erz, A. (2019). The Avatar’s new clothes: Understanding why players purchase non-functional items in free-to-play games. *Computers in Human Behavior*, 91, 72–83.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.09.006>
- Martínez, B. R., & Nygren, E. (2017). *Purchasing Behaviour on Aesthetic Items in*

- Online Video Games with Real Currency The Case of Counter Strike: Global Offensive* [Uppsala Universiteit]. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1148087/FULLTEXT01.pdf>
- Mihailova, M. (2013). The mastery machine: Digital animation and fantasies of control. *Animation*, 8(2), 131–148. <https://doi.org/10.1177/1746847713485833>
- Murphy, S. (2016). Grand Theft Auto V: Capitalist Hyperreality in the Age of Cynical Reason. In B. Kuhn & A. Bhéreur-Lagounaris (Eds.), *Levelling Up: The Cultural Impact of Contemporary Videogames* (pp. 151–161). Inter-Disciplinary Press.
- Neely, E. L. (2021). Come for the Game, Stay for the Cash Grab: The Ethics of Loot Boxes, Microtransactions, and Freemium Games. *Games and Culture*, 16(2), 228–247. <https://doi.org/10.1177/1555412019887658>
- Neuman, W. L. (2002). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. In *Teaching Sociology* (Vol. 30, Issue 3). <https://doi.org/10.2307/3211488>
- Reza, A., Nedd, A., Chu, S., Castillo, A., & Khan, Z. (2019). “I Like the Way the Skin Looks”: Player Perspectives on Aesthetic Appeal and Self-Representation with Video Game “Skins.” 131, 1–7.
- Ring, A., Tkaczynski, A., & Dolnicar, S. (2016). Word-of-Mouth Segments: Online, Offline, Visual or Verbal? *Journal of Travel Research*, 55(4), 481–492. <https://doi.org/10.1177/0047287514563165>
- Sirola, A., Savela, N., Savolainen, I., Kaakinen, M., & Oksanen, A. (2021). The Role of Virtual Communities in Gambling and Gaming Behaviors: A Systematic Review. *Journal of Gambling Studies*, 37(1), 165–187. <https://doi.org/10.1007/s10899-020-09946-1>
- Tomic, N. (2017). Effects of micro transactions on video games industry. *Megatrend Revija*, 14(3), 239–257. <https://doi.org/10.5937/megrev1703239t>
- Zendle, D., Cairns, P., Barnett, H., & McCall, C. (2020). Paying for loot boxes is linked to problem gambling, regardless of specific features like cash-out and pay-to-win. *Computers in Human Behavior*, 102, 181–191. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.003>
- Zendle, D., Meyer, R., & Ballou, N. (2020). The changing face of desktop video game monetisation: An exploration of exposure to loot boxes, pay to win, and cosmetic microtransactions in the most-played Steam games of 2010-2019. *PLoS ONE*, 15(5), 1–13. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0232780>