

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi kini menjadi tren yang tidak bisa dibatasi. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya inovasi dan penemuan yang sederhana hingga sangat rumit. Arus globalisasi mendorong transformasi besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, dan salah satu wujud paling nyata dari revolusi tersebut tampak pada pesatnya perkembangan perangkat teknologi, dan salah satu teknologi digital yang populer yaitu *smartphone*.

Smartphone merupakan transformasi dari *handphone* atau telepon genggam, yang awalnya hanya digunakan untuk melakukan komunikasi saja, namun kini berkembang menjadi perangkat yang hampir dapat melakukan segala hal dalam menunjang aktivitas manusia (Saputra, 2023). Hampir setiap lapisan masyarakat, baik anak-anak, remaja, maupun orang dewasa, memiliki dan menggunakan *smartphone* dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Perangkat ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menyediakan beragam fasilitas yang memudahkan penggunaannya untuk bekerja, belajar, menjalankan ibadah, hingga mengakses hiburan.

Game online merupakan sebuah bentuk hiburan elektronik dan visual, sangat berbeda dengan game konvensional karena pemanfaatannya terhadap jaringan internet (Ramadhoni & Kholidin, 2026). Young dalam Febriandari et al., (2016) menyebutkan bahwa *game online* adalah *platform* yang menyediakan berbagai jenis permainan yang dapat dimainkan bersama pengguna dari berbagai lokasi melalui jaringan internet. *Game online* ini jika ditinjau dari banyak sedikitnya aktivitas yang dilakukan, maka ini termasuk jenis bermain pasif atau hiburan, sebab subjek mendapatkan kesenangan dari aktivitas yang dilakukan oleh orang lain yakni si pembuat permainan dan pemain hanya mengeluarkan sedikit energi saja untuk

bermain, yakni tinggal memencet tombol yang ada. *Game online* menjadi partisipasi dalam sebuah gaya hidup baru bagi beberapa orang di setiap kalangan. Apalagi bagi kalangan anak-anak muda khususnya bagi para Mahasiswa (Rompas et al., 2023). Kemudahan akses juga menjadi faktor utama yang membuat *game online* populer, karena hanya dengan *smartphone* dan koneksi internet, seseorang dapat menikmati berbagai permainan secara cepat dan praktis.

Salah satu *platform game online* yang saat ini populer adalah Roblox. Roblox yang dikembangkan oleh Roblox Corporation masuk ke dalam jajaran *platform game online* paling populer. Berdasarkan laporan yang dirilis Roblox dikutip oleh goodstats.id tercatat sebanyak 111,8 juta pengguna aktif harian pada *platform game* Roblox selama kuartal kedua (Q2) tahun 2026. Dari total pengguna tersebut, 22% masih berusia di bawah 13 tahun, sedangkan 54% berusia di atas 13 tahun. Tingginya partisipasi anak dan remaja dalam ruang digital turut mendorong pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi) untuk menyusun kebijakan yang membatasi akses media sosial bagi anak berusia di bawah 16 tahun. Kebijakan ini merupakan implementasi dari Peraturan Pemerintah tentang Perlindungan Anak di Ruang Digital yang disusun sebagai bentuk harmonisasi antara Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Mahkamah Agung, 2025).

Surbakti (2017) menyatakan bahwa *Game online* Roblox telah menjadi bagian dari gaya hidup baru bagi sebagian anak muda maupun pelajar. Roblox bukan hanya sekadar permainan, tetapi juga *platform game* yang sistem pembuatan permainan memungkinkan pengguna untuk memprogram dan memainkan permainan yang dibuat oleh pengguna lain (Azzahra et al., 2025).

Selain disediakan fitur yang bisa diakses secara gratis, pengguna juga bisa membeli fitur atau item premium berbayar yang dapat dibeli menggunakan Robux. Robux merupakan mata uang dalam *game online*

Roblox yang digunakan untuk melakukan berbagai transaksi dalam game, seperti membeli pakaian *avatar*, aksesoris, hingga *item eksklusif*. Pengguna biasanya menggunakan istilah *top-up* atau disebut pengisian saldo untuk melakukan pembelian Robux, yang dapat dibeli langsung di aplikasi Roblox maupun melalui mini market tertentu atau *platform* digital lainnya (Yulastika et al., 2023). Sistem ekonomi digital dalam *game online* Roblox ini menciptakan ekosistem yang aktif, di mana pengguna dapat menyesuaikan pengalaman bermain mereka sesuai dengan preferensi dan gaya masing-masing.

Seiring dengan meningkatnya interaksi pengguna dalam game, termasuk mahasiswa yang kini mulai aktif memainkan *game online* Roblox, muncul fenomena perilaku konsumtif, yakni kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tanpa batas, ditandai dengan perilaku membeli secara berlebihan dan tidak terencana (Chita et al., 2015), termasuk dalam konteks digital. Dalam *game online* Roblox, perilaku konsumtif ini tampak dari pembelian *item virtual* seperti pakaian *avatar*, aksesoris, efek khusus, dan fitur eksklusif lainnya. Meskipun secara fisik tidak memiliki nilai guna nyata, barang-barang digital ini memiliki nilai simbolik yang kuat dalam komunitas virtual, ketertarikan terhadap nilai simbolik inilah yang membuat perilaku konsumsi menjadi berulang, mereka membeli lagi dan lagi demi kepuasan serta status sosial yang bersifat semu. Bahkan mungkin terjadi juga dalam komunitas-komunitas game Roblox, termasuk yang dibentuk oleh mahasiswa, seperti Komunitas Rosblok UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Beberapa penelitian menunjukkan adanya hubungan antara *game online* dan perilaku konsumtif. Robbani et al., (2023) menemukan bahwa sistem *microtransaction* dalam *game online* mendorong mahasiswa Universitas Mataram melakukan pembelian impulsif demi kepuasan dan pengakuan sosial. Praing et al., (2023) menunjukkan bahwa kecanduan *game online* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja pemain Genshin Impact melalui kebiasaan *top-up* untuk karakter langka.

Sementara itu, Rachman & Ghozali, (2023) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif remaja Surabaya dalam membeli barang virtual lebih dipengaruhi oleh tren sosial daripada kebutuhan, sehingga bertentangan dengan prinsip *masalah* dalam Islam.

Meskipun penelitian mengenai perilaku konsumtif pada pengguna game online telah banyak dilakukan, kajian yang secara khusus mengangkat perilaku konsumtif dalam ekosistem game online Roblox, terutama dalam konteks komunitas yang dibentuk oleh mahasiswa, masih relatif terbatas. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian, mengingat belum banyak studi yang mengkaji bagaimana interaksi sosial dalam komunitas mahasiswa membentuk pola konsumsi item virtual di Roblox. Padahal, mahasiswa merupakan kelompok yang aktif berinteraksi di ruang digital sehingga memiliki peluang yang besar untuk mengalami dan mereproduksi praktik konsumsi digital dalam kehidupan sehari-hari. Temuan dari penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi kalangan akademik, orang tua, serta pihak terkait lainnya dalam memahami dinamika konsumsi digital di kalangan mahasiswa, sekaligus menjadi dasar pengembangan literasi finansial digital yang lebih baik di masa depan.

Dalam penelitian ini, komunitas Rosblok UIN Sunan Gunung Djati Bandung menjadi lokasi penelitian yang tepat karena merepresentasikan bentuk interaksi sosial mahasiswa di ruang digital melalui aktivitas bermain *game online* Roblox. *Game online* kini menjadi salah satu bentuk hiburan yang paling diminati generasi Z, termasuk mahasiswa, karena mampu menghadirkan pengalaman interaktif dan koneksi dengan pemain dari berbagai negara (F. D. Kurniawan & Suryadi, 2026). *Game online* Roblox, yang awalnya identik dengan pengguna anak dan remaja, kini juga banyak dipilih oleh mahasiswa karena menyediakan ruang berkreasi, sistem ekonomi virtual, serta lingkungan sosial yang luas melalui berbagai komunitas.

Dalam komunitas Rosblok UIN Sunan Gunung Djati Bandung, game online Roblox telah berkembang melampaui fungsi utamanya sebagai

media hiburan. Bagi para anggotanya, Roblox menjadi ruang sosial digital untuk membangun identitas, mengikuti perkembangan tren, memperluas relasi, serta mengekspresikan diri melalui kepemilikan berbagai item virtual. Kehadiran item virtual tidak lagi dipandang sekadar sebagai pelengkap permainan, tetapi telah menjadi simbol yang merepresentasikan citra, status, dan eksistensi dalam komunitas. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa aktivitas bermain Roblox turut membentuk pola konsumsi digital sekaligus memengaruhi dinamika interaksi sosial di kalangan mahasiswa.

Komunitas ini menjadi ruang yang mempertemukan mahasiswa dengan minat yang sama terhadap Roblox. Melalui komunitas ini, anggota secara aktif bertukar informasi mengenai permainan, berbagi pengalaman, melakukan transaksi Robux, serta berpartisipasi dalam berbagai aktivitas daring. Intensitas interaksi tersebut membentuk lingkungan sosial yang memungkinkan terjadinya pertukaran makna, penguatan preferensi, dan terbentuknya praktik konsumsi digital di antara para anggotanya. Oleh karena itu, komunitas ini menjadi konteks yang relevan untuk mengkaji bagaimana konsumsi item virtual berkembang sebagai bagian dari kehidupan sosial mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard, Baudrillard dalam Simanullang et al., (2026) menjelaskan bahwa dalam masyarakat pascamodern, barang tidak lagi dinilai berdasarkan fungsinya, melainkan berdasarkan makna simbolik yang melekat.

Penelitian ini penting dilakukan karena mengangkat fenomena konsumsi digital yang semakin dekat dengan kehidupan mahasiswa, namun masih relatif sedikit dikaji melalui perspektif sosiologi. Fokus penelitian tidak hanya diarahkan pada praktik pembelian item virtual, tetapi juga pada bagaimana pengguna memaknai kepemilikan barang digital, memberikan respons terhadap keberadaan item virtual, serta bagaimana proses tersebut membentuk perilaku konsumtif dalam kehidupan digital. Dengan demikian,

penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian sosiologi mengenai konsumsi di era digital sekaligus memberikan kontribusi dalam pengembangan literasi digital dan pengelolaan keuangan yang lebih bijaksana di kalangan mahasiswa.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan judul penelitian Perilaku Konsumtif Pengguna *Game online* Roblox (Penelitian pada Komunitas Rosblok UIN Sunan Gunung Djati Bandung), fenomena yang dikaji berfokus pada perilaku konsumtif mahasiswa dalam penggunaan dan pembelian item virtual di dalam *game online* Roblox.

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adanya perubahan pemaknaan terhadap item virtual dalam game online Roblox, di mana item tidak lagi dipandang sebagai kebutuhan fungsional, melainkan sebagai simbol identitas diri, eksistensi, dan pengakuan sosial di dalam komunitas.
2. Munculnya beragam respons anggota komunitas terhadap item virtual, baik dalam bentuk penilaian, ketertarikan, maupun cara memperlakukan pengguna yang memiliki item virtual tertentu, sehingga item virtual menjadi bagian dari proses interaksi sosial di dalam komunitas.
3. Perilaku konsumtif dalam pembelian item virtual berperan dalam membentuk status sosial serta menciptakan stratifikasi sosial secara tidak formal di dalam komunitas Rosblok UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
4. Adanya kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian item virtual secara berlebihan dan tidak terencana, yang didorong oleh kemudahan sistem transaksi digital, seperti top-up Robux, serta pengaruh budaya konsumsi digital dalam game online Roblox.
5. Kurangnya literasi dan kontrol dalam pengelolaan keuangan digital di kalangan mahasiswa menyebabkan pembelian item virtual cenderung dilakukan tanpa perencanaan yang matang, sehingga meningkatkan risiko perilaku konsumsi yang berlebihan.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah di paparkan di atas, rumusan masalah penelitian ini dapat dituliskan sebagai berikut:

1. Apa makna item virtual bagi anggota komunitas Rosblok UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam game online Roblox?
2. Bagaimana anggota komunitas Rosblok UIN Sunan Gunung Djati Bandung merespons item virtual dalam game online Roblox?
3. Bagaimana dampak perilaku konsumtif pengguna game online Roblox di komunitas Rosblok UIN Sunan Gunung Djati Bandung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini dapat dituliskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemaknaan item virtual dalam game online Roblox oleh anggota komunitas Rosblok UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Untuk mengetahui respons anggota komunitas Rosblok UIN Sunan Gunung Djati Bandung terhadap item virtual dalam game online Roblox.
3. Untuk mengetahui dampak perilaku konsumtif pengguna game online Roblox di komunitas Rosblok UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

E. Kerangka Berpikir

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan mengonsumsi berbagai bentuk hiburan. Salah satu bentuk media interaktif yang paling dominan adalah *game online*, yang kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana rekreasi, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup digital modern (Febriyanti et al., 2026). *Game online* menyediakan ruang bagi individu untuk berekspresi, berinteraksi sosial, serta membangun identitas diri secara virtual.

Game online Roblox merupakan salah satu *platform* yang paling menonjol karena menawarkan kebebasan bagi pengguna untuk menciptakan *avatar*, menjelajahi dunia virtual, serta melakukan transaksi melalui mata uang digital bernama Robux. Fitur kustomisasi *avatar* menjadi media bagi pengguna untuk menunjukkan jati diri, kreativitas, serta status sosial mereka di dunia maya. Paleczna, (2024) menjelaskan bahwa gaya identitas remaja memiliki korelasi dengan bagaimana mereka merancang *avatar*, karena *avatar* berfungsi sebagai sarana ekspresi diri, eksplorasi peran sosial, dan penyesuaian terhadap kelompok sosial tempat mereka berinteraksi.

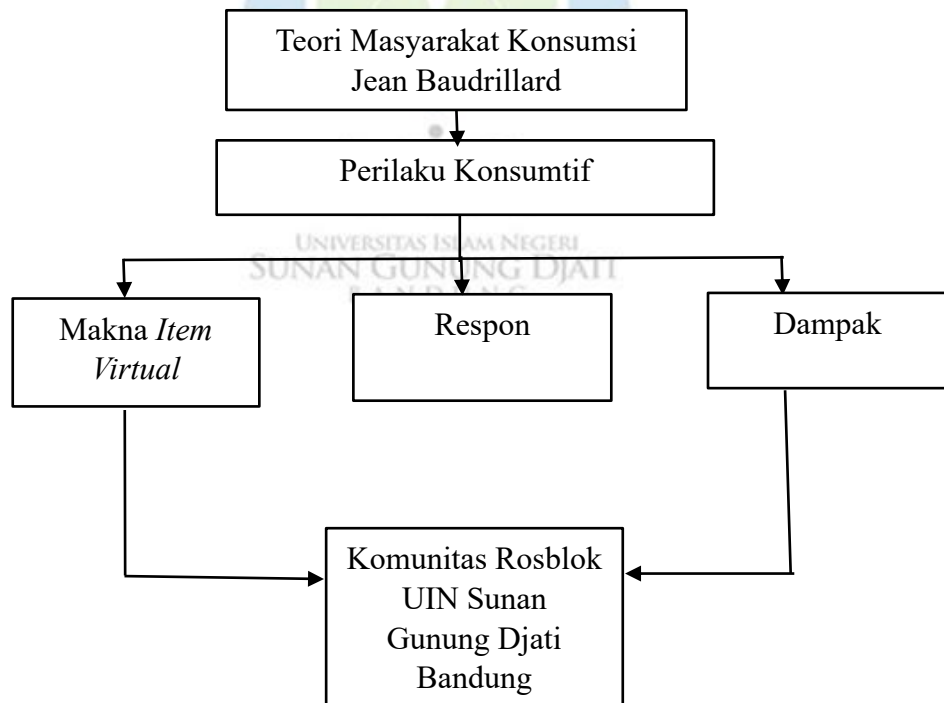
Dari sinilah muncul kecenderungan baru di mana ekspresi diri melalui *avatar* sering kali mendorong perilaku konsumtif di kalangan pemain. Perilaku konsumtif muncul sebagai fenomena sosial yang tidak hanya terjadi di dunia nyata, tetapi juga menjalar ke ruang digital. Menurut Melinda et al., (2022), perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan nilai guna dan kebutuhan rasionalnya. Dalam konteks digital, bentuk perilaku ini tampak dalam praktik *in-game purchase*, yaitu pembelian *item* atau *fitur* tambahan di dalam permainan.

Pada *game online* Roblox, perilaku konsumtif terlihat dari kebiasaan pengguna melakukan *top-up* Robux untuk membeli *item virtual* seperti kosmetik, aksesoris, atau fitur eksklusif yang sebenarnya tidak memengaruhi jalannya permainan secara signifikan, tetapi memberikan kepuasan emosional dan makna simbolik. Pembelian ini menunjukkan bahwa konsumsi dalam dunia virtual sering kali didorong oleh nilai sosial, citra, dan prestise, bukan oleh kebutuhan fungsional permainan.

Dalam komunitas Rosblok UIN Sunan Gunung Djati Bandung, pembelian *item virtual* pada *game online* Roblox tidak hanya dipandang sebagai aktivitas dalam permainan, tetapi juga memiliki makna tersendiri bagi setiap anggotanya. Makna yang dibangun terhadap *item virtual* kemudian memengaruhi bagaimana anggota komunitas merespons keberadaan maupun kepemilikan *item* tersebut dalam interaksi di

lingkungan komunitas. Beragam respons tersebut pada akhirnya berkaitan dengan munculnya perilaku konsumtif dalam pembelian item virtual. Perilaku konsumtif tersebut selanjutnya menimbulkan berbagai dampak, baik terhadap cara anggota memandang item virtual, pola interaksi dalam komunitas, maupun terbentuknya simbol prestise yang dapat memengaruhi posisi atau status sosial anggota di dalam komunitas Rosblok UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Secara teoritis, penelitian ini didasarkan pada Teori Konsumsi menurut Jean Baudrillard. Menurut Baudrillard dalam Simanullang et al., (2026), konsumsi dalam masyarakat modern tidak lagi berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dasar manusia, tetapi karena makna simbolik yang melekat padanya. Perilaku ini tampak ketika anggota komunitas tidak hanya membeli sesuatu karena fungsi atau kegunaannya, tetapi juga karena nilai simbolis yang dapat meningkatkan citra diri dan status sosial mereka di hadapan orang lain.



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki sejumlah kontribusi yang dapat dilihat dari dua sisi, yaitu manfaat akademis dan praktis:

1. Manfaat Akademis (Teoritis)

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur ilmiah dalam bidang sosiologi ekonomi, khususnya dalam kajian perilaku konsumtif di era digital yang berkaitan dengan aktivitas dalam *game online*. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi konseptual untuk pengembangan teori-teori yang membahas pola konsumsi digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi terhadap kajian perilaku digital generasi muda, khususnya mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada mahasiswa, khususnya anggota komunitas Rosblok UIN Sunan Gunung Djati Bandung, agar lebih memahami pola konsumsi mereka dalam bermain *game online*. Dengan begitu, mereka dapat lebih bijak dalam mengatur pengeluaran digital, serta mampu mengendalikan perilaku konsumtif yang tidak perlu. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat membantu mahasiswa dalam mengenali pengaruh lingkungan sosial terhadap kebiasaan belanja virtual mereka.

b. Bagi Institusi Pendidikan

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi bagi institusi pendidikan, khususnya di lingkungan UIN Sunan Gunung Djati Bandung, untuk memahami fenomena digital yang berkembang di kalangan mahasiswa. Institusi dapat merespons fenomena ini dengan menyusun program literasi digital atau seminar edukatif mengenai manajemen konsumsi digital yang sehat, sehingga mahasiswa tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang merugikan.

c. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini memberikan gambaran tentang bagaimana *game online* seperti Roblox dapat memengaruhi pola konsumsi generasi muda. Hal ini dapat menjadi perhatian bagi orang tua, maupun masyarakat luas agar lebih peduli terhadap perilaku digital anak muda, serta mendorong terciptanya lingkungan sosial yang mendukung penggunaan teknologi secara sehat dan bertanggung jawab.

