

PERILAKU KONSUMTIF PEMAIN *MOBILE LEGENDS*

(Studi Pada Komunitas *Mobile Legends: Bang-Bang* UIN Walisongo Semarang)

Skripsi

Program Sarjana (S-1)

Jurusan Sosiologi



Disusun Oleh :

Bakti Satria Nugroho

2106026232

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2025

NOTA PEMBIMBING

Lamp. :

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi/ Proposal Skripsi

Kepda.
Yth. Dekan FISIP
UIN Walisongo Semarang
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengoreksi, dan memperbaiki sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa proposal skripsi/ skripsi saudara/i:

Nama : Bakti Satria Nugroho

NIM : 2106026232

Jurusan : Sosiologi

Judul Skripsi : Perilaku Konsumtif Pemain Mobile Legends (Studi Pada Komunitas MLBB UINWS Kota Semarang)

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang,
Pembimbing,



NIP/NIDN

198207132023211011

SKRIPSI
PERILAKU KONSUMTIF PEMAIN *MOBILE LEGENDS* (STUDI PADA
KOMUNITAS *MOBILE LEGENDS*: BANG-BANG UIN WALISONGO
SEMARANG)

Disusun oleh:
Bakti Satria Nugroho
2106026232

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi pada tanggal 24 Juni 2025 dan dinyatakan
lulus.

Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang

Kaisar Atmaja, M.A.
NIP. 198207132023211011

Penguji I

Dr. Moh. Khasan, M.Ag.
NIP. 197412122003121004

Penguji II

Endang Supriadi, M.A.
NIP. 198909152023211030

Pembimbing I

Kaisar Atmaja, M.A.
NIP. 198207132023211011

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya Bakti Satria Nugroho dengan ini memberikan pernyataan bahwa skripsi dengan judul “*Perilaku Konsumtif Pemain Mobile Legends (Studi Pada Komunitas Mobile Legends Bang-Bang UIN Walisongo Semarang)*” merupakan hasil dari penelitian saya sendiri dan tidak ada sangkutpaut dengan karya penulisan milik orang lain atau dari pihak manapun. Penelitian skripsi ini diperoleh dari hasil penelitian yang peneliti lakukan di Komunitas MLBB UIN Walisongo Semarang dan terdapat beberapa sumber yang ditulis dalam daftar pustaka.

Semarang, 13 Juni 2025

Penulis

Bakti Satria Nugroho

NIM 2106026232

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil alamin segala puji bagi Allah SWT karena berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Perilaku Konsumtif Pemain *Mobile Legends* (Studi Pada Komunitas *Mobile Legends* Bang-Bang UIN Walisongo Semarang)” tepat waktu dan tanpa ada halangan sesuatu yang berat, serta tidak lupa pula shalawat serta salam, penulis panjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Penulis sadar bahwa pada penulisan skripsi milik penulis masih jauh dari kata sempurna dan masih ada beberapa hal yang tentunya perlu diperbaiki. Penulisan skripsi ini tentunya tidak akan berjalan dengan lancar apabila tidak ada dukungan dari berbagai pihak yang terus memberikan semangat. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini, izinkan penulis untuk menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Walisongo Semarang Prof. Dr. Nizar, M.Ag. yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mencari ilmu dan menyelesaikan pendidikan pada program studi sosiologi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Walisongo Semarang, Bapak Prof. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag.
3. Ketua Jurusan Sosiologi FISIP UIN Walisongo Semarang, Ibu Naili Ni'matul Illiyyun, M.A.
4. Dosen pembimbing skripsi penulis, yaitu Bapak Kaisar Atmaja, M.A. yang telah memberikan ilmu, saran, arahan saat melakukan bimbingan serta dorongan untuk menyelesaikan skripsi milik penulis dengan tepat waktu.
5. Segenap jajaran dosen FISIP UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan banyak ilmu untuk penulis sehingga penulis dapat mengimplementasikan ilmu-ilmunya untuk menulis skripsi milik penulis kali ini.
6. Selanjutnya, dua tercinta yaitu orang tua terhebat, yakni Bapak Anas Susilo dan Ibu Eko Wanti. Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga atas semangat, dukungan, doa, dan motivasi yang telah diberikan. Tanpa mereka, penulisan skripsi ini mungkin tidak akan berjalan dengan lancar. Terima kasih telah menjadi tempat pulang yang selalu dirindukan. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga dan melimpahkan keberkahan kepada Ibu dan Bapak di setiap waktu.
7. Kakak, Bu Lek dan kerabat dekat, yang terdiri dari Mbak Via dan Bu Lek Yuyun yang telah memberikan doa, dukungan, serta motivasi kepada penulis, sehingga proses penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar. Terima kasih atas segala perhatian dan semangat yang diberikan.
8. Hilmy, Safira, Ansol, Indras, dan Alisa yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan selama proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih atas segala perhatian dan motivasi yang diberikan. Semoga Hilmy dan teman-teman selalu diberi kelancaran dan kemudahan dalam segala urusannya.

9. Sahabat-sahabat penulis, yaitu Farcha, Ahdan, Ajis, Ansol, Rian, Nuril yang telah menjadi sumber obat lelah dan hiburan selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta tawa yang telah menemani perjalanan ini.
10. Teman-teman grup roblok yang telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis di perkuliahan.
11. Para informan yang sudah bersedia dan meluangkan waktunya untuk diwawancara sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Terakhir, terima kasih kepada Bakti Satria Nugroho, diri saya sendiri, yang telah berjuang dan bekerja keras sampai detik ini. Mari terus berbahagia dan bekerjasama untuk berkembang menjadi pribadi yang jauh lebih baik lagi.

Sekian ucapan terima kasih yang penulis sampaikan. Penulis juga memohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan maupun kesalahan. Akhir kata, terima kasih atas perhatian yang diberikan, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 13 Juni 2025

Penulis,
Bakti Satria Nugroho
NIM. 2106026232

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini dengan lancar. Skripsi ini peneliti persembahkan kepada kedua orang tua peneliti yaitu Bapak Anas Susilo dan Ibu Eko Wanti, yang telah memberikan dukungan penuh, memberikan kepercayaan maksimal untuk peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi. Terima kasih untuk semua pengorbanan dan perjuangannya. Di balik semua keberhasilan peneliti, ada doa Ayah, dan Ibu yang senantiasa mengiringi.

Selanjutnya, skripsi ini peneliti persembahkan kepada Almamater di Prodi kebanggaan yaitu Prodi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menuntut ilmu.

MOTTO HIDUP

“Jangan pernah merasa diri kita lebih baik dari orang lain.”

(Gus Baha)

ABSTRAK

Perilaku konsumtif pada pemain *Mobile Legends* Bang-Bang (MLBB) di Komunitas MLBB Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (UIN Walisongo) merefleksikan pola konsumsi yang lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti pola dan faktor pendorong perilaku konsumtif di kalangan pemain MLBB UIN Walisongo Kota Semarang. Adapun rincian permasalahan yang diungkap adalah bagaimana perilaku konsumtif pemain *Mobile Legends* pada Komunitas MLBB UIN Walisongo dan faktor-faktor yang mendorong terjadinya perilaku konsumtif pada komunitas MLBB UIN Walisongo.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan metode kualitatif menggunakan pendekatan deskriptif untuk mendalami perilaku konsumtif yang dilakukan oleh pemain pada komunitas MLBB UIN Walisongo. Data dikumpulkan melalui observasi dengan teknik wawancara terstruktur dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Simulasi dan Hiperrealitas Jean Baudrillard dengan asumsi bahwa masyarakat kontemporer didominasi oleh tanda yang menggantikan realitas aslinya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor utama yang mendorong perilaku konsumtif meliputi daya tarik visual item eksklusif, kebutuhan status sosial dalam komunitas, tekanan teman sebaya, serta pengaruh iklan digital dan media sosial yang membentuk kebutuhan artifisial. Selain itu, komunitas MLBB UIN Walisongo juga mengembangkan aktivitas ekonomi kreatif seperti layanan pembelian mata uang dalam *game*, yang memperkuat dinamika perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Fenomena perilaku konsumtif di komunitas MLBB UIN Walisongo mencerminkan konsep simulasi, simulakra, dan hiperrealitas Jean Baudrillard, di mana dunia virtual MLBB telah membentuk realitas baru yang lebih dominan daripada kehidupan nyata, dengan identitas, status sosial, dan prestise dibangun melalui kepemilikan item virtual serta partisipasi turnamen; media sosial seperti TikTok, YouTube, dan Instagram memperkuat daya tarik item eksklusif dengan menyebarkan konten promosi dan trend visual yang membangun keinginan serta ekspektasi pemain, sehingga perilaku konsumtif dan budaya konsumerisme semakin mengakar, menjadikan nilai simbolik item virtual lebih penting daripada nilai gunanya, serta menjadi sarana utama pembentukan identitas dan pengakuan sosial di komunitas.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, Simulasi, Hiperrealitas, MLBB UIN Walisongo

ABSTRACT

Consumptive behavior among Mobile Legends Bang-Bang (MLBB) players in the MLBB Community of UIN Walisongo Semarang reflects modern consumption patterns that are more driven by desires than needs, so researchers are interested in examining the patterns and factors driving consumptive behavior among MLBB players of UIN Walisongo Semarang City. The details of the problems revealed are how the consumptive behavior of Mobile Legends players in the MLBB Community of UIN Walisongo and the factors that drive consumptive behavior in the MLBB Community of UIN Walisongo.

This study uses a type of field research and the method used is a qualitative method with a descriptive approach to explore the consumer behavior carried out by players in the MLBB UIN Walisongo community. Data were collected through observation with structured interview techniques and documentation. In the process, researchers conducted interviews with 8 informants. The theory used in this study is Jean Baudrillard's simulation and hyperreality theory with the assumption that contemporary society is dominated by signs and symbols that replace their original reality.

This study concludes that the main factors driving consumer behavior include the visual appeal of exclusive items, the need for social status in the community, peer pressure, and the influence of digital advertising and social media that form artificial needs. In addition, the MLBB UIN Walisongo community also develops creative economic activities such as in-game currency purchasing services, which strengthen the dynamics of consumer behavior among students. The phenomenon of consumer behavior in the MLBB UIN Walisongo community reflects Jean Baudrillard's concept of simulation, simulacra, and hyperreality, where the virtual world of MLBB has formed a new reality that is more dominant than real life, with identity, social status, and prestige built through ownership of virtual items and tournament participation; social media such as TikTok, YouTube, and Instagram strengthen the appeal of exclusive items by spreading promotional content and visual trends that build player desires and expectations, so that consumer behavior and consumerism culture are increasingly rooted, making the symbolic value of virtual items more important than their utility value, and becoming the main means of forming identity and social recognition in the community.

Keywords: *Consumer Behavior Simulation, Hyperreality, MLBB UIN Walisongo*

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO HIDUP	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	1
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Tinjauan Pustaka	5
F. Kerangka Teori	8
G. Metode Penelitian.....	12
F. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Masyarakat Konsumen Jean Baudrillard....	18
A. Perilaku Konsumtif, <i>Mobile Legends</i> : Bang-Bang, Komunitas, Perilaku Konsumtif dalam Prespektif Isam, serta teori simulasi dan hiperrealitas Jean Baudrillard.	18
1. Perilaku Konsumtif	18
2. <i>Mobile Legends</i> : Bang-Bang.....	22
3. Komunitas	25
B. Teori Simulasi dan Hiperrealitas Jean Baudrillard	32
1. Biografi Jean Baudrillard.....	32
2. Konsep Teori	33
3. Asumsi Dasar	35
4. Kata Kunci.....	35

BAB III Komunitas <i>Mobile Legends</i>: Bang-Bang UIN Walisongo Semarang	39
A. Gambaran Umum dan Profil UIN Walisongo Semarang	39
1. Letak Geografis UIN Walisongo Semarang.....	39
2. Sejarah UIN Walisongo Semarang	41
3. Visi, Misi, dan Tujuan UIN Walisongo Semarang	45
4. Struktur Organisasi UIN Walisongo Semarang	47
B. Gambaran Umum dan Profile Komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang.	48
1. Sejarah Komunitas MLBB UIN Walisongo.....	48
2. Visi, Misi, dan Tujuan.....	49
3. Struktur Organisasi.....	50
4. Aktivitas Komunitas MLBB UIN Walisongo.....	51
5. Jaringan dan Sumber Dana.....	51
BAB IV Perilaku Konsumtif Pemain <i>Mobile Legends</i> pada Komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang.....	54
A. Simulasi Pemain pada Komunitas MLBB UIN Walisongo dalam Turnamen	54
B. Tindakan Hiperrealitas Pemain pada Komunitas MLBB UIN Walisongo	58
C. Pembelian Item Eksklusif <i>In-game</i> sebagai Bentuk Simulakra Pemain pada Komunitas MLBB UIN Walisongo	59
D. Budaya Konsumerisme Pemain pada Komunitas MLBB UIN Walisongo	63
BAB V Faktor yang Mendorong Perilaku Konsumtif Pemain pada Komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang.....	67
A. Media Sosial dalam Meningkatkan Daya Tarik Item Eksklusif Pemain MLBB UIN Walisongo.....	67
B. Status Sosial Pemain di Komunitas MLBB UIN Walisongo.....	76
BAB VI PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	85
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	87

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk membeli atau mengonsumsi barang secara berlebihan tanpa mempertimbangan rasional atau kebutuhan yang jelas (Sumartono, 2002). Perilaku konsumtif juga dapat dipahami sebagai kecenderungan individu untuk membeli barang atau jasa secara berlebihan, sering kali melampaui kebutuhan dasar atau kemampuan finansial mereka (Pratama & Sari, 2020). Dalam konteks *Mobile Legends Bang-Bang* (MLBB) perilaku ini dapat terlihat dari praktik-praktik konsumsi oleh pemain dalam bentuk pembelian item eksklusif yang sebenarnya tidak mempengaruhi performa permainan secara signifikan. Perilaku ini tidak hanya mempengaruhi ekonomi personal, tetapi juga berdampak luas pada dinamika sosial dan lingkungan. Akar dari perilaku konsumtif dapat ditelusuri dari berbagai faktor. Salah satunya adalah pengaruh globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, yang telah memperluas akses terhadap berbagai produk dan layanan dari seluruh dunia (Wijaya et al., 2021). Media sosial dan iklan digital yang semakin agresif juga berperan besar dalam membentuk persepsi dan keinginan konsumen, seringkali menciptakan kebutuhan artifisial yang mendorong pembelian impulsif.

Penelitian seputar tema perilaku konsumtif pemain MLBB tentunya sudah banyak dikaji oleh beberapa peneliti, salah satunya oleh Ardhiyansyah, dkk (2021). Penelitian yang dilakukan oleh Ardhiyansyah, dkk (2021) memberikan wawasan mendalam mengenai berbagai aspek yang berperan dalam proses pengambilan keputusan pemain untuk membeli skin pada MLBB. Studi tersebut mengeksplorasi beberapa faktor kunci yang mempengaruhi perilaku pembelian, termasuk bagaimana pemain merasakan kenikmatan saat bermain, potensi peningkatan kemampuan karakter melalui skin, daya tarik visual dari item-item tersebut, serta tingkat kepuasan pemain terhadap pengalaman bermain *game* secara keseluruhan. Selain itu, daya tarik visual dari skin juga menjadi fokus penelitian. Mereka menilai bagaimana desain, animasi, dan efek khusus dari item-item tersebut mempengaruhi minat pembelian pemain. Temuan-temuan ini tentunya memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang motivasi dibalik transaksi dalam *game* dan

dapat membantu pengembang dalam merancang strategi monetisasi yang lebih efektif sekaligus meningkatkan pengalaman bermain bagi para pemain.

Penelitian yang akan dilakukan ini adalah penelitian terkait perilaku konsumtif pemain pada komunitas MLBB UIN Walisongo Semarang. Komunitas MLBB UIN WS merupakan sebuah kelompok mahasiswa di Universitas Islam Negeri (UIN) yang memiliki ketertarikan bersama terhadap permainan MLBB. Berdasarkan penuturan dari salah satu anggota komunitas MLBB UIN Walisongo menyatakan bahwa komunitas ini terdiri dari pemain MLBB yang berjumlah 193 orang dengan pemain aktif berjumlah 50 pemain, yang setiap anggotanya dibagi menjadi beberapa tim dengan jumlah masing-masing tim adalah 5 orang atau lebih, di mana 23 di antaranya menunjukkan memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif dalam pembelian item eksklusif. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil informan sebanyak 8 pemain yang merupakan dalam komunitas MLBB UIN Walisongo yang mengorbankan kebutuhan primer mereka demi membeli item eksklusif. Peneliti tertarik untuk meneliti seputar komunitas MLBB UIN Walisongo Semarang karena adanya keselarasan dengan misi UIN Walisongo Semarang, yaitu mengembangkan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala Regional, Nasional dan Internasional. Berdasarkan penuturan ketua umum komunitas MLBB UIN Walisongo, sejak akhir tahun 2019 komunitas ini telah melakukan kerjasama dengan pengembang game tersebut, yaitu Moonton. Hal ini dapat terlihat dari kegiatan rutin yang dilakukan oleh komunitas setiap minggu, dimana sumber dana yang diperoleh oleh komunitas untuk menyelenggarakan turnamen berasal dari Moonton. Dengan demikian, hal ini menarik perhatian mahasiswa untuk bergabung dengan komunitas MLBB UIN Walisongo.

Hasil obeservasi sementara peneliti menunjukan bahwa pemain pada komunitas MLBB UIN Walisongo memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif tersebut tampak pada pembelian item eksklusif yang terdapat pada *Mobile Legends* Bang-Bang, dengan alasan daya tarik item eksklusif dari desain, animasi, dan efek khusus yang diberikan lebih menarik, serta adanya tekanan untuk tampil lebih keren dengan membeli item eksklusif yang terdapat di dalam *game*, untuk memperoleh item eksklusif yang di inginkan pemain harus melakukan sistem *gacha*, artinya item eksklusif yang akan diperoleh akan bersifat acak dan tidak dapat diprediksi. Pemain sering kali rela mengesampingkan kebutuhan primer, misalnya kebutuhan makan sehari-hari atau

kebutuhan pembayaran kos mereka demi membelanjakan item eksklusif, karena jangka waktu dari item eksklusif yang terbatas sehingga secara tidak langsung hal tersebut mendorong para pemain pada komunitas MLBB UIN Walisongo membeli item eksklusif. Kemudian terdapat sebuah turnamen MLBB yang diselenggarakan oleh Komunitas MLBB UIN Walisongo yang bahwasanya setiap tim yang akan berpartisipasi dalam turnamen tersebut harus melakukan biaya pendaftaran dengan kapasitas yang diberikan kepada setiap tim terbatas. Maka dari itu mereka yang berpartisipasi dalam turnamen tersebut, bisa dikatakan melakukan praktik-praktik konsumtif karena terdapat biaya pendaftaran untuk setiap tim yang akan berpartisipasi.

Hasil observasi sementara peneliti mengungkapkan adanya fakta sosial yang menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dalam konteks *Mobile Legends* Bang-Bang. Perilaku konsumtif ini tampak jelas kebiasaan pemain pada komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang yang sering melakukan pembelian item eksklusif, dengan cara melakukan pembelian *diamond* dengan melalui sistem *gacha*, artinya skin yang akan diperoleh bersifat acak. Pembelian *diamond* yang dilakukan oleh pemain MLBB UIN Walisongo yaitu melalui layanan pembelian *diamond* yang disediakan oleh komunitas MLBB UIN Walisongo, artinya terdapat sebuah platform milik komunitas MLBB UIN Walisongo yang menyediakan layanan pembelian *diamond* untuk membeli item eksklusif yang diinginkan dalam *game*. Kemudahan bertransaksi dalam pembelian *diamond* menjadi alasan mengapa pemain pada komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang terus melakukan praktik-praktik konsumtif. Meskipun pembelian tersebut tidak memberikan dampak signifikan terhadap performa permainan, pemain tetap terdorong untuk memilikinya demi kepuasan pribadi atau alasan estetika. Penelitian mengenai *Mobile Legends* Bang-Bang menarik untuk diteliti karena, popularitas game ini menjadi salah satu permainan daring bergenre *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA), yang telah memperoleh tingkat popularitas yang sangat tinggi di Indonesia, khususnya di kalangan remaja dan pelajar. Data dari Google Play Store hingga pertengahan tahun 2025 menunjukkan bahwa aplikasi ini telah diunduh lebih dari 500 juta kali, serta memperoleh peringkat 4,1 dari skala 5 berdasarkan lebih dari 35 juta ulasan pengguna. Adanya tingkat unduhan dan penilaian yang signifikan ini menegaskan daya tarik besar permainan tersebut bagi pengguna perangkat seluler, terutama pada kelompok usia muda.

Perilaku konsumtif di kalangan pemain pada Komunitas MLBB UIN Walisongo mencerminkan fenomena yang lebih luas dalam masyarakat modern. Didefinisikan sebagai kecenderungan untuk membeli atau mengonsumsi barang secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional, perilaku ini terlihat jelas dalam praktik-praktik pembelian item eksklusif serta keterlibatan dalam turnamen berbayar. Meskipun pembelian ini sering kali tidak mempengaruhi performa permainan secara signifikan, pemain terdorong oleh faktor-faktor seperti daya tarik visual, status sosial dalam komunitas *game*, dan keinginan untuk meningkatkan pengalaman bermain (Ardhiyansah, dkk 2021). Daya tarik visual dari item eksklusif menawarkan kepuasan yang sulit diabaikan oleh pemain pada komunitas MLBB UIN Walisongo untuk terus melakukan praktik-praktik perilaku konsumtif. Sementara itu kepemilikan item eksklusif yang dimiliki pemain serta keterlibatan dalam turnamen berbayar sering kali dipandang sebagai simbol status sosial dalam komunitas *game* atau teman sebayanya.

Berdasarkan penggambaran latar belakang di awal maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pola-pola praktik konsumtif yang dilakukan oleh pemain MLBB UIN Walisongo Kota Semarang dan apa saja faktor yang mendorong pemain pada komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang melakukan praktik-praktik konsumsi. Adapun masalah yang ingin diteliti dalam penelitian terumuskan dalam rumusan masalah berikut ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka mendapatkan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana perilaku konsumtif pemain *Mobile Legends* pada Komunitas MLBB UIN Walis Kota Semarang?
2. Apa saja pola yang mendorong faktor terjadinya perilaku konsumtif pemain *Mobile Legends* pada Komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang?

C. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah didapatkan, maka penelitian bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui perilaku konsumtif pemain *Mobile Legends* pada Komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang.
2. Untuk mengetahui pola yang mendorong faktor terjadinya perilaku konsumtif pemain *Mobile Legends* pada MLBB UIN Walisongo Kota Semarang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian dapat memperkaya kajian teori mengenai perilaku konsumtif, khususnya dalam konteks pembelian virtual item misalnya skin, hero, dan item lainnya. Hasil penelitian dapat digunakan untuk mengembangkan model konseptual baru yang menjelaskan hubungan antara perilaku konsumtif, interaksi sosial, dan dinamika komunitas dalam ekosistem permainan seluler.

2. Manfaat Praktis

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat digunakan para pengambil kebijakan untuk merancang regulasi yang lebih efektif terkait transaksi dalam permainan dan perlindungan konsumen di industri permainan seluler. Temuan penelitian dapat digunakan untuk mengembangkan materi edukasi yang meningkatkan literasi digital dan keuangan di kalangan pemain permainan seluler, khususnya terkait dengan pengelolaan pengeluaran dalam permainan.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka ini berfokus pada pembahasan mengenai praktik-praktik perilaku konsumtif pemain MLBB UIN Walisongo di Kota Semarang. Maka dari itu peneliti akan mengkaji beberapa penelitian terdahulu dengan topik yang sama sehingga penulis dapat mengetahui perbedaan penelitian yang akan dikaji dengan penelitian terdahulu. Di bawah ini penulis mengelompokan penelitian menjadi dua topik, sebagai berikut.

1. Perilaku Konsumtif

Penelitian mengenai perilaku konsumtif juga pastinya sudah banyak diteliti oleh peneliti terdahulu, misalnya Alamanda (2018), Mursidin, dkk (2019), Rusydh (2017), Rasyid (2019).

Penelitian oleh Alamanda (2018), hasil penelitian ini menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif. Aspek aktivitas

menjadi aspek yang paling mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda. Penelitian yang dilakukan oleh Mursidin (2019) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi. Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa dapat membantu mereka mengatur kebutuhannya terhadap barang dan jasa yang akan dikonsumsi dalam jangka waktu tertentu.

Penelitian oleh Indy Daniastri Rusyda (2017), hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa. Artinya, semakin rendah tingkat pengetahuan dan pemahaman siswa mengenai literasi keuangan, maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Penelitian oleh Rasyid (2019), penelitian ini menemukan bahwa keinginan remaja untuk membeli suatu produk seringkali mengakibatkan seseorang membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal ini dapat dilihat dari pembelian produk oleh remaja yang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi untuk meniru orang lain agar mereka tidak berbeda dengan anggota kelompoknya dan tetap menjaga eksistensinya. Pada penelitian ini tentunya terdapat sebuah perbedaan dengan penelitian sebelumnya, kebaruan pada penelitian ini yaitu peneliti akan mengkaji fenomena praktik-praktik konsumtif yang dilakukan pemain *Mobile Legends* pada komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang.

2. *Mobile Legends*

Penelitian terdahulu mengenai pembahasan dengan tema *Mobile Legends*: Bang-Bang tentunya sudah banyak dikaji sebelumnya, contohnya penelitian yang dilakukan oleh Sudharto (2018), Wahyudy (2020), Delvikarani (2019), Morata & Fulay (2024).

Sudharto (2018) melakukan penelitian tentang perubahan pola komunikasi dan ketergantungan terhadap *game Mobile Legends* di kalangan mahasiswa Universitas Sumatera Utara. Hasil penelitian menunjukkan adanya perubahan pola komunikasi seperti berkurangnya komunikasi dengan orang sekitar dan timbulnya ketergantungan terhadap *game* tersebut. Wahyudy (2020) meneliti fenomena *game online Mobile Legends* di Pekanbaru dengan studi kasus pada komunitas Avatars

Squad. Penelitian ini mengungkapkan motif bermain *game Mobile Legends* yang terdiri dari motif masa lalu (hobi, tren, pengaruh teman, hiburan) dan motif masa depan (popularitas dan penghargaan).

Delvikarani (2019) mengkaji pola komunikasi interpersonal orang tua terhadap anak remaja dalam mengatasi kecanduan *game online Mobile Legends* di Komplek Kenten Azhar, Palembang. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Morata & Fulay (2024) meneliti dampak bermain *Mobile Legends* terhadap kinerja akademik siswa SMP dan SMA di J.P. Laurel High School. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bermain *Mobile Legends* tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai Matematika siswa. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini berfokus pada keterkaitan antara pemain *Mobile Legends* pada komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang dengan fenomena perilaku konsumtif.

3. Komunitas MLBB UIN WALISONGO

Penelitian terdahulu yang membahas mengenai komunitas MLBB UIN Walisongo tentunya sudah banyak dikaji sebelumnya, contohnya penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2023), Jamaludin (2021), dan Putri (2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Wardani(2023) mengenai Dampak ekonomi kreatif *game online* untuk meningkatkan penghasilan pengguna ditinjau dari segi perspektif Islam : studi kasus: komunitas *gamers mobile*

Penelitian yang dilakukan oleh Jamaludin (2021) mengkaji mengenai Representasi *Gamers* di Purwoyoso Community (Kajian Fenomenologi Tentang Komunitas *Mobile Legends* Bang Bang di Purwoyoso Semarang). Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Putri (2023) membahas mengenai Solidaritas Sosial Komunitas Pemain *Game Online Mobile Legends* Di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Tahun 2021-2023. Pada penelitian ini mengkaji mengenai bagaimana perilaku konsumtif yang dilakukan oleh pemain *Mobile Legends* pada komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang yang melakukan praktik-praktik konsumtif. Fenomena tersebut dapat dilihat melalui pembelian skin atau item premium.

F. Kerangka Teori

1. Definisi Konseptual

a. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai pola perilaku individu dalam mengonsumsi barang atau jasa yang cenderung berlebihan, tidak rasional, dan lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan (Fromm, 1995). Karakteristik utama perilaku ini meliputi pembelian yang impulsif, tidak terencana, dan seringkali tidak mempertimbangkan aspek fungsional atau nilai guna dari produk yang dibeli (Sumartono, 2002).

Lebih lanjut, perilaku konsumtif dapat dipahami sebagai tindakan membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Hal ini seringkali termanifestasi dalam pembelian produk-produk yang sebenarnya kurang atau bahkan tidak diperlukan (Lina & Rosyid, 1997).

Dalam konteks sosial-psikologis, perilaku konsumtif juga dapat dilihat sebagai bentuk kompensasi psikologis, di mana individu menggunakan konsumsi sebagai sarana untuk meningkatkan citra diri, status sosial, atau sebagai upaya untuk mengatasi kecemasan dan ketidakpuasan dalam aspek-aspek kehidupan lainnya (Baudrillard, 1998).

b. *Mobile Legends* : Bang-Bang

MLBB adalah sebuah permainan video seluler yang termasuk dalam genre *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA). Dikembangkan dan diterbitkan oleh Moonton, MLBB dirilis pada tahun 2016 dan dengan cepat menjadi salah satu *game* mobile paling populer di dunia, terutama di kawasan Asia Tenggara (Rachmasari, 2022).

Permainan ini menampilkan pertarungan tim 5 lawan 5 dalam arena virtual, di mana setiap pemain mengendalikan karakter unik yang disebut "hero" dengan kemampuan khusus. Tujuan utama permainan adalah menghancurkan struktur pusat atau "Crystal" dari markas tim lawan sambil mempertahankan markas sendiri (Situmorang, 2023).

MLBB menawarkan berbagai mode permainan, sistem peringkat, dan fitur sosial yang memungkinkan pemain untuk berkomunikasi dan berkolaborasi. Permainan ini juga mencakup elemen strategi yang kompleks, termasuk pemilihan hero, pengembangan item, dan taktik tim (Listyantono, 2022).

Dengan desain yang dioptimalkan untuk perangkat seluler, MLBB menawarkan pengalaman bermain yang mudah diakses namun mendalam, menjadikannya pilihan populer di kalangan pemain kasual dan kompetitif. Popularitas *game* ini telah mendorong perkembangan turnamen e-sports resmi dan komunitas pemain yang aktif di seluruh dunia (Merhi, 2016).

c. Komunitas MLBB UIN WALISONGO

Komunitas *Mobile Legends* UIN Walisongo merupakan sekelompok mahasiswa di Universitas Islam Negeri Walisongo yang memiliki ketertarikan bersama terhadap permainan daring *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB). Kelompok ini terbentuk atas dasar minat dan hobi yang sama dalam bermain MLBB, serta keinginan untuk berinteraksi dan membangun hubungan sosial melalui aktivitas bermain *game* bersama (Wardani, 2023). Anggota komunitas ini terlibat dalam berbagai kegiatan terkait MLBB, seperti turnamen, pertemuan rutin, dan diskusi strategi permainan. Melalui interaksi yang intens baik secara daring maupun luring, komunitas ini mengembangkan ikatan sosial, solidaritas, dan identitas kolektif di antara para anggotanya (Jamaludin, 2021). Keberadaan komunitas ini juga berfungsi sebagai wadah bagi mahasiswa UIN Walisongo untuk mengekspresikan diri, mengembangkan keterampilan, dan membangun jaringan sosial di luar konteks akademik formal.

2. Teori Simulasi dan Hiperrealitas Jean Baudrillard

a. Konsep

Menurut Baudrillard mengenai masyarakat konsumsi, dimana individu mengonsumsi bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk mengonstruksi identitas dan status sosial mereka. Konsumsi menjadi cara untuk membedakan diri dan menunjukkan posisi dalam hierarki sosial. Selanjutnya Baudrillard mengemukakan bahwa dalam masyarakat kontemporer, kita semakin hidup dalam dunia tiruan. Simulasi ini merujuk pada proses di mana

representasi atau tanda-tanda menggantikan kenyataan yang sebenarnya. Dalam pandangan Baudrillard, simulasi bukan sekadar imitasi atau tiruan dari sebuah kenyataan, melainkan penciptaan kenyataan baru yang tidak lagi memiliki referensi pada kenyataan asli (Baudrillard, 1998). Proses simulasi ini terjadi melalui beberapa tahap:

- 1) Refleksi realitas dasar
- 2) Penyembunyian dan perversi realitas dasar
- 3) Penyembunyian ketiadaan realitas dasar
- 4) Tidak ada hubungan sama sekali dengan realitas apapun

Dalam tahap terakhir, simulasi menjadi simulakrum murni, di mana tanda-tanda dan representasi tidak lagi mengacu pada realitas apapun, melainkan hanya pada dirinya sendiri (Baudrillard, 1998).

Konsep hiperrealitas erat kaitannya dengan simulasi. Hiperrealitas merujuk pada kondisi di mana kenyataan telah digantikan oleh sebuah tiruan sedemikian rupa sehingga batas antara yang nyata dan yang semu menjadi kabur (Merrin, 2005). Dalam dunia hiperrealitas, representasi atau citra menjadi lebih "nyata" daripada kenyataan itu sendiri.

Baudrillard berpendapat bahwa dalam masyarakat konsumen modern, kita dikelilingi oleh tanda, simbol, dan citra yang menggambarkan realitas sedemikian rupa sehingga realitas itu sendiri menjadi termodifikasi. Akibatnya, kita semakin sulit membedakan antara yang asli dan yang palsu, antara realitas dan fantasi (Pawlett, 2007).

b. Asumsi Dasar

Baudrillard berpendapat bahwa masyarakat kontemporer didominasi oleh tanda yang menggantikan realitas. Dalam pandangan ini, pengalaman manusia semakin banyak dimediasi oleh representasi daripada interaksi langsung dengan realitas (Hegarty, 2004). Baudrillard berpendapat bahwa konsumsi tidak lagi didasarkan pada kebutuhan fungsional, melainkan pada nilai simbolik dan tanda yang melekat pada barang-barang konsumsi. Dalam masyarakat konsumsi, individu mengonsumsi bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk mengonstruksi identitas dan status sosial mereka.

c. Kata Kunci

Jean Baudrillard mengkonsepkan pemikirannya mengenai perilaku konsumtif, berikut ini kata kunci teori dari teori tersebut :

- 1) Simulasi: Proses pembentukan realitas buatan dibentuk melalui tanda dan citra yang menggantikan realitas asli. Simulasi dalam pemikiran Baudrillard merupakan fenomena kompleks yang menandai pergeseran fundamental dalam cara kita memahami dan berinteraksi dengan realitas. Konsep ini menggambarkan proses di mana representasi, atau tanda-tanda, tidak lagi sekadar mencerminkan atau menggambarkan realitas, tetapi justru menggantikannya secara total (Baudrillard, 1994). Dalam era simulasi, model-model dan citra-citra yang diciptakan menjadi lebih "nyata" daripada kenyataan itu sendiri, membentuk apa yang Baudrillard sebut sebagai "hiperrealitas".
- 2) Hiperrealitas: Kondisi di mana realitas yang disimulasikan menjadi lebih nyata daripada kenyataan itu sendiri. Konsep yang dikembangkan oleh Jean Baudrillard, menggambarkan suatu kondisi di mana batas antara realitas dan simulasi menjadi sangat kabur, bahkan hilang sama sekali. Dalam keadaan ini, representasi atau simulasi realitas tidak hanya menggantikan kenyataan, tetapi juga menjadi lebih "nyata" dan lebih berpengaruh daripada realitas itu sendiri (Baudrillard, 1994).
- 3) Simulakra: Representasi yang tidak lagi memiliki referensi pada realitas, tetapi hanya merujuk pada dirinya sendiri. Simulakra, konsep yang diperkenalkan oleh Jean Baudrillard, menggambarkan fenomena di mana representasi atau tanda telah sepenuhnya terputus dari realitas yang seharusnya. Dalam kondisi ini, tanda-tanda dan citra-citra tidak lagi berfungsi sebagai penanda yang mengacu pada objek atau konsep nyata (Baudrillard, 1994).
- 4) Masyarakat Konsumsi: Masyarakat yang perilaku konsumtifnya didorong oleh nilai simbolik atau tanda dari barang, bukan nilai guna atau kebutuhan nyata. Baudrillard (1998) berpendapat bahwa dalam masyarakat konsumen, orang-orang membeli produk bukan karena

manfaat intrinsiknya, tetapi karena makna sosial dan kultural yang diasosiasikan dengan produk tersebut.

- 5) Media dan Teknologi: Peran media dan teknologi dalam menciptakan dan menyebarkan simulasi serta hiperealitas yang memengaruhi pola konsumsi. Dalam era digital ini, media massa dan platform teknologi baru tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga aktif menciptakan realitas yang sering kali lebih menarik dan "nyata" daripada kenyataan itu sendiri (Baudrillard, 1998).
- 6) Budaya Konsumerisme: Pola budaya yang didominasi oleh konsumsi barang dan jasa yang melampaui kebutuhan fungsional. Dalam konteks ini, tindakan membeli dan mengonsumsi tidak lagi sekadar memenuhi kebutuhan dasar, tetapi menjadi cara untuk mengekspresikan identitas, status sosial, dan aspirasi individu. Baudrillard (1998) berpendapat bahwa dalam masyarakat konsumeris, objek-objek konsumsi menjadi tanda-tanda dalam sistem semiotik yang kompleks, di mana nilai simbolik seringkali lebih penting daripada nilai guna.

Kata kunci ini mencerminkan inti pemikiran Baudrillard tentang bagaimana masyarakat modern terjebak dalam dunia simulasi dan hiperealitas, di mana konsumsi lebih didorong oleh manipulasi tanda dan citra daripada kebutuhan nyata.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian lapangan merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung di lingkungan alami subjek atau lokasi terjadinya fenomena yang diteliti. Penelitian lapangan memungkinkan peneliti untuk mengamati dan berinteraksi dengan partisipan dalam konteks nyata, sehingga menghasilkan pemahaman mendalam tentang dinamika sosial, perilaku, atau kondisi spesifik yang sedang diteliti (Patton, 2015). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami dan menggambarkan realitas sosial melalui sudut pandang partisipan

penelitian. Metode kualitatif merupakan metode yang berfokus pada pengumpulan dan analisis cerita atau narasi dari pengalaman individu atau kelompok (Creswell, 2013).

2. Sumber dan Jenis Data

Sumber data adalah tempat diperolehnya data.

a. Data Primer

Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk tujuan spesifik studi yang sedang dilakukan. Jenis data ini bersifat alami dan belum pernah diolah atau diinterpretasi oleh pihak lain sebelumnya. Pengumpulan data primer memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang relevan dan terkini terkait masalah penelitian yang sedang ditelaah (Walliman, 2017). Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan di suatu tempat, maka dari itu sumber data primer yang bersangkutan dengan penelitian ini yaitu hasil wawancara dengan ketua dan pemain komunitas MLBB UIN Walisongo

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh pihak lain, bukan oleh peneliti yang sedang melakukan studi saat ini. Jenis data ini sudah tersedia dan dapat diakses melalui berbagai sumber, seperti publikasi ilmiah, laporan, atau buku (Mulyana, 2020). Dalam penelitian ini, sumber data sekunder yang digunakan yaitu referensi relevan dengan objek penelitian, hasil penelitian terdahulu dan juga jurnal terkait yang relevan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data penelitian melakukan penelitian, antara lain:

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data langsung dari objek penelitian lapangan. Peneliti mengamati dan mencatat informasi secara sistematis tanpa interaksi langsung dengan subjek penelitian. Metode ini efektif untuk mengumpulkan data aktual yang mencerminkan situasi sebenarnya di lapangan (Sugiyono, 2020). Observasi yang dilakukan peneliti yaitu dengan melihat

secara langsung tindak praktik-praktik konsumtif berupa pembelian skin atau item, yang dilakukan pemain pada komunitas MLBB UIN Walisongo.

b. Wawancara Terstruktur

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang menanyakan informan secara langsung. Wawancara dapat terstruktur, semi terstruktur atau tidak terstruktur, sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2020). Pada penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur yang dimana metode pengumpulan data melalui wawancara dengan pertanyaan yang sudah disiapkan terlebih dahulu sebelum penelitian, sehingga memungkinkan untuk memperoleh jawaban yang relevan dan dapat dibandingkan secara langsung. Instrumen penelitian yang diajukan yaitu pertanyaan mengenai perilaku konsumtif yang dilakukan oleh pemain di komunitas MLBB UIN Walisongo.

Teknik pemilihan informan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu purposive. Purposive merupakan teknik penentuan informan secara sengaja berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Adapun beberapa kriteria informan yang dibutuhkan untuk mengetahui informasi mengenai penelitian ini, antar lain:

- 1) Anggota komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang.
- 2) Pemain Aktif. Pemain pada komunitas MLBB UIN Walisongo yang menghabiskan waktu signifikan untuk bermain.
- 3) Pemain dalam komunitas MLBB UIN Walisongo yang pernah melakukan pembelian item eksklusif dalam *game*.
- 4) Pemain dalam komunitas MLBB UIN Walisongo yang mengkesampingkan kebutuhan primer untuk membeli item eksklusif.

Table 1 Informan Penelitian

No	Nama	Usia	Karakteristik	Keterangan
1.	Eri	23	Pemain yang berpartisipasi dalam turnamen	Anggota dan Pemain Aktif

2.	Alwi	22	Pemain yang berperilaku konsumtif	Anggota dan Pemain Aktif
3.	Adit	24	Pemain yang melakukan pembelian item eksklusif	Anggota dan Pemain Aktif
4.	Udin	24	Pemain yang melakukan pembelian item eksklusif	Anggota dan Pemain Aktif
5.	Fauzan	24	Pemain yang melakukan pembelian item eksklusif	Anggota dan Pemain Aktif
6.	Ulil	22	Pemain yang berperilaku konsumtif	Anggota dan Pemain Aktif
7.	Ute	23	Pemain yang berpartisipasi dalam turnamen	Anggota dan Pemain Aktif
8.	Naya	21	Pemain yang melakukan pembelian item eksklusif	Anggota dan Pemain Aktif

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui analisis dokumen yang relevan dengan penelitian. Dokumentasi melibatkan pengumpulan data dari sumber-sumber tertulis, visual, audio-visual, dan dokumen digital. Metode ini berguna untuk memperoleh data historis atau informasi yang telah terdokumentasi sebelumnya dan juga sebagai bukti keaslian penelitian yang telah dilakukan (Sugiyono, 2020). Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik rekaman suara dan foto sebagai bukti dokumentasi yang telah dilakukan.

4. Teknik Analisis Data

Kegiatan menganalisis data sebagai bagian merupakan kegiatan utama yang timbul dari hasil penelitian berupa saran dan kesimpulan. Penelitian ini juga menggunakan metode induktif dalam penelitiannya. Metode ini memungkinkan untuk menganalisis data yang diperoleh, yaitu data kualitatif dan data nonkuantifikasi. Teknik analisis data menggunakan metode induktif, teknik analisis dengan menggabungkan

sumber pustaka dengan objek penelitian atau teknik analisis dari faktor-faktor tertentu untuk memperoleh kesimpulan (Mulyana, 2020).

Analisis data dalam penelitian kualitatif bersifat induktif, di mana peneliti mengembangkan pola dan tema dari data yang dikumpulkan di lapangan (Miles & Huberman, 1994). Proses analisis data kualitatif melibatkan beberapa tahap, yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses merangkum, memilah, dan memfokuskan data yang penting. (Miles & Huberman, 1994). Tujuan utama dari reduksi data adalah untuk mempertajam, menggolongkan, mengarahkan, dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga dapat ditarik kesimpulan yang valid.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan proses penyajian data dalam bentuk yang sederhana dan mudah dipahami, seperti tabel, grafik, atau diagram. Hal ini bertujuan untuk melihat hubungan antar data lebih jelas (Miles & Huberman, 1994).

Dalam konteks penelitian kualitatif, penyajian data dapat mengambil berbagai bentuk, tidak terbatas pada teks naratif yang panjang.

c. Penarikan Kesimpulan.

Penarikan kesimpulan merupakan tahap final dalam proses analisis data kualitatif, yang dimana peneliti menarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Tahap ini tidak hanya sekadar merangkum temuan, tetapi juga melibatkan interpretasi mendalam dan refleksi kritis terhadap data yang telah dikumpulkan dan dianalisis (Creswell, 2013).

F. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan.

Pada bab ini di jelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, serta mencakup metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Perilaku Konsumtif dalam Prespektif Masyarakat Konsumen Jean Baudrillard

Pada bab II berisi tentang penjelasan teori yang digunakan sesuai dengan tema penelitian yang akan dilakukan. Teori tersebut antara lain: Perilaku Konsumtif, *Mobile Legends*: Bang-Bang, dan Lingkungan Kampus.

Bab III Gambaran Umum Komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai gambaran umum perilaku konsumtif yang yang di lakukan oleh pemain *Mobile Legends*: Bang-Bang tepatnya di lingkungan kampus

Bab IV Perilaku Konsumtif Pemain *Mobile Legends* pada Komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang

Pada bab ini berisi mengenai bagaimana pola perilaku perilaku konsumtif pemain *Mobile Legends* pada Komunitas MLBB UIN Walisongo. Penjelasan akan meliputi 6 kata kunci yaitu simulasi, hiperrealitas, simulakra, masyarakat konsumsi, media dan teknologi, serta budaya konsumerisme.

Bab V Faktor Yang Mendorong Perilaku Konsumtif Pemain *Mobile Legends* Bang-Bang pada Komunitas MLBB UIN Walisongo

Bab ini berisi penjelasan mengenai apa saja faktor yang mendorong pemain MLBB berperilaku konsumtif yang dimana pemain biasanya rela mengorbankan kebutuhan primernya demi membeli item eksklusif yang ada pada MLBB, karena efek visual yang diberikan memuaskan hasrat pemain, padahal semua itu tidak mempengaruhi pengalaman bermainnya.

Bab VI Penutup

Bab VI berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan juga saran bagi pembaca serta bagi peneliti selanjutnya.

Lampiran

BAB II

Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Masyarakat Konsumen Jean Baudrillard

A. Perilaku Konsumtif, *Mobile Legends*: Bang-Bang, Komunitas, Perilaku Konsumtif dalam Prespektif Isam, serta teori simulasi dan hiperrealitas Jean Baudrillard.

1. Perilaku Konsumtif

a. Definisi Perilaku Konsumtif

Secara etimologis, istilah "konsumtif" berasal dari kata dasar "konsumsi" yang berarti menggunakan atau memanfaatkan barang dan jasa, ditambah akhiran "-tif" yang menunjukkan sifat atau kecenderungan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsumtif diartikan sebagai bersifat konsumsi, yaitu hanya menggunakan atau memakai barang tanpa menghasilkan sendiri, serta bergantung pada hasil produksi pihak lain (Wikikamus, 2025). Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk menggunakan atau mengonsumsi barang tanpa mempertimbangkan dengan matang atau hanya karena keinginan sesaat. Maka dari itu aspek-aspek seseorang berperilaku konsumtif terdiri atas: aspek pembelian yang berlebihan, aspek pembelian tanpa berpikir matang, dan aspek pembelian sebagai pemenuhan keinginan sementara.

Definisi perilaku konsumtif secara umum adalah kecenderungan individu untuk membeli atau mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, di mana keputusan pembelian lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan rasional. Perilaku ini sering kali dilakukan tanpa pertimbangan manfaat, sehingga pembelian yang dilakukan cenderung bersifat impulsif dan tidak terencana. (Sumartono, 2002). Seseorang yang berperilaku konsumtif biasanya lebih mengutamakan kepuasan sesaat, hasrat, atau dorongan emosional daripada pertimbangan logis dan kebutuhan pokok. Lebih lanjut, perilaku konsumtif dapat dipahami sebagai tindakan membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Hal ini seringkali termanifestasi dalam pembelian produk-produk yang sebenarnya kurang atau bahkan tidak diperlukan (Lina & Rosyid, 1997). Dalam konteks sosial-psikologis, perilaku konsumtif juga dapat dilihat sebagai

bentuk kompensasi psikologis, di mana individu menggunakan konsumsi sebagai sarana untuk meningkatkan citra diri, status sosial, atau sebagai upaya untuk mengatasi kecemasan dan ketidakpuasan dalam aspek-aspek kehidupan lainnya (Baudrillard, 1998).

Paparan diatas menunjukan bahwa perilaku konsumtif muncul karena terdapat hasrat atau sebuah dorongan emosional yang muncul pada diri pemain *Mobile Legends*, yang dimana para pemain terdorong untuk membeli item eksklusif. Di sisi lain para pemain rela mengesampingkan kebutuhan primer mereka demi membeli item eksklusif tersebut. Tindakan itu dilakukan untuk meningkatkan citra diri atau status sosial dalam lingkungan komunitas atau teman sebayanya.

Kaitannya dengan perilaku konsumtif pada Komunitas pemain MLBB UIN Walisongo, fenomena ini tercermin dalam kebiasaan pemain yang menghabiskan uang untuk membeli item eksklusif, meskipun item tersebut tidak berpengaruh langsung terhadap kebutuhan hidup mereka. Banyak pemain pada Komunitas *Mobile Legends* secara rutin melakukan pembelian item eksklusif hanya untuk mendapatkan kepuasan pribadi, meningkatkan status sosial di komunitas *game*, atau mengikuti tren yang berkembang di antara rekan-rekan mereka. Pembelian ini sering dilakukan secara berulang dan tidak jarang melebihi kemampuan finansial pemain, terutama pada kalangan remaja yang belum mandiri secara ekonomi

b. Jenis-jenis Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan motif, pola, dan intensitas konsumsi yang dilakukan oleh individu. Berikut adalah beberapa jenis perilaku konsumtif menurut para ahli:

1) Perilaku Konsumtif Impulsif

Jenis ini ditandai dengan tindakan membeli secara spontan tanpa adanya perencanaan terlebih dahulu. Keputusan pembelian biasanya dipengaruhi oleh dorongan emosional atau rangsangan sesaat, seperti promosi, diskon, atau tampilan produk yang menarik (Sumartono, 2002).

2) Perilaku Konsumtif Rasional

Meskipun disebut konsumtif, pada jenis ini individu tetap mempertimbangkan manfaat dan kebutuhan sebelum melakukan

pembelian. Namun, pembelian yang dilakukan tetap berfokus pada pemenuhan keinginan, bukan kebutuhan pokok (Ardikawati & Tresna, 2013).

3) Perilaku Konsumtif Hedonis

Pada perilaku ini, konsumsi dilakukan untuk memperoleh kesenangan, hiburan, atau kepuasan emosional. Individu cenderung membeli barang atau jasa yang dapat memberikan pengalaman menyenangkan, seperti produk mewah, makanan enak, atau liburan (Suminar, 2015).

4) Perilaku Konsumtif Konformitas

Jenis ini muncul akibat adanya tekanan sosial atau keinginan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar. Individu membeli barang atau jasa tertentu agar dianggap sesuai dengan kelompok sosialnya, mengikuti tren, atau demi mendapatkan pengakuan (Dahlan dalam Al-Ghifani, 2003).

5) Perilaku Konsumtif Simbolik

Konsumsi pada jenis ini dilakukan untuk menunjukkan status, identitas, atau prestise di mata orang lain. Barang atau jasa yang dibeli sering kali memiliki nilai simbolik, misalnya produk bermerek atau barang mewah (Veblen dalam Suminar, 2015).

Memahami ragam perilaku konsumtif sangat penting bagi para pemain *Mobile Legends*, agar mereka mampu mengendalikan dorongan untuk membeli berbagai item atau fitur dalam permainan secara berlebihan. Dengan paparan tersebut, para pemain dapat menilai kebutuhan dan keinginan mereka secara lebih rasional, sehingga keputusan untuk melakukan pembelian tidak didasarkan pada tekanan lingkungan atau trend sesaat. Sikap bijak dalam mengelola pengeluaran di dalam *game* tidak hanya membantu pemain terhindar dari pemborosan, tetapi juga membentuk kebiasaan finansial yang sehat. Dengan demikian, para pemain dapat menikmati pengalaman bermain *Mobile Legends* tanpa harus khawatir terjebak dalam perilaku konsumtif yang merugikan diri sendiri di kemudian hari.

c. Karakteristik Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif memiliki sejumlah ciri khas yang membedakannya dari perilaku konsumsi yang bersifat wajar dan rasional. Berikut adalah beberapa karakteristik utama perilaku konsumtif menurut para ahli:

1) Pembelian Impulsif

Salah satu ciri utama perilaku konsumtif adalah kecenderungan untuk melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan matang. Keputusan membeli sering kali dipicu oleh dorongan sesaat, seperti promosi atau tampilan produk yang menarik, sehingga tidak mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya (Sumartono, 2002).

2) Berorientasi pada Keinginan

Individu dengan perilaku konsumtif lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan pokok. Konsumsi dilakukan bukan untuk memenuhi kebutuhan dasar, melainkan untuk memuaskan hasrat atau keinginan pribadi (Ardikawati & Tresna, 2013).

3) Kurang Memperhatikan Nilai Guna

Karakteristik lain dari perilaku konsumtif adalah kurangnya pertimbangan terhadap manfaat atau nilai guna barang dan jasa yang dibeli. Barang yang dibeli sering kali tidak memiliki fungsi penting atau bahkan tidak diperlukan dalam kehidupan sehari-hari (Suminar, 2015).

4) Dipengaruhi Faktor Emosional

Emosi seperti stres, kebosanan, atau keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial sering menjadi pendorong utama perilaku konsumtif. Konsumsi dilakukan sebagai bentuk pelarian atau kompensasi atas perasaan tertentu (Dahlan dalam Al-Ghifani, 2003).

5) Cenderung Mengikuti Tren

Individu dengan perilaku konsumtif biasanya mudah terpengaruh oleh tren atau gaya hidup yang sedang berkembang. Mereka cenderung membeli produk-produk yang sedang populer agar tidak ketinggalan zaman atau demi mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosial (Veblen dalam Suminar, 2015).

Berbagai karakteristik pada perilaku konsumtif memperlihatkan bahwa tindakan konsumsi seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan fisik semata, tetapi juga sangat berkaitan dengan kondisi psikologis, tekanan sosial, serta faktor emosional. Misalnya, seseorang bisa saja membeli barang tertentu demi mendapatkan pengakuan dari lingkungan sekitar atau untuk memenuhi kebutuhan emosional seperti rasa senang dan percaya diri. Oleh karena itu, memahami apa saja yang menjadi pemicu perilaku konsumtif menjadi sangat penting. Dengan mengenali faktor-faktor tersebut, setiap individu dapat lebih mudah mengendalikan dorongan konsumsi yang berlebihan dan membuat keputusan yang lebih rasional dalam membelanjakan uangnya. Upaya ini tidak hanya membantu dalam mengelola keuangan secara lebih bijaksana, tetapi juga mendorong terciptanya pola hidup yang lebih sehat dan seimbang.

2. *Mobile Legends*: Bang-Bang

Mobile Legends: Bang Bang (MLBB) adalah sebuah permainan video seluler yang termasuk dalam genre Multiplayer Online Battle Arena (MOBA). Dikembangkan dan diterbitkan oleh Moonton (perusahaan *game Mobile Legends*), MLBB dirilis pada tahun 2016 dan dengan cepat menjadi salah satu *game* mobile paling populer di dunia, terutama di kawasan Asia Tenggara (Rachmasari, 2022).

Permainan ini menampilkan pertarungan tim 5 lawan 5 dalam arena virtual, di mana setiap pemain mengendalikan karakter unik yang disebut "hero" dengan kemampuan khusus. Tujuan utama permainan adalah menghancurkan struktur pusat atau "Crystal" dari markas tim lawan sambil mempertahankan markas sendiri (Situmorang, 2023).

MLBB menawarkan berbagai mode permainan, sistem peringkat, dan fitur sosial yang memungkinkan pemain untuk berkomunikasi dan berkolaborasi. Permainan ini juga mencakup elemen strategi yang kompleks, termasuk pemilihan hero, pengembangan item, dan taktik tim (Listyantono, 2022).

Dengan desain yang dioptimalkan untuk perangkat seluler, MLBB menawarkan pengalaman bermain yang mudah diakses namun mendalam, menjadikannya pilihan populer di kalangan pemain kasual dan kompetitif. Popularitas *game* ini telah

mendorong perkembangan turnamen e-sports resmi dan komunitas pemain yang aktif di seluruh dunia (Merhi, 2016).

a. Model Permainan

Mobile Legends: Bang Bang merupakan permainan daring berbasis tim yang mengusung *genre Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA). Dalam permainan ini, dua tim yang masing-masing terdiri dari lima pemain saling berhadapan di sebuah arena virtual. Setiap pemain memilih satu karakter atau hero dengan kemampuan unik yang dapat dikembangkan selama pertandingan berlangsung (Moonton, 2023).

Permainan dimulai dengan kedua tim berada di sisi berlawanan dari peta yang terbagi menjadi tiga jalur utama, yaitu top lane, mid lane, dan bottom lane. Tujuan utama setiap tim adalah menghancurkan base lawan yang terletak di ujung peta, sembari mempertahankan base milik sendiri. Selama pertandingan, pemain harus bekerja sama untuk mengalahkan hero lawan, menghancurkan turret, serta mengendalikan area strategis di peta (Pratama & Yuliana, 2022).

Mobile Legends juga menawarkan berbagai mode permainan, seperti Classic, Ranked, Brawl, dan Custom, yang memungkinkan pemain memilih tingkat kesulitan dan variasi strategi. Setiap mode memiliki aturan dan tantangan tersendiri, namun tetap berfokus pada kerja sama tim, strategi, dan penguasaan karakter (Sari & Nugroho, 2021).

Selain aspek kompetitif, *Mobile Legends* menyediakan sistem perkembangan karakter melalui pembelian item dan peningkatan level selama pertandingan. Hal ini menambah dinamika permainan, karena setiap keputusan pemain dalam memilih item dan strategi dapat memengaruhi hasil akhir pertandingan.

Secara keseluruhan, model permainan *Mobile Legends*: Bang Bang menekankan kolaborasi tim, strategi, serta penguasaan karakter dalam lingkungan permainan yang kompetitif dan dinamis.

b. Hero dan perannya dalam permainan

Dalam *Mobile Legends*: Bang Bang, setiap pemain memilih satu karakter yang disebut hero. Setiap hero memiliki kemampuan, keunikan, dan gaya bermain yang berbeda-beda. Untuk mencapai kemenangan, pemain harus memahami peran (role)

dari hero yang digunakan, karena setiap peran memiliki fungsi strategis dalam tim (Moonton, 2023).

Secara umum, hero dalam *Mobile Legends* terbagi ke dalam beberapa peran utama, yaitu:

1) Tank

Hero dengan peran tank bertugas sebagai pelindung utama tim. Mereka memiliki daya tahan tinggi dan mampu menahan serangan lawan, sehingga melindungi rekan satu tim saat pertempuran berlangsung (Sari & Nugroho, 2021).

2) Fighter

Hero fighter memiliki kemampuan seimbang antara serangan dan pertahanan. Mereka biasanya berada di garis depan untuk memberikan tekanan kepada lawan dan membantu tank dalam pertempuran (Pratama & Yuliana, 2022).

3) Assassin

Peran assassin adalah mengeliminasi hero lawan yang memiliki pertahanan rendah, seperti marksman atau mage. Assassin dikenal dengan mobilitas tinggi dan kemampuan untuk menyerang secara tiba-tiba (Moonton, 2023).

4) Marksman

Hero marksman berperan sebagai penyerang jarak jauh dengan output damage yang tinggi, terutama di tahap akhir permainan. Mereka menjadi sumber utama kerusakan dalam tim, namun membutuhkan perlindungan karena pertahanannya rendah (Sari & Nugroho, 2021).

5) Mage

Mage merupakan hero yang mengandalkan kekuatan sihir untuk memberikan damage besar, terutama dalam waktu singkat. Mereka efektif dalam mengendalikan area pertempuran dan memberikan efek negatif pada lawan (Pratama & Yuliana, 2022).

6) Support

Hero support bertugas membantu tim dengan memberikan pemulihan, perlindungan, atau efek positif lainnya. Mereka juga dapat memberikan kontrol terhadap pergerakan lawan melalui kemampuan khusus (Moonton, 2023).

Dalam permainan *Mobile Legends*, setiap role seperti tank, marksman, mage, assassin, support, dan fighter memiliki karakteristik unik yang memberikan kontribusi berbeda bagi tim. Masing-masing peran memiliki keunggulan tersendiri, seperti kemampuan bertahan, menyerang, atau memberikan dukungan, namun juga memiliki keterbatasan yang perlu diantisipasi. Oleh karena itu, membentuk tim dengan komposisi peran yang beragam dan saling melengkapi menjadi kunci utama untuk merancang strategi permainan yang solid. Dengan pembagian tugas yang jelas dan kerja sama yang baik antar anggota tim, peluang untuk mengatasi berbagai situasi di medan pertempuran pun semakin besar. Tidak hanya meningkatkan kemungkinan meraih kemenangan, kombinasi peran yang seimbang juga membuat pengalaman bermain menjadi lebih menyenangkan dan menantang bagi seluruh anggota tim.

3. Komunitas

a. Definisi Komunitas

Komunitas dapat dipahami sebagai sekelompok individu yang saling terhubung karena memiliki kesamaan tertentu, seperti nilai, minat, identitas, atau tujuan bersama. Hubungan di dalam komunitas biasanya bersifat interaktif dan berlangsung secara terus-menerus, sehingga tercipta rasa kebersamaan dan solidaritas di antara para anggotanya (Koentjaraningrat, 2009). Selain itu, komunitas juga dapat terbentuk berdasarkan kedekatan geografis, aktivitas sosial, maupun keterikatan emosional, yang mendorong para anggotanya untuk saling berinteraksi dan bekerja sama dalam mencapai kepentingan bersama (Effendy, 2013). Berdasarkan definisi menurut para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa komunitas merupakan sebuah kelompok individu yang saling berinteraksi yang memiliki kesamaan tertentu setiap anggotanya, seperti memiliki visi dan misi atau memiliki tujuan yang sama.

b. Jenis-jenis Komunitas

Komunitas dapat dikategorikan berdasarkan berbagai aspek, seperti tujuan, minat, lokasi, hingga latar belakang anggotanya. Berikut beberapa jenis komunitas yang umum ditemukan di masyarakat:

1) Komunitas Berdasarkan Lokasi

Komunitas ini terbentuk karena kesamaan tempat tinggal atau wilayah geografis, misalnya komunitas pedesaan dan komunitas perkotaan. Anggota komunitas ini biasanya memiliki interaksi yang intens karena kedekatan fisik dan lingkungan yang sama (Crow & Allan, dalam bikinidcard.com, 2024).

2) Komunitas Berdasarkan Minat atau Hobi

Jenis komunitas ini beranggotakan individu yang memiliki ketertarikan atau hobi yang sama, seperti komunitas fotografi, komunitas musik, atau komunitas olahraga. Tujuan utama komunitas ini adalah berbagi pengalaman dan mengembangkan minat bersama (Kerjoo, 2025).

3) Komunitas Sosial

Komunitas sosial adalah kelompok yang dibentuk atas dasar tujuan sosial, seperti mempererat hubungan antarwarga, melakukan kegiatan sosial, atau membantu sesama. Contohnya kelompok arisan, komunitas warga, atau organisasi non-formal di lingkungan masyarakat (Syafar, 2017; Kerjoo, 2025).

4) Komunitas Ekonomi

Komunitas ekonomi terdiri dari individu yang memiliki tujuan meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggotanya, seperti koperasi, kelompok pengusaha, atau kelompok tani. Kegiatan utama komunitas ini berkaitan dengan aktivitas ekonomi dan usaha bersama (Mamikos, 2024).

5) Komunitas Religius

Komunitas ini beranggotakan individu yang memiliki keyakinan atau agama yang sama. Mereka biasanya melakukan kegiatan keagamaan bersama dan menjunjung tinggi nilai-nilai moral serta persaudaraan (Syafar, 2017).

6) Komunitas Profesi

Komunitas profesi terdiri dari orang-orang yang memiliki pekerjaan atau bidang profesional yang sama. Komunitas ini bertujuan untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, serta memperluas jaringan profesional (tvharmoni.com, 2024).

7) Komunitas Pendidikan

Komunitas pendidikan terbentuk di lingkungan sekolah, universitas, atau lembaga pendidikan lainnya, yang anggotanya terdiri dari siswa, guru, staf, dan alumni yang terlibat dalam aktivitas pendidikan (tvharmoni.com, 2024).

8) Komunitas Etnis atau Budaya

Komunitas etnis atau budaya terbentuk atas dasar kesamaan latar belakang budaya, suku, atau tradisi. Anggotanya memelihara dan merayakan warisan budaya melalui berbagai kegiatan tradisional (kumparan.com, 2023).

9) Komunitas Virtual atau Digital

Komunitas ini terbentuk melalui platform daring, di mana anggotanya saling berinteraksi secara online berdasarkan minat, profesi, atau tujuan tertentu (tvharmoni.com, 2024).

Setiap komunitas terbentuk atas dasar kebutuhan dan minat tertentu, sehingga ciri khas, tujuan, serta cara anggotanya berinteraksi pun sangat beragam. Ada komunitas yang dibangun berdasarkan hobi, profesi, atau bahkan nilai-nilai budaya yang dianut bersama. Perbedaan latar belakang ini memengaruhi bagaimana anggota di dalamnya berkomunikasi, bekerja sama, dan mencapai tujuan bersama. Misalnya, komunitas pecinta alam biasanya lebih menekankan pada kegiatan di luar ruangan dan pelestarian lingkungan, sedangkan komunitas profesional lebih fokus pada pengembangan karier dan jaringan kerja. Dengan demikian, karakter dan dinamika interaksi di setiap komunitas sangat dipengaruhi oleh alasan utama terbentuknya komunitas tersebut, sehingga setiap komunitas memiliki identitas dan pola hubungan sosial yang unik.

c. Karakteristik Komunitas

Komunitas memiliki sejumlah ciri khas yang membedakannya dari kelompok sosial biasa. Berikut adalah beberapa karakteristik utama komunitas menurut para ahli:

1) Adanya Rasa Kebersamaan

Salah satu ciri utama komunitas adalah adanya rasa saling memiliki dan kebersamaan di antara para anggotanya. Setiap individu merasa menjadi bagian dari kelompok dan memiliki keterikatan emosional yang kuat (Koentjaraningrat, 2009).

2) Interaksi Sosial yang Berkelanjutan

Anggota komunitas secara aktif berinteraksi satu sama lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Interaksi ini berlangsung secara rutin dan menjadi dasar terbentuknya hubungan sosial yang erat (Effendy, 2013).

3) Tujuan atau Kepentingan Bersama

Komunitas terbentuk karena adanya tujuan, kepentingan, atau nilai-nilai yang ingin dicapai bersama. Setiap anggota berkontribusi untuk mewujudkan tujuan tersebut, baik dalam bentuk dukungan moral, tenaga, maupun materi (Syafar, 2017).

4) Norma dan Aturan yang Disepakati

Dalam komunitas terdapat norma, aturan, atau kebiasaan yang menjadi pedoman perilaku anggotanya. Norma ini membantu menjaga keteraturan dan keharmonisan dalam komunitas (Effendy, 2013).

5) Struktur Organisasi yang Jelas

Komunitas umumnya memiliki struktur organisasi, baik formal maupun informal, yang mengatur peran dan tanggung jawab setiap anggota. Struktur ini memudahkan koordinasi dan pelaksanaan kegiatan (tvharmoni.com, 2024).

6) Identitas Kolektif

Setiap komunitas memiliki identitas yang membedakannya dari kelompok lain, seperti nama, simbol, atau ciri khas tertentu yang menjadi kebanggaan bersama (Kerjoo, 2025).

Ciri-ciri yang dimiliki oleh sebuah komunitas menegaskan bahwa komunitas tidak hanya terdiri dari sekumpulan orang yang berkumpul secara kebetulan, melainkan merupakan sebuah kelompok yang terjalin melalui rasa kebersamaan dan komitmen terhadap tujuan tertentu. Dalam komunitas, setiap anggota biasanya memiliki rasa saling memiliki, serta terikat oleh norma atau aturan yang telah disepakati bersama untuk menjaga keharmonisan dan kelangsungan kelompok. Aturan-aturan ini menjadi pedoman dalam berinteraksi, bekerja sama, dan menyelesaikan permasalahan yang mungkin timbul di dalam komunitas. Selain itu, adanya tujuan bersama juga mendorong setiap anggota untuk aktif berpartisipasi dan memberikan kontribusi sesuai dengan peran masing-masing. Dengan demikian, komunitas berfungsi sebagai wadah yang mempererat hubungan sosial antarindividu sekaligus mendorong tercapainya tujuan kolektif yang telah dirumuskan bersama.

d. Komunitas MLBB UIN Walisongo

Komunitas *Mobile Legends* UIN Walisongo merupakan sekelompok mahasiswa di Universitas Islam Negeri Walisongo yang memiliki ketertarikan bersama terhadap permainan daring *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB). Kelompok ini terbentuk atas dasar minat dan hobi yang sama dalam bermain MLBB, serta keinginan untuk berinteraksi dan membangun hubungan sosial melalui aktivitas bermain *game* bersama (Wardani, 2023). Anggota komunitas ini terlibat dalam berbagai kegiatan terkait MLBB, seperti turnamen, pertemuan rutin, dan diskusi strategi permainan. Melalui interaksi yang intens baik secara daring maupun luring, komunitas ini mengembangkan ikatan sosial, solidaritas, dan identitas kolektif di antara para anggotanya (Jamaludin, 2021). Keberadaan komunitas ini juga berfungsi sebagai wadah bagi mahasiswa UIN Walisongo untuk mengekspresikan diri, mengembangkan keterampilan, dan membangun jaringan sosial di luar konteks akademik formal.

e. Perilaku Konsumtif dalam Prespektif Islam

Perilaku konsumtif dalam pandangan Islam merupakan isu yang sangat relevan untuk dianalisis, terutama karena Islam sangat menekankan pentingnya keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan jasmani dan pengendalian hawa nafsu.

Dalam ajaran Islam, prinsip moderasi atau wasathiyah menjadi pedoman utama dalam menjalani kehidupan, termasuk dalam hal konsumsi sehari-hari. Islam tidak melarang umatnya untuk menikmati berbagai kenikmatan duniawi, selama dilakukan secara proporsional dan tidak melampaui batas yang telah ditetapkan syariat.

Kegiatan konsumsi dalam Islam bahkan bisa bernilai ibadah apabila diniatkan dengan benar dan dilakukan sesuai dengan ketentuan agama. Namun demikian, perilaku konsumtif yang berlebihan, yang dalam istilah Islam dikenal sebagai israf (berlebih-lebihan) dan tabdzir (pemborosan), sangat dikecam dan dilarang.

Hal ini sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Isra' ayat 26-27:

وَاتِذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya: “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. (26) Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya. (27)”

Profesor Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Misbah menjelaskan bahwa Surat Al-Isra ayat 26-27 melarang perilaku boros dalam mengelola harta. Pemborosan diartikan sebagai membelanjakan harta untuk hal-hal yang tidak perlu dan tidak bermanfaat. Perilaku ini disamakan dengan sifat setan yang selalu ingkar kepada Tuhannya. Oleh karena itu, orang yang boros dianggap "saudara setan" karena memiliki sifat yang sama, yaitu tidak bijaksana dalam menggunakan harta dan jauh dari ketaatan kepada Allah. (Tafsir Al-Misbah, Jilid VII, halaman 452). Lebih lanjut, istilah "tabdzir" atau pemborosan dipahami oleh para ulama sebagai pengeluaran yang tidak pada tempatnya atau bukan haknya. Jika seseorang membelanjakan seluruh hartanya untuk kebaikan atau di jalan yang benar, maka ia tidak dianggap sebagai pemboros. Contoh yang diberikan adalah tindakan

Sayyidina Abu Bakar ra. yang menyerahkan seluruh hartanya untuk jihad di jalan Allah, serta Sayyidina Utsman yang membelanjakan separuh hartanya. Rasulullah Saw menerima nafkah mereka dan tidak menganggap mereka sebagai pemboros. Sebaliknya, tindakan yang dianggap sederhana seperti mencuci wajah lebih dari tiga kali saat berwudhu bisa dikategorikan sebagai pemborosan, meskipun airnya berasal dari sungai. Ini menunjukkan bahwa pemborosan tidak hanya terkait dengan jumlah yang dikeluarkan, tetapi lebih kepada cara dan tempat pengeluarannya. Dengan demikian, konsep pemborosan lebih menekankan pada kebijaksanaan dalam mengelola harta sesuai dengan tuntunan agama, bukan hanya pada seberapa banyak yang dikeluarkan. Pemborosan dalam pandangan Islam adalah perilaku yang tidak tepat sasaran dan tidak membawa manfaat, yang pada akhirnya menjauhkan seseorang dari ketaatan kepada Allah.

Fenomena konsumsi berlebihan yang dikritik dalam Islam sejalan dengan analisis Baudrillard (1998) mengenai masyarakat konsumsi modern. Baudrillard menjelaskan bahwa dalam masyarakat kontemporer, individu sering kali terjebak dalam pusaran konsumsi yang tidak berujung, di mana makna dan nilai suatu produk lebih banyak ditentukan oleh citra dan simbol yang melekat padanya, bukan oleh fungsi utamanya. Akibatnya, konsumen cenderung terus-menerus mengejar status dan identitas sosial yang ditawarkan oleh produk-produk baru, sehingga konsumsi menjadi tujuan itu sendiri.

Dalam konteks permainan *Mobile Legends*, perilaku konsumtif yang dilarang dalam Islam dapat tercermin dari kebiasaan sebagian pemain yang secara berlebihan membeli skin, item premium, atau fitur eksklusif lainnya. Pembelian ini sering kali dilakukan bukan karena kebutuhan nyata, melainkan untuk mendapatkan pengakuan, status, atau kepuasan sesaat yang sifatnya semu. Sikap seperti ini bertentangan dengan prinsip moderasi dan pengendalian diri yang diajarkan dalam Islam, serta berpotensi menimbulkan dampak negatif baik secara finansial maupun psikologis.

Komunitas *Mobile Legends* UIN Walisongo merupakan sekelompok mahasiswa di Universitas Islam Negeri Walisongo yang memiliki ketertarikan bersama terhadap permainan daring *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB).

Kelompok ini terbentuk atas dasar minat dan hobi yang sama dalam bermain MLBB, serta keinginan untuk berinteraksi dan membangun hubungan sosial melalui aktivitas bermain *game* bersama (Wardani, 2023). Anggota komunitas ini terlibat dalam berbagai kegiatan terkait MLBB, seperti turnamen, pertemuan rutin, dan diskusi strategi permainan. Melalui interaksi yang intens baik secara daring maupun luring, komunitas ini mengembangkan ikatan sosial, solidaritas, dan identitas kolektif di antara para anggotanya (Jamaludin, 2021). Keberadaan komunitas ini juga berfungsi sebagai wadah bagi mahasiswa UIN Walisongo untuk mengekspresikan diri, mengembangkan keterampilan, dan membangun jaringan sosial di luar konteks akademik formal.

B. Teori Simulasi dan Hiperrealitas Jean Baudrillard

1. Biografi Jean Baudrillard

Jean Baudrillard adalah seorang sosiolog, filsuf, dan kritikus budaya asal Prancis yang lahir di Reims pada 27 Juli 1929 dan meninggal di Paris pada 6 Maret 2007. Ia dikenal luas sebagai pemikir yang berpengaruh dalam bidang teori budaya, postmodernisme, dan post-strukturalisme, terutama melalui gagasannya tentang “*hyperreality*” dan “*simulacra*”. Baudrillard berasal dari keluarga pegawai negeri dan merupakan anggota pertama keluarganya yang menempuh pendidikan tinggi. Ia mempelajari bahasa Jerman di Universitas Sorbonne, Paris, dan sempat mengajar bahasa Jerman sebelum beralih ke bidang sosiologi.

Setelah menyelesaikan disertasi doktoralnya tentang “sistem objek” pada tahun 1966 di bawah bimbingan Henri Lefebvre, Baudrillard mulai mengajar di Universitas Paris X Nanterre, sebuah pusat penting dalam gerakan mahasiswa Mei 1968 di Prancis. Karya-karya awalnya, seperti *The System of Objects* (1968), *The Consumer Society* (1970), dan *For a Critique of the Political Economy of the Sign* (1972), banyak dipengaruhi oleh pemikiran Marxist dan semiotika Roland Barthes, serta berfokus pada kritik terhadap masyarakat konsumen dan peran tanda dalam kehidupan sehari-hari.

Pada tahap selanjutnya, Baudrillard mengembangkan analisis radikal mengenai masyarakat kontemporer, khususnya melalui konsep simulasi dan hyperreality. Ia berpendapat bahwa dalam era modern, realitas telah digantikan oleh representasi dan simulasi, sehingga batas antara kenyataan dan ilusi menjadi kabur. Pemikiran ini

dituangkan dalam karya-karya penting seperti *Simulacra and Simulation* (1981) dan *America* (1986). Gagasannya tidak hanya berpengaruh di ranah akademik, tetapi juga menyebar ke budaya populer, termasuk film *The Matrix* yang banyak mengutip ide-idenya mengenai dunia simulasi.

Sepanjang kariernya, Baudrillard dikenal sebagai pemikir yang kritis dan provokatif, sering kali menantang arus utama pemikiran sosial dan budaya. Ia juga pernah menjabat sebagai Direktur Ilmiah di IRIS (*Institut de Recherche et d'Information Socio-Économique*) di Université Paris-Dauphine dan aktif menulis hingga akhir hayatnya.

2. Konsep Teori

Menurut Baudrillard mengenai masyarakat konsumsi, yang dimana individu mengonsumsi bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk mengonstruksi identitas dan status sosial mereka. Konsumsi menjadi cara untuk membedakan diri dan menunjukkan posisi dalam hierarki sosial. Selanjutnya Baudrillard mengemukakan bahwa dalam masyarakat kontemporer, kita semakin hidup dalam dunia tiruan. Simulasi ini merujuk pada proses di mana representasi atau tanda-tanda menggantikan kenyataan yang sebenarnya. Dalam pandangan Baudrillard, simulasi bukan sekadar imitasi atau tiruan dari sebuah kenyataan, melainkan penciptaan kenyataan baru yang tidak lagi memiliki referensi pada kenyataan asli (Baudrillard, 1998). Proses simulasi ini terjadi melalui beberapa tahap:

a. Refleksi realitas dasar

Jean Baudrillard, seorang filsuf dan sosiolog Prancis, menawarkan kritik tajam terhadap realitas kontemporer melalui konsep simulasi dan hiperrealitas. Dalam kerangka pemikirannya, realitas tidak lagi berdiri sebagai sesuatu yang otentik dan terpisah dari representasi, melainkan telah digantikan oleh citra, tanda, dan simbol yang diproduksi secara masif oleh media, teknologi, dan budaya konsumsi (Baudrillard, 1981).

b. Penyembunyian dan perversi realitas dasar

Perversi realitas dalam pemikiran Baudrillard mengacu pada tahap kedua simulakra, di mana tanda-tanda dan citra mengalami distorsi sehingga tidak lagi merepresentasikan kenyataan secara setia. Pada tahap ini, representasi menjadi

alat untuk memanipulasi dan menyesatkan persepsi masyarakat terhadap realitas. Baudrillard menyebut kondisi ini sebagai "*order of maleficence*" atau tatanan keburukan, di mana tanda-tanda tidak hanya menutupi tetapi juga mengubah makna realitas menjadi sesuatu yang sepenuhnya berbeda dari aslinya (Baudrillard, 1981).

c. Penyembunyian ketiadaan realitas dasar

Baudrillard berpendapat bahwa masyarakat postmodern hidup dalam dunia di mana referensi terhadap realitas asli semakin kabur. Media massa, iklan, dan teknologi informasi tidak lagi sekadar merepresentasikan realitas, melainkan menciptakan realitas baru yang tidak memiliki dasar pada kenyataan objektif. Penyembunyian realitas terjadi ketika tanda-tanda dan simbol-simbol yang dihasilkan oleh media tersebut justru menjadi lebih nyata dan berpengaruh dibandingkan realitas itu sendiri. Akibatnya, individu kehilangan kemampuan untuk membedakan antara yang nyata dan yang semu, sehingga realitas asli menjadi sesuatu yang sulit dijangkau atau bahkan tidak lagi relevan (Baudrillard, 1983).

d. Tidak ada hubungan sama sekali dengan realitas apapun

Proses ini menurut Baudrillard merupakan perkembangan tertinggi dari simulasi, di mana tanda-tanda yang ada di masyarakat tidak lagi memiliki akar pada realitas apapun. Akibatnya, makna dan kebenaran menjadi sukar ditemukan karena tidak ada lagi hubungan antara tanda dan realitas asli. Baudrillard menyebut kondisi ini sebagai hiperrealitas, di mana realitas yang dihasilkan oleh simulasi justru menjadi lebih nyata dan berpengaruh dibandingkan realitas yang sebenarnya (Baudrillard, 1983).

Dengan demikian, menurut Baudrillard, dunia kontemporer telah memasuki fase di mana segala sesuatu yang dianggap nyata oleh masyarakat sebenarnya adalah hasil dari permainan tanda dan simulasi yang sama sekali tidak merujuk pada realitas objektif. Realitas asli menjadi tidak relevan, karena yang ada hanyalah permainan tanda-tanda yang terus-menerus mereproduksi dirinya sendiri.

Dalam tahap terakhir, simulasi menjadi simulakrum murni, di mana tanda-tanda dan representasi tidak lagi mengacu pada realitas apapun, melainkan hanya pada dirinya sendiri (Baudrillard, 1998).

Konsep hiperrealitas erat kaitannya dengan simulasi. Hiperrealitas merujuk pada kondisi di mana kenyataan telah digantikan oleh sebuah tiruan sedemikian rupa sehingga batas antara yang nyata dan yang semu menjadi kabur (Merrin, 2005). Dalam dunia hiperrealitas, representasi atau citra menjadi lebih "nyata" daripada kenyataan itu sendiri.

Baudrillard berpendapat bahwa dalam masyarakat konsumen modern, kita dikelilingi oleh tanda, simbol, dan citra yang menggambarkan realitas sedemikian rupa sehingga realitas itu sendiri menjadi termodifikasi. Akibatnya, kita semakin sulit membedakan antara yang asli dan yang palsu, antara realitas dan fantasi (Pawlett, 2007).

3. Asumsi Dasar

Baudrillard berpendapat bahwa masyarakat kontemporer didominasi oleh tanda dan simbol yang menggantikan realitas. Dalam pandangan ini, pengalaman manusia semakin banyak dimediasi oleh representasi daripada interaksi langsung dengan realitas (Hegarty, 2004). Baudrillard berpendapat bahwa konsumsi tidak lagi didasarkan pada kebutuhan fungsional, melainkan pada nilai simbolik dan tanda yang melekat pada barang-barang konsumsi. Dalam masyarakat konsumsi, individu mengonsumsi bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk mengonstruksi identitas dan status sosial mereka. Selanjutnya mengenai hiperrealitas yang menggambarkan kondisi di mana realitas digantikan oleh simulasi yang lebih "nyata" dari aslinya. Baudrillard berpendapat bahwa pengalaman kita tentang dunia semakin dimediasi oleh konstruksi budaya dan media (Kellner, 2019).

4. Kata Kunci

Jean Baudrillard mengkonsepkan pemikirannya mengenai perilaku konsumtif, berikut ini kata kunci teori dari teori tersebut:

- a. Simulasi: Proses penciptaan realitas buatan melalui tanda dan citra yang menggantikan realitas asli. Simulasi dalam pemikiran Baudrillard merupakan

fenomena kompleks yang menandai pergeseran fundamental dalam cara kita memahami dan berinteraksi dengan realitas. Konsep ini menggambarkan proses di mana representasi, atau tanda-tanda, tidak lagi sekadar mencerminkan atau menggambarkan realitas, tetapi justru menggantikannya secara total (Baudrillard, 1994). Dalam era simulasi, model-model dan citra-citra yang diciptakan menjadi lebih "nyata" daripada kenyataan itu sendiri, membentuk apa yang Baudrillard sebut sebagai "hiperrealitas". Sebagai contoh, dalam konteks *Mobile Legends* sejalan yang dikatakan oleh Baudrillard karena adanya pergeseran fundamental dari realitas yang ada. Hal ini bisa dilihat melalui pembelian item eksklusif yang relatif lebih murah dengan harga aslinya, dengan catatan pemain yang ingin mendapatkan item eksklusif tersebut harus menyelesaikan misi dari item eksklusif tersebut yaitu melalui pembelian *diamond*.

- b. Hiperrealitas: Kondisi di mana realitas yang disimulasikan menjadi lebih nyata daripada kenyataan itu sendiri. Konsep yang dikembangkan oleh Jean Baudrillard, menggambarkan suatu kondisi di mana batas antara realitas dan simulasi menjadi sangat kabur, bahkan hilang sama sekali. Dalam keadaan ini, representasi atau simulasi realitas tidak hanya menggantikan kenyataan, tetapi juga menjadi lebih "nyata" dan lebih berpengaruh daripada realitas itu sendiri (Baudrillard, 1994). Hiperrealitas juga dapat di lihat dalam *Mobile Legends* yang dimana pengalaman yang disimulasikan pada *Mobile Legends* memberikan sensasi yang lebih intens dan nyata dari pada realitas itu sendiri.
- c. Simulakra: Representasi yang tidak lagi memiliki referensi pada realitas, tetapi hanya merujuk pada dirinya sendiri. Simulakra, konsep yang diperkenalkan oleh Jean Baudrillard, menggambarkan fenomena di mana representasi atau tanda telah sepenuhnya terputus dari realitas yang seharusnya. Dalam kondisi ini, tanda-tanda dan citra-citra tidak lagi berfungsi sebagai penanda yang mengacu pada objek atau konsep nyata (Baudrillard, 1994). Misalnya skin atau item yang terdapat pada *Mobile Legends* yang diproduksi oleh perusahaan Montoon sering kali menjadi lebih nyata karena efek visual skin yang di berikan menambah kesenangan dan kepuasan saat bermain.

- d. Masyarakat Konsumsi: Masyarakat yang perilaku konsumtifnya didorong oleh nilai simbolik atau tanda dari barang, bukan nilai guna atau kebutuhan nyata. Baudrillard (1998) berpendapat bahwa dalam masyarakat konsumen, orang-orang membeli produk bukan karena manfaat intrinsiknya, tetapi karena makna sosial dan kultural yang diasosiasikan dengan produk tersebut. Misalnya, pemain *Mobile Legends* yang melakukan pembelian item eksklusif bukan karena kebutuhan (item eksklusif tersebut tidak mempengaruhi pengalaman pada saat bermain) hanya menjadi simbol agar mendapatkan pengakuan status lebih tinggi dalam komunitas *game* atau teman sebayanya.
- e. Media dan Teknologi: Peran media dan teknologi dalam menciptakan dan menyebarkan simulasi serta hiperealitas yang memengaruhi pola konsumsi. Dalam era digital ini, media massa dan platform teknologi baru tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga aktif menciptakan realitas yang sering kali lebih menarik dan "nyata" daripada kenyataan itu sendiri (Baudrillard, 1998). Misalnya, konten kreator pada platform tik tok yang membuat konten seputar skin *Mobile Legends* yang menciptakan representasi skin yang melampaui kualitas sebenarnya, sehingga mendorong pemain *Mobile Legends* untuk membeli berdasarkan citra yang disimulasikan pada konten tik tok tersebut.
- f. Budaya Konsumerisme: Pola budaya yang didominasi oleh konsumsi barang dan jasa yang melampaui kebutuhan fungsional. Dalam konteks ini, tindakan membeli dan mengonsumsi tidak lagi sekadar memenuhi kebutuhan dasar, tetapi menjadi cara untuk mengekspresikan identitas, status sosial, dan aspirasi individu. Baudrillard (1998) berpendapat bahwa dalam masyarakat konsumeris, objek-objek konsumsi menjadi tanda-tanda dalam sistem semiotik yang kompleks, di mana nilai simbolik seringkali lebih penting daripada nilai guna. Misalnya, pemain *Mobile Legends* yang membeli skin eksklusif yang bertujuan untuk mendapatkan pengakuan sosial, artinya agar mendapatkan status sosial yang tinggi baik di lingkungan komunitas atau teman sebayanya, serta menjadi gaya hidup seseorang dengan cara mengoleksi skin-skin eksklusif. Dengan demikian menciptakan siklus konsumsi yang tak akan pernah berakhir.

Kata kunci tersebut merangkum gagasan utama Baudrillard mengenai realitas masyarakat kontemporer yang semakin sulit membedakan antara yang nyata dan yang semu. Dalam pandangan Baudrillard, kehidupan modern didominasi oleh simulasi, yaitu penciptaan realitas buatan melalui simbol, tanda, dan citra yang terus-menerus direproduksi oleh media dan industri budaya. Akibatnya, individu tidak lagi mengonsumsi barang atau jasa berdasarkan kebutuhan riil, melainkan lebih karena daya tarik simbolik dan makna yang dilekatkan pada produk-produk tersebut. Manipulasi tanda dan pencitraan menjadi alat utama dalam membentuk keinginan dan perilaku konsumsi masyarakat. Dengan demikian, masyarakat modern cenderung hidup dalam kondisi hiperealitas, di mana batas antara kenyataan dan ilusi menjadi kabur, dan konsumsi pun berubah menjadi aktivitas yang lebih bersifat simbolis daripada fungsional.

BAB III

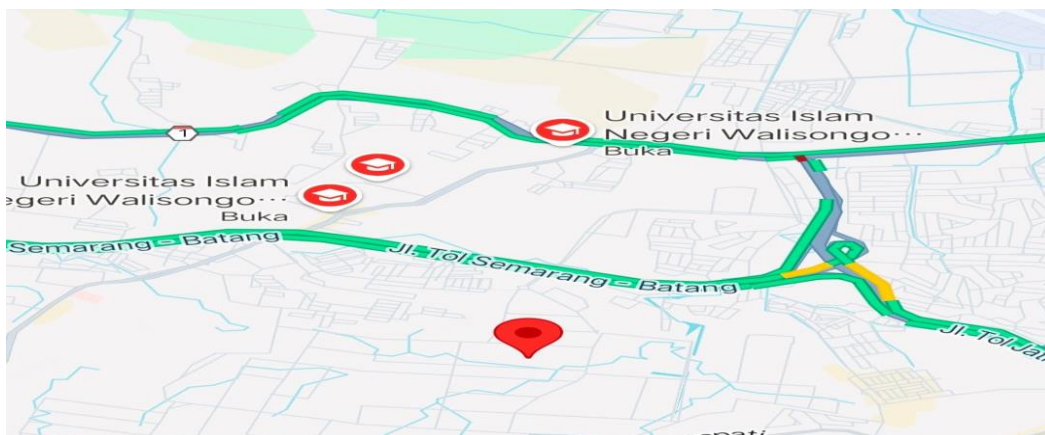
Komunitas *Mobile Legends*: Bang-Bang UIN Walisongo Semarang

A. Gambaran Umum dan Profil UIN Walisongo Semarang

1. Letak Geografis UIN Walisongo Semarang

Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang adalah salah satu institusi pendidikan tinggi Islam negeri yang berlokasi di Semarang, Jawa Tengah, Indonesia. Kampus ini berdiri di kawasan strategis di pesisir utara Pulau Jawa, tepatnya di Jalan Walisongo No. 3-5, Kecamatan Ngaliyan, dan menjadi pusat penting dalam perkembangan pendidikan tinggi Islam di wilayah tersebut. Sejak didirikan pada 6 April 1970, UIN Walisongo mengalami pertumbuhan yang signifikan dan kini menaungi berbagai fakultas serta pusat studi yang menunjang kegiatan akademik dan pengembangan ilmu pengetahuan (Huda, 2023). Letaknya yang berada di jalur utama Jalan Raya Pos atau Jalan Daendels yang kini dikenal sebagai Jalan Walisongo menjadikannya sangat strategis. Jalan ini merupakan salah satu jalur utama transportasi dan ekonomi di Pulau Jawa karena menghubungkan sejumlah kota besar di pesisir utara. Posisi kampus yang berada di jalur ini tidak hanya mempermudah akses bagi mahasiswa dan sivitas akademika, tetapi juga memperkuat peran UIN Walisongo dalam dinamika sosial, ekonomi, dan budaya di wilayah Semarang dan sekitarnya. Berikut detail lokasi kampus UIN Walisongo Semarang:

Gambar 1 Peta UIN Walisongo Semarang



Sumber: Google Maps (google.maps.com, 2025)

- a. Kampus 1: Terletak di Jalan Walisongo No. 3-5, Jragah, Kota Semarang, Jawa Tengah 50185. Lokasinya tepat di seberang Pasar Jragah, sehingga sangat mudah diakses, baik melalui jalur utama Kota Semarang maupun dengan menggunakan transportasi umum.
- b. Kampus 2: Terletak di Jalan Prof. Hamka, Ngaliyan, Kota Semarang 50185, tepat berhadapan dengan Vila Ngaliyan 2. Lokasinya mudah diakses dari Jalan Prof. Hamka, baik melalui pintu gerbang utama maupun melalui jalur alternatif Jurang Asmara (Juras) yang menghubungkan Kampus 2 dan Kampus 3.
- c. Kampus 3: Terletak di Jalan Prof. Hamka, Ngaliyan, Kota Semarang 50185, kawasan ini berada pada jalur yang sama dengan Kampus 2. Akses menuju lokasi ini sangat mudah dan tersedia jalur langsung yang menghubungkannya.

Kampus 1 berfungsi sebagai pusat administrasi utama UIN Walisongo. Di area ini berdiri Gedung Rektorat yang menjadi pusat pengelolaan kebijakan dan aktivitas kampus secara menyeluruh. Selain sebagai pusat administrasi, Kampus 1 juga menjadi lokasi perkuliahan bagi mahasiswa program pascasarjana dan sebagian mahasiswa program sarjana, dengan dukungan gedung-gedung perkuliahan yang representatif. Fasilitas penunjang di kawasan ini pun sangat lengkap, meliputi wisma mahasiswa yang nyaman, Koperasi Pegawai Republik Indonesia (KPRI) Nusantara yang melayani kebutuhan harian civitas akademika, serta Klinik Pratama yang menyediakan layanan kesehatan gratis khusus bagi mahasiswa. Tak hanya itu, tersedia pula Auditorium I untuk menyelenggarakan berbagai acara besar, lapangan tenis sebagai sarana olahraga, masjid untuk kegiatan keagamaan, serta RA Al-Hidayah, sekolah usia dini bagi anak-anak.

Sementara itu, Kampus 2 lebih difokuskan sebagai kawasan akademik yang menjadi pusat kegiatan belajar-mengajar bagi beberapa fakultas utama. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK), Fakultas Ushuluddin dan Humaniora, serta Fakultas Sains dan Teknologi menempati gedung-gedung modern yang berada di kawasan ini. Selain ruang perkuliahan, Kampus 2 juga dilengkapi dengan fasilitas penunjang seperti Taman EduPark, Taman Revolusi, Taman Nyamuk, dan Taman Jati yang menambah

suasana hijau dan nyaman. Fasilitas olahraga seperti lapangan futsal turut tersedia, disertai masjid yang berfungsi sebagai pusat ibadah.

Fasilitas penunjang seperti perpustakaan yang memadai, Ma'had Al-Jamiah sebagai tempat tinggal bagi mahasiswa baru, serta gedung Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) turut melengkapi sarana pengembangan diri mahasiswa di luar kegiatan perkuliahan. Kampus 3 dikenal sebagai kawasan paling padat dan representatif di lingkungan UIN Walisongo. Area ini menjadi pusat perkuliahan bagi sejumlah fakultas utama, antara lain Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK), Fakultas Syariah dan Hukum (FSH), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), serta Fakultas Psikologi dan Kesehatan (FPK).

Selain gedung-gedung perkuliahan, Kampus 3 juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas unggulan, seperti Pusat Pengembangan Bahasa, masjid, perpustakaan, serta pusat layanan teknologi informasi melalui PTIPD (Pusat Teknologi Informasi dan Pangkalan Data) dan ICT (*Information and Communication Technology*). Area ini juga memiliki Auditorium 2, Walisongo Center, *food court*, taman-taman hijau, dan area lapang yang menjadi tempat interaksi dan aktivitas mahasiswa. Berbagai sarana pendukung lainnya, seperti Gedung Serbaguna (GSG), Planetarium dan Observatorium, Gedung Rektorat, Laboratorium Terpadu, serta Gedung *Islamic Development Bank* (IsDB) yang menaungi beberapa fakultas, semakin memperkuat posisi Kampus 3 sebagai pusat utama kegiatan akademik maupun non-akademik di lingkungan universitas (Humas, 2023).

2. Sejarah UIN Walisongo Semarang

Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang resmi didirikan pada 6 April 1970 melalui Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia (KH. M. Dachlan) Nomor 30 dan 31 Tahun 1970. Pada awal berdirinya, institusi ini bernama Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Walisongo (Mustafidah, 2021). Perubahan status dari IAIN menjadi UIN mencerminkan komitmen institusi ini dalam memperluas cakupan keilmuan, tidak hanya terbatas pada studi keislaman, tetapi juga mencakup disiplin ilmu umum yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern.

Lahirnya UIN Walisongo tidak terlepas dari tingginya kebutuhan masyarakat santri di Jawa Tengah yang ingin melanjutkan pendidikan ke tingkat perguruan tinggi

setelah menamatkan studi di pesantren. Jawa Tengah dikenal sebagai salah satu wilayah dengan konsentrasi pesantren terbesar di Indonesia, sehingga keberadaan lembaga pendidikan tinggi berbasis Islam menjadi suatu kebutuhan mendesak saat itu. Dengan berdirinya UIN Walisongo, para alumni pesantren mendapatkan peluang yang lebih luas untuk menimba ilmu dan mengembangkan keterampilan, serta turut berperan dalam pembangunan nasional melalui pendidikan yang dilandasi oleh nilai-nilai Islam.

Gambar 2 Gerbang Kampus 3



Sumber: Website UIN Walisongo Semarang 9 Juni 2025

Upaya pendirian IAIN Walisongo telah dirintis sejak tahun 1963 dengan dimulainya pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam di Kudus. Inisiatif ini diprakarsai oleh Drs. Soenarto Notowidagdo yang memiliki visi mendirikan perguruan tinggi Islam di wilayah pesisir utara Jawa Tengah, khususnya Kudus—wilayah yang mayoritas penduduknya beragama Islam dan banyak berprofesi sebagai petani serta pedagang. Setelah melalui berbagai diskusi dan pertemuan, disepakati pembentukan dua fakultas di Kudus, yaitu fakultas agama dan fakultas ekonomi. Fakultas ekonomi berada di bawah pembinaan Universitas Diponegoro, sementara fakultas agama, yang awalnya dirancang sebagai fakultas dakwah, kemudian dialihkan menjadi fakultas tarbiyah dengan jurusan pendidikan agama. Perubahan ini dilakukan atas pertimbangan kesiapan sumber daya dan hasil konsultasi dengan IAIN Sunan Kalijaga.

Semangat pendirian IAIN Walisongo semakin kuat ketika Drs. Soenarto Notowidagdo menjabat sebagai Ketua Lembaga Pendidikan Ma'arif NU Jawa Tengah sekaligus Bupati Kudus pada tahun 1962. Selain di Kudus, inisiatif pendirian juga berlangsung di Semarang, melalui perintisan Fakultas Syariah. Pada 22 Mei 1969, panitia pendiri IAIN Walisongo resmi dibentuk berdasarkan Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 40 Tahun 1969, dengan Drs. Soenarto Notowidagdo sebagai ketua. Dukungan dari berbagai tokoh masyarakat dan pejabat daerah turut memperkuat proses pendirian, hingga akhirnya IAIN Walisongo resmi didirikan secara nasional pada tahun 1970. K.H. Zubair diangkat sebagai rektor pertama, memimpin institusi ini dari tahun 1970 hingga 1972 (Mustafidah, 2021).

Pada masa awal pendiriannya, IAIN Walisongo memiliki lima fakultas yang tersebar di berbagai kota di Provinsi Jawa Tengah. Fakultas-fakultas tersebut meliputi Fakultas Dakwah yang berlokasi di Semarang, Fakultas Syari'ah yang berada di Bumiayu dan Demak, Fakultas Ushuluddin di Kudus, serta Fakultas Tarbiyah di Salatiga. Penyebaran geografis ini mencerminkan komitmen IAIN Walisongo untuk memperluas jangkauan pendidikan tinggi Islam, sehingga dapat diakses oleh calon mahasiswa dari berbagai wilayah dan latar belakang.

Fakultas Dakwah di Semarang menjadi salah satu fakultas tertua dalam lingkungan IAIN Walisongo (Mustafidah, 2021). Fakultas ini memiliki sejarah panjang dalam pengembangan keilmuan dakwah dan komunikasi Islam, serta memainkan peran strategis dalam mencetak tenaga profesional di bidang tersebut. Melalui beragam program studi dan kegiatan akademik yang terus berkembang, Fakultas Dakwah berkomitmen untuk meningkatkan mutu pendidikan dan riset, serta memberikan kontribusi signifikan dalam penguatan dakwah dan komunikasi Islam di Indonesia.

Seiring waktu, IAIN Walisongo mengalami perkembangan yang signifikan, baik dalam jumlah fakultas maupun program studi yang tersedia. Institusi ini terus berinovasi dengan menghadirkan berbagai jurusan baru yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan ilmu pengetahuan. Selain mengutamakan studi keislaman, IAIN Walisongo juga mulai mengembangkan program studi di bidang sains, sosial, dan humaniora. Perkembangan tersebut menunjukkan komitmen kuat institusi

dalam menyediakan pendidikan berkualitas yang kompetitif dan mampu menjawab tantangan zaman.

Puncak dari perjalanan ini terjadi pada 19 Desember 2014, saat IAIN Walisongo secara resmi berubah status menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 130 Tahun 2014. Peresmian perubahan ini dilakukan langsung oleh Presiden Joko Widodo di Istana Merdeka, Jakarta, bersamaan dengan dua UIN lainnya, yakni UIN Raden Patah Palembang dan UIN Sumatera Utara. Perubahan status ini membuka peluang lebih luas bagi UIN Walisongo untuk berkembang sebagai universitas Islam unggulan dan berdaya saing di tingkat nasional maupun internasional, sekaligus memperkuat perannya dalam mencetak generasi intelektual Muslim yang memberikan kontribusi nyata bagi bangsa dan negara.

Nama “Walisongo” dipilih sebagai simbol sekaligus sumber inspirasi bagi sejarah perguruan tinggi agama Islam terbesar di Jawa Tengah. Nama ini tidak sekadar menjadi identitas, tetapi juga mencerminkan cita-cita mulia untuk melanjutkan tradisi Islam yang inklusif dan toleran sebagaimana diwariskan oleh para wali sembilan (Walisongo). Dengan mengadopsi nama ini, perguruan tinggi berkomitmen untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, sehingga dapat berperan aktif dalam mencerdaskan bangsa serta berkontribusi dalam pembangunan peradaban umat yang berlandaskan nilai-nilai Islam.

Lebih dari sekadar nama, UIN Walisongo dikenal sebagai kampus yang mengembangkan paradigma keilmuan *Unity of Science* atau *Wahdatul Ulum* (Kesatuan Ilmu). Paradigma ini diilustrasikan dengan metafora “Intan Berlian Ilmu,” yang menggambarkan harmonisasi antara ilmu agama dan ilmu umum secara terpadu (Mustafidah, 2021). Melalui pendekatan ini, UIN Walisongo berusaha mencetak lulusan yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki karakter dan spiritualitas yang kuat. Dengan demikian, kampus ini menjadi pelopor dalam membentuk generasi intelektual muslim yang siap menghadapi tantangan global tanpa kehilangan identitas keislamannya.

3. Visi, Misi, dan Tujuan UIN Walisongo Semarang

a. Visi

Visi dari UIN Walisongo Semarang yaitu menjadi Universitas Islam Riset Terdepan Berbasis pada Kesatuan Ilmu Pengetahuan untuk Kemanusiaan dan Peradaban pada Tahun 2038.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran IPTEKS (Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni) berbasis kesatuan ilmu pengetahuan untuk menghasilkan lulusan profesional dan berakhlak al-karimah.
- 2) Meningkatkan kualitas penelitian untuk kepentingan Islam, ilmu, dan masyarakat.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian yang bermanfaat untuk pengembangan masyarakat.
- 4) Menggali, mengembangkan, dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal.
- 5) Mengembangkan kerja sama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional, dan internasional.
- 6) Mewujudkan tata pengelolaan kelembagaan profesional berstandar internasional.

c. Tujuan

- 1) Melahirkan lulusan yang memiliki kapasitas akademik, profesional, dan berakhlakul karimah yang mampu menerapkan dan mengembangkan kesatuan ilmu pengetahuan.
- 2) Menghasilkan karya penelitian yang bermanfaat untuk kepentingan Islam, ilmu, dan masyarakat.
- 3) Menghasilkan karya pengabdian yang bermanfaat untuk pengembangan masyarakat.
- 4) Mewujudkan internalisasi nilai-nilai kearifan lokal dalam Tridharma perguruan tinggi.
- 5) Memperoleh hasil yang positif dan produktif dari kerja sama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional, dan internasional.

- 6) Lahirnya tata kelola perguruan tinggi yang profesional berstandar internasional.

4. Struktur Organisasi UIN Walisongo Semarang

Tabel 1 Struktur Organisasi UIN Walisongo Semarang

Jabatan	Nama
Rektor	Prof. Dr. H. Nizar, M.Ag.
Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan	Prof. Dr. H. M. Mukhsin Jamil, M.Ag.
Wakil Rektor Bidang Administrasi, Perencanaan, dan Keuangan	Dr. H. Ahmad Ismail, M.Ag.
Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama	Dr. H. A. Hasan Asy'ari Ulama'I, M.Ag.
Biro Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan	Drs. H. Teguh Sarwono, M.Si.
Biro Administrasi Akademik, Kemahasiswaan, dan Kerjasama	H. M. Fatah, S.Ag., M.Ed.
Kepala Pusat Penjaminan Asuransi	Dr. H. Tolkhahtul Khoir, M.A.
Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat	Prof. H. Akhmad Arif Junaidi, M.Ag.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi	Prof. Dr. Moh. Fauzi, M.Ag.
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum	Prof. Dr. H. Abdul Ghofur, M.Ag.
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Tarbiyah	Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag.
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Humaniora	Dr. Mokh. Sya'roni, M.Ag.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	Prof. Dr. Imam Yahya, M.Ag.
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan	Prof. Baidi Bukhori, S.Ag., M.Si.
Dekan Fakultas Sains dan Teknologi	Prof. Dr. Musahadi, M.Ag.
Direktur Pascasarjana	Prof. Muhyar Fanani, M.Ag.

Sumber: Website UIN Walisongo Semarang 9 Juni 2025

Berdasarkan tabel struktur organisasi UIN Walisongo Semarang yang disajikan, dapat dilihat bahwa institusi pendidikan tinggi Islam ini memiliki struktur

kepemimpinan yang komprehensif dan terorganisir dengan baik. Struktur organisasi dipimpin oleh Rektor Prof. Dr. H. Nizar, M.Ag, yang didampingi oleh tiga Wakil Rektor dengan bidang keahlian yang berbeda, yaitu Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan (Prof. Dr. H. M. Mukhsin Jamil, M.Ag), Wakil Rektor Bidang Administrasi, Perencanaan, dan Keuangan (Dr. H. Ahmad Ismail, M.Ag), serta Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama (Dr. H. A. Hasan Asy'ari Ulama'I, M.Ag). Di tingkat operasional, terdapat berbagai kepala biro dan pusat yang menangani aspek-aspek penting seperti administrasi umum, akademik, penjaminan mutu, dan penelitian, sementara struktur akademik terdiri dari delapan fakultas yang mencakup berbagai disiplin ilmu mulai dari Dakwah dan Komunikasi, Syariah dan Hukum, Keguruan dan Ilmu Tarbiyah, hingga Psikologi dan Kesehatan, yang masing-masing dipimpin oleh dekan dengan kualifikasi akademik tinggi bergelar doktor dan profesor. Struktur ini menunjukkan komitmen UIN Walisongo dalam menyelenggarakan pendidikan tinggi yang berkualitas dengan tata kelola yang profesional dan terintegrasi.

B. Gambaran Umum dan Profile Komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang

1. Sejarah Komunitas MLBB UIN Walisongo

Menurut penuturan dari ketua Komunitas MLBB UIN Walisongo, cikal bakal Komunitas MLBB UIN Walisongo bermula pada tahun 2017. Pada masa itu, komunitas ini masih tergolong kecil dan hanya diikuti oleh beberapa mahasiswa yang memiliki minat serupa terhadap *game Mobile Legends*. Kegiatan yang dilakukan pun masih sangat sederhana dan belum terkoordinasi secara resmi di bawah Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) maupun Walisongo Sport Club (WSC). Anggota yang terlibat hanya berasal dari teman dekat saja, sehingga ruang lingkup aktivitas komunitas masih terbatas.

Perjalanan komunitas mulai menunjukkan perkembangan signifikan pada tahun 2019. Saat itu, ketua komunitas berhasil menjalin kerja sama dengan Moonton, selaku pengembang *Mobile Legends*. Kolaborasi ini menjadi titik balik penting bagi komunitas, karena sejak saat itu berbagai kegiatan, khususnya turnamen internal, mulai rutin diadakan setiap minggu. Turnamen-turnamen ini tidak hanya menjadi ajang adu

kemampuan saja, tetapi menjadikan rasa solidaritas antar pemain pada komunitas mulai terbentuk.

Memasuki tahun 2021 hingga sekarang, pertumbuhan Komunitas MLBB UIN Walisongo semakin pesat. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya mahasiswa yang bergabung dan aktif mengikuti berbagai kegiatan komunitas. Tidak hanya itu, secara kelembagaan, komunitas ini kini telah berada di bawah naungan resmi Walisongo Sport Club (WSC), yang memberikan dukungan lebih baik dalam hal fasilitas dan pengembangan program. Dengan struktur yang semakin solid dan jaringan yang semakin luas, Komunitas MLBB UIN Walisongo terus berkembang menjadi salah satu komunitas gaming yang paling aktif dan berpengaruh di lingkungan kampus.

2. Visi, Misi, dan Tujuan

Visi komunitas MLBB UIN Walisongo adalah menjadi wadah utama bagi para penggemar *Mobile Legends* khususnya di lingkungan kampus UIN Walisongo Semarang untuk tumbuh bersama, membangun solidaritas, serta menciptakan lingkungan bermain yang positif, inspiratif, dan penuh semangat sportivitas. Kami berkomitmen untuk mendorong pengembangan bakat, mempererat persaudaraan antar pemain, serta menghadirkan pengalaman bermain yang menyenangkan dan bermakna bagi seluruh anggota komunitas. Maka dari itu untuk mewujudkan Misi dari komunitas MLBB UIN Walisongo adalah sebagai berikut:

a. Ketuhanan

Menumbuhkan sikap saling menghormati antar anggota tanpa memandang latar belakang kepercayaan, serta mengedepankan nilai-nilai moral dan etika dalam setiap interaksi di komunitas.

b. Komitmen

Menjaga konsistensi dalam mendukung perkembangan komunitas, aktif berpartisipasi dalam setiap kegiatan, serta selalu berupaya memberikan kontribusi terbaik demi kemajuan bersama.

c. Kompeten

Mendorong setiap anggota untuk terus meningkatkan kemampuan bermain, berbagi pengetahuan, dan saling membantu agar seluruh komunitas dapat berkembang secara optimal.

d. Kesetiaan

Menanamkan rasa setia terhadap komunitas dengan menjunjung tinggi persatuan, menjaga nama baik komunitas, serta selalu mendukung sesama anggota dalam suka maupun duka.

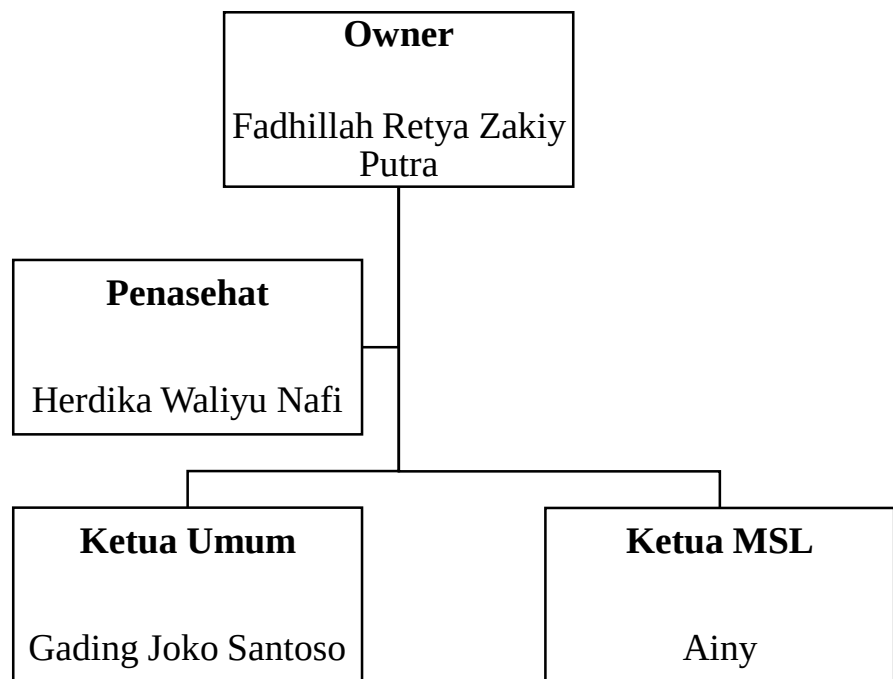
e. Kepribadian

Membangun karakter positif melalui sikap sportif, rendah hati, dan terbuka terhadap kritik maupun saran, sehingga tercipta lingkungan yang nyaman dan menyenangkan untuk semua.

3. Struktur Organisasi

Pengurus Komunitas MLBB UIN Walisongo yang berjumlah 4 orang terbagi dalam struktur komunitas berikut (Dokumen Komunitas MLBB UIN Walisongo, 2025).

Tabel 2 Struktur Organisasi Komunitas MLBB UIN Walisongo



Sumber: Ketua Umum Komunitas MLBB UIN Walisongo

Berdasarkan gambar yang ditampilkan, struktur organisasi Komunitas MLBB UIN Walisongo menunjukkan hierarki kepemimpinan yang terdiri dari empat posisi utama. Di puncak struktur terdapat Owner yang dijabat oleh Fadhillah Retya Zakly Putra, yang memiliki kewenangan tertinggi dalam komunitas ini. Posisi selanjutnya

adalah Penasehat yang dipegang oleh Herdika Waliyu Naili, yang berperan memberikan arahan dan masukan strategis kepada komunitas. Struktur ini kemudian terbagi menjadi dua cabang operasional, yaitu Ketua Umum yang dijabat oleh Gading Joko Santoso dan Ketua MSL (*Mobile Legends*) yang dipimpin oleh Ainy. Pembagian struktur organisasi ini menunjukkan adanya spesialisasi peran dan tanggung jawab yang jelas dalam mengelola komunitas *game Mobile Legends* Bang Bang di lingkungan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan sistem kepemimpinan yang terorganisir untuk memastikan efektivitas koordinasi dan pengelolaan kegiatan komunitas.

4. Aktivitas Komunitas MLBB UIN Walisongo

Komunitas MLBB UIN Walisongo secara rutin mengadakan berbagai kegiatan menarik, mulai dari sparing antartim hingga turnamen internal yang dirancang untuk mengasah kemampuan para anggota. Setiap pekan, sesi sparing diadakan sebagai wadah latihan bersama, di mana para pemain dapat bertukar strategi, belajar dari pengalaman satu sama lain, serta membangun kerja sama tim yang solid. Turnamen kecil yang diadakan secara berkala juga menjadi ajang pembuktian kemampuan sekaligus mempererat tali persaudaraan di antara anggota komunitas.

Puncak dari seluruh aktivitas komunitas ini adalah *event* besar tahunan yang selalu dinantikan. *Event* ini dirancang secara khusus sebagai perayaan kebersamaan dan pencapaian komunitas selama setahun terakhir. Dalam *event* tahunan tersebut, berbagai kompetisi seru digelar, mulai dari pertandingan MLBB tingkat komunitas, lomba strategi, hingga sesi diskusi dan sharing pengalaman dengan pemain-pemain berprestasi. Tidak hanya itu, *event* ini juga menjadi momen untuk memberikan penghargaan kepada anggota yang berprestasi dan berkontribusi aktif dalam komunitas.

5. Jaringan dan Sumber Dana

a. Jaringan Komunitas MLBB UIN Walisongo

Komunitas MLBB UIN Walisongo memiliki jaringan yang aktif dan terorganisir di lingkungan kampus UIN Walisongo Semarang. Anggotanya terdiri dari mahasiswa lintas fakultas yang rutin berinteraksi melalui berbagai platform digital, seperti grup WhatsApp, Instagram, dan YouTube. Melalui media sosial ini,

komunitas membagikan informasi seputar agenda turnamen, sesi latihan bersama (sparing), serta pengumuman kegiatan lainnya. Komunitas juga menjalin kolaborasi dengan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di berbagai fakultas, misalnya UKM EBI Sport di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang pernah menyelenggarakan turnamen *Mobile Legends* khusus untuk mahasiswa UIN Walisongo. Selain itu, komunitas kerap mengadakan *event* bersama komunitas MLBB dari luar kampus, memperluas relasi dan jejaring di tingkat regional maupun nasional

b. Sumber Dana Komunitas MLBB UIN Walisongo

Sumber dana komunitas MLBB berasal dari berbagai jalur, baik internal maupun eksternal. Secara umum, pendanaan komunitas dapat berasal dari:

- 1) Kontribusi Anggota: Beberapa komunitas mengumpulkan dana melalui iuran rutin atau patungan anggota untuk mendukung operasional, hadiah turnamen, dan kebutuhan acara.
- 2) Investasi Pengembang *Game*: Moonton selaku pengembang *Mobile Legends* secara aktif menginvestasikan dana besar untuk pengembangan komunitas dan ekosistem esports di Indonesia, termasuk mendukung penyelenggaraan turnamen, pelatihan, dan inisiatif komunitas, dengan investasi mencapai ratusan miliar rupiah.
- 3) Ekonomi Kreatif Internal: Komunitas MLBB UIN Walisongo juga mengembangkan sumber dana mandiri melalui jasa joki *game* dan layanan top up *diamond Mobile Legends*. Inovasi ini tidak hanya menambah pemasukan komunitas, tetapi juga memberikan peluang ekonomi bagi anggota yang ingin memanfaatkan keahlian mereka di bidang *game* online.

Komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang telah mengalami perkembangan yang sangat signifikan sejak didirikan pada tahun 2017. Dari sebuah komunitas kecil yang hanya terdiri dari beberapa mahasiswa dengan minat serupa terhadap *game Mobile Legends*, komunitas ini telah bertransformasi menjadi salah satu komunitas gaming yang paling aktif dan berpengaruh di lingkungan kampus UIN Walisongo Semarang. Perjalanan komunitas menunjukkan kemajuan yang terstruktur dan berkelanjutan, dimana titik balik penting terjadi pada tahun 2019 ketika berhasil

menjalin kerja sama dengan Moonton sebagai pengembang *Mobile Legends*. Kolaborasi strategis ini memungkinkan komunitas untuk mengadakan turnamen internal secara rutin setiap minggu, yang tidak hanya berfungsi sebagai ajang kompetisi tetapi juga sebagai wadah membangun solidaritas antar anggota. Dari aspek organisasi, komunitas telah memiliki struktur kepemimpinan yang jelas dan terorganisir dengan empat posisi utama: Owner, Penasehat, Ketua Umum, dan Ketua MSL. Struktur ini menunjukkan adanya spesialisasi peran dan tanggung jawab yang efektif dalam mengelola kegiatan komunitas. Visi dan misi komunitas juga telah terdefinisi dengan baik, mengedepankan nilai-nilai ketuhanan, komitmen, kompetensi, kesetiaan, dan kepribadian. Keberhasilan komunitas juga tercermin dari diversifikasi kegiatan yang diselenggarakan, mulai dari sesi sparing rutin hingga *event* besar tahunan yang menjadi puncak aktivitas komunitas. Jaringan komunitas yang luas melalui berbagai platform digital dan kolaborasi dengan Unit Kegiatan Mahasiswa menunjukkan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan anggota. Yang tidak kalah penting adalah inovasi dalam pengembangan sumber dana melalui ekonomi kreatif internal, seperti jasa joki *game* dan layanan top up *diamond Mobile Legends*. Strategi ini tidak hanya menjamin keberlanjutan finansial komunitas tetapi juga memberikan peluang ekonomi bagi anggota untuk memanfaatkan keahlian mereka di bidang *game* online. Secara keseluruhan, Komunitas MLBB UIN Walisongo telah berhasil membuktikan diri sebagai model komunitas gaming yang sehat, terorganisir, dan berkelanjutan di lingkungan akademik, dengan fondasi yang kuat untuk terus berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi ekosistem esports di Indonesia.

BAB IV

Perilaku Konsumtif Pemain *Mobile Legends* pada Komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang

A. Simulasi Pemain pada Komunitas MLBB UIN Walisongo dalam Turnamen

Jean Baudrillard merupakan seseorang tokoh sosiologi, filsuf, dan kritikus budaya asal Prancis yang lahir di Reims pada, 27 Juli 1929 dan meninggal di Paris pada, 6 Maret 2007. Menurut Baudrillard simulasi merupakan proses penciptaan realitas buatan melalui tanda dan citra yang menggantikan realitas asli. Konsep simulasi dalam permainan video mengacu pada representasi dunia nyata atau situasi yang dibuat secara digital dalam bentuk permainan.

Gambar 3 Tim dari Komunitas MLBB UIN Walisongo sedang melakukan turnamen online



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Gambar di atas menunjukkan bahwa tim dari Komunitas MLBB UIN Walisongo sedang berpartisipasi dalam sebuah turnamen. Hal ini bisa terlihat dari antusiasme dan kekompakan para anggota tim yang sedang berkompetisi, yang menunjukkan komitmen mereka dalam mengembangkan kemampuan serta memperkuat solidaritas di antara sesama pemain komunitas. Sebelum mengikuti turnamen *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB), persiapan yang matang menjadi faktor kunci untuk meraih hasil optimal. Persiapan tersebut meliputi berbagai aspek, mulai dari latihan rutin bersama anggota tim, analisis strategi

lawan, hingga menjaga kondisi fisik dan mental para pemain. Selain itu, penting pula untuk memastikan seluruh perangkat yang digunakan, seperti ponsel dan jaringan internet, berada dalam kondisi prima guna menghindari gangguan teknis selama pertandingan.

Tidak kalah penting, komunikasi dan kerja sama tim harus terus diasah melalui scrim atau latihan tanding melawan tim lain, sehingga setiap anggota memahami peran dan tugasnya masing-masing dalam setiap situasi permainan. Keterlibatan mereka dalam turnamen tersebut juga menjadi bukti nyata bahwa komunitas ini tidak hanya berfokus pada aspek hiburan, tetapi juga berupaya meningkatkan prestasi dan membangun jejaring sosial di lingkungan kampus, salah satunya yaitu melalui partisipasi pemain dalam sebuah turnamen. Adapun pendukung dari data ini yaitu Eri salah satu pemain dari komunitas MLBB UIN Walisongo yang ikut berpartisipasi dalam turnamen tersebut, penuturan dalam wawancara:

“Itu biasanya kita harus melakukan scrim dulu kayak latihan dulu sama temen-temen berlima, biasanya sebelum turnamen kita harus melihat space hero yang di revamp gt lho sama montoon, jadi kita tau hero power yang harus dipake terus lawan nya pke hero apa kita harus mengcounter balik. Untuk breafing setelah turnamen pastinya ada si mas, kan kita ngga tau soal kemenangan atau kekalahan kita. Kalo untuk scrim atau latihan sebelum turnamen itu sangat penting karena kita mencari chemistry atau kekompakan kita ntar waktu turnamen”. (Wawancara dengan Eri, Pemain di Komunitas MLBB UIN Walisongo, 11 Juni 2025)

Menurut penuturanya, dalam persiapan menghadapi sebuah turnamen, tim biasanya melaksanakan serangkaian aktivitas persiapan yang terstruktur dan sistematis. Proses persiapan dimulai dengan pelaksanaan scrimmage atau latihan intensif bersama seluruh anggota tim yang terdiri dari lima pemain. Kegiatan ini bertujuan untuk membangun koordinasi dan sinkronisasi antarpemain sebelum memasuki turnamen resmi. Selain aspek latihan teknis, tim juga melakukan analisis mendalam terhadap pembaruan atau revamp yang dilakukan oleh developer *game*, khususnya Moonton, terhadap karakter-karakter hero dalam permainan. Proses analisis ini mencakup pemahaman mengenai kekuatan dan kemampuan baru dari setiap hero yang telah diperbarui, serta strategi counter-pick yang efektif untuk mengantisipasi pilihan hero lawan. Evaluasi pasca-turnamen juga menjadi bagian integral dari proses pengembangan tim, di mana dilakukan pembahasan menyeluruh mengenai performa tim, baik dalam kondisi kemenangan maupun kekalahan. Aspek penting yang tidak dapat diabaikan adalah pentingnya scrimmage dan latihan pra-turnamen dalam membangun chemistry atau kekompakan tim. Melalui latihan intensif ini, anggota tim dapat mengembangkan pemahaman mutual dan kekompakan yang akan menjadi

fondasi kuat dalam menghadapi tekanan kompetisi turnamen. Dengan demikian, persiapan yang komprehensif ini mencakup tidak hanya aspek teknis permainan, tetapi juga aspek psikologis dan sosial yang mendukung performa optimal tim selama kompetisi berlangsung.

Simulasi dalam dunia permainan elektronik merujuk kepada penciptaan representasi digital dari realitas atau kondisi tertentu yang diwujudkan melalui medium permainan interaktif. Khususnya dalam ranah *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB), konsep simulasi menghadirkan arena virtual yang memberikan kesempatan kepada para *gamer* untuk merasakan pengalaman pertandingan yang bersifat kompetitif, menyerupai atmosfer turnamen esports profesional. Fungsi simulasi dalam industri gaming tidak terbatas pada aspek rekreasi semata, melainkan berperan sebagai medium edukasi dan sarana untuk mengasah kemampuan taktis para pemainnya. Kehadiran komunitas MLBB di lingkungan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang mencerminkan suatu gejala kontemporer dimana para mahasiswa menginisiasi dan menyelenggarakan kegiatan esports di dalam ekosistem pendidikan tinggi. Fenomena ini mengindikasikan proses integrasi teknologi digital yang telah merambah ke dalam dinamika kehidupan perguruan tinggi, sekaligus membentuk arena baru bagi mahasiswa untuk mengekspresikan jiwa kompetitif mereka. Hal sejalan yang diutarakan oleh Ute sebagai Pemain MLBB:

“Kalo persiapan dari tim saya yaitu dengan main terus si sebelum turnamen dan sudah terjadwalkan, start scrim atau sparing dari jam 8 malam sampai jam 10 malam. Selanjutnya main cuma buat have fun aja. Untuk strategi yang digunakan waktu bermain si jangan ada tekanan, jangan dibawa pusing, dan pasti kompak biar mainya lepas aja gitu” (Wawancara dengan Ute, Pemain yang berpartisipasi dalam turnamen, 11 Juni 2025)

Paparan yang disampaikan Ute bahwasanya dalam sebuah tim memiliki cara khusus untuk persiapan sebelum mengikuti turnamen. Mereka rutin berlatih setiap hari dengan jadwal yang sudah ditentukan. Tanding latihan dimulai dari jam 8 malam sampai jam 10 malam. Setelah latihan selesai, para pemain biasanya tetap bermain tapi hanya untuk bersenang-senang saja. Yang menarik dari tim ini adalah cara mereka menghadapi pertandingan. Mereka percaya bahwa bermain tanpa beban adalah kunci utama. Tim ini selalu mengingatkan anggotanya untuk tidak merasa tertekan dan tidak terlalu memikirkan hal-hal rumit saat bermain. Yang paling penting bagi mereka adalah menjaga kekompakan tim agar bisa bermain dengan bebas dan natural. Cara sederhana ini ternyata cukup efektif dengan tidak memberikan tekanan berlebihan pada diri sendiri dan fokus pada kerja sama

tim, para pemain bisa menampilkan permainan terbaik mereka. Pendekatan santai namun serius ini membantu tim tetap solid dan tidak mudah panik saat menghadapi situasi sulit dalam pertandingan.

Salah satu pemain pada komunitas MLBB UIN Walisongo bernama Dul menghabiskan 5–8 jam sehari untuk bermain MLBB guna persiapan mengikuti sebuah turnamen. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan kecenderungan konsumtif terhadap waktu dan energi. Waktu yang seharusnya dapat digunakan untuk belajar, bekerja, bersosialisasi, atau beristirahat justru teralokasi secara berlebihan untuk aktivitas bermain. Perilaku ini mencerminkan konsumsi sumber daya pribadi secara terus-menerus tanpa mempertimbangkan manfaat jangka panjang atau dampaknya terhadap aspek kehidupan lainnya. Semakin sering dan lama mereka bermain, semakin besar keinginan untuk terus terlibat dalam game, sehingga menciptakan siklus konsumsi yang sulit dihentikan. Siklus ini menunjukkan bagaimana pemain terus-menerus "menghabiskan" waktu, fokus, dan tenaga untuk aktivitas yang bersifat kenyataan buatan, yang dalam konteks teori Baudrillard dapat dipahami sebagai keterlibatan dalam dunia yang menggantikan realitas asli. Akibatnya, batas antara dunia nyata dan dunia permainan semakin kabur, dan prioritas kehidupan nyata menjadi tergeser oleh daya tarik dunia virtual tersebut.

Berdasarkan teori simulasi Jean Baudrillard (1994), permainan digital seperti *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB) merupakan bentuk nyata dari penciptaan realitas buatan melalui tanda dan citra yang menggantikan realitas asli. Dalam komunitas MLBB UIN Walisongo, simulasi ini terwujud melalui arena virtual yang meniru pengalaman kompetisi nyata, sehingga para pemain merasakan suasana turnamen *esports* profesional meski hanya melalui layar ponsel. Aktivitas latihan intensif, analisis strategi, dan evaluasi performa tim menunjukkan bahwa simulasi dalam permainan tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai medium edukasi dan pengembangan kemampuan kerjasama. Namun, intensitas bermain yang tinggi seperti pemain yang menghabiskan 5–8 jam per hari untuk latihan menggeser batas antara dunia nyata dan dunia permainan, mengaburkan prioritas kehidupan nyata dan identitas sosial.

Kecenderungan pemain untuk mengalokasikan waktu dan energi secara berlebihan ke dalam permainan mencerminkan proses konsumsi sumber daya pribadi yang terus-menerus sehingga menciptakan siklus konsumsi yang sulit dihentikan. Hal ini sejalan

dengan konsep Baudrillard (1994) di mana masyarakat modern semakin terjebak dalam realitas buatan, sehingga pengalaman virtual menjadi lebih nyata dan mempengaruhi perilaku serta prioritas hidup. Meskipun simulasi dalam permainan dapat menjadi sarana edukasi, membangun solidaritas, dan jejaring sosial di kampus, risiko keterlibatan berlebihan dalam dunia virtual tetap perlu diwaspadai agar tidak mengorbankan kehidupan nyata dan identitas sosial para pemain. Dengan demikian, komunitas MLBB UIN WALISONGO menjadi contoh nyata bagaimana simulasi digital telah merambah ke dalam dinamika kehidupan kampus, membentuk arena baru bagi mahasiswa untuk mengekspresikan jiwa kompetitif mereka.

B. Tindakan Hiperrealitas Pemain pada Komunitas MLBB UIN Walisongo

Tindakan hiperrealitas dalam komunitas *Mobile Legends*: Bang-Bang merupakan manifestasi perilaku dimana pemain tidak lagi dapat membedakan secara jelas antara realitas virtual dalam permainan dengan kenyataan hidup sehari-hari. Dalam konteks *Mobile Legends*: Bang Bang (MLBB), tindakan hiperrealitas mencerminkan kondisi dimana para pemain dalam komunitas mengalami pengaburan batas antara dunia permainan dan realitas akademik mereka. Jean Baudrillard mendefinisikan hiperrealitas sebagai keadaan dimana simulasi dan representasi digital menjadi lebih dominan daripada realitas asli, menciptakan pengalaman yang terasa lebih nyata dibandingkan kenyataan sebenarnya.

Fenomena ini bisa terlihat melalui berbagai bentuk tindakan yang dilakukan pemain di komunitas MLBB UIN Walisongo, mulai dari perubahan pola komunikasi hingga adopsi identitas virtual yang kemudian mempengaruhi interaksi sosial mereka di dunia nyata. Tindakan hiperrealitas tidak semata-mata berupa aktivitas bermain, melainkan meliputi serangkaian perilaku kompleks yang mencakup aspek konsumsi digital, pembentukan identitas virtual, dan restrukturisasi prioritas kehidupan. Paparan tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh Udin:

“Saya sendiri sering menghabiskan waktu saya untuk bermain *Mobile Legends*, sampe saya itu terlalu larut lupa dengan kehidupan di sekitar saya buat push rank, dan itu juga saya ngorbanin jam tidur saya demi push rank. Itu juga aslinya ga bagus kek gt tapi saya itu sudah terpengaruh oleh dunia virtual” (Wawancara dengan Udin, pemain yang melakukan pembelian item eksklusif, 11 juni 2025).

Paparan diatas menunjukan bahwa fenomena keterlibatan intensif dalam permainan *Mobile Legends* telah menjadi bagian signifikan dari rutinitas harian pemain. Aktivitas

gaming ini seringkali mengonsumsi porsi waktu yang relative banyak, hingga mencapai tingkat di mana pemain mengabaikan aspek-aspek kehidupan sosial di lingkungan sekitarnya. Motivasi utama yang mendorong perilaku ini adalah ambisi untuk mencapai peningkatan peringkat atau rank dalam sistem kompetitif permainan. Konsekuensi dari dedikasi berlebihan terhadap aktivitas *gaming* ini mencakup pengorbanan signifikan terhadap pola tidur yang sehat. Individu secara sadar mengurangi jam istirahat malam demi mempertahankan momentum dalam pencapaian target peringkat yang diinginkan. Meskipun terdapat kesadaran internal bahwa pola perilaku tersebut tidak kondusif bagi kesejahteraan fisik dan mental, namun daya tarik dari lingkungan virtual telah menciptakan pengaruh yang cukup kuat untuk mempertahankan kebiasaan tersebut.

Fenomena hiperrealitas menurut Baudrillard (1994) menemukan korelasi yang signifikan dalam konteks perilaku konsumtif di kalangan anggota komunitas *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB) di lingkungan UIN Walisongo. Pengalaman bermain *game*, sebagaimana yang dialami oleh salah satu pemain, menunjukkan bahwa batas antara realitas asli dan dunia virtual semakin kabur. Pemain seperti Udin cenderung menganggap pencapaian dalam permainan, seperti perolehan peringkat tinggi, kepemilikan item eksklusif, serta pengakuan sosial dari rekan sesama pemain, sebagai bagian dari identitas diri mereka. Akibatnya, pemain rela mengorbankan waktu istirahat, interaksi sosial di dunia nyata, bahkan kesehatan fisik demi memenuhi ekspektasi yang terbangun di dalam ekosistem digital MLBB. Hal ini memperkuat pendapat Baudrillard (1994) bahwa simulasi dalam media digital tidak hanya merepresentasikan kenyataan, tetapi juga mampu menciptakan sistem makna baru yang lebih berpengaruh dibandingkan realitas yang sebenarnya.

Kondisi tersebut menegaskan bahwa dunia virtual MLBB telah membentuk ruang pengalaman baru di mana identitas, prestasi, dan relasi sosial sebagian besar dikonstruksi melalui interaksi digital. Dalam komunitas MLBB UIN Walisongo, pemain kerap merasa lebih puas dan dihargai ketika mereka mampu mengejar pencapaian dalam permainan, meskipun hal ini berimplikasi pada penurunan produktivitas akademik maupun sosial di lingkungan nyata. Meski sebagian besar pemain menyadari potensi dampak negatif dari keterlibatan berlebihan dalam dunia *game*, daya tarik pengakuan dan kepuasan yang didapatkan dari simulasi digital cenderung lebih kuat memengaruhi perilaku mereka.

Fenomena ini sejalan dengan konsep hiperrealitas Baudrillard (1994), di mana simulasi digital tidak sekadar menggantikan, tetapi juga menggeser makna dan pengalaman realitas asli. Dengan demikian, realitas yang disimulasikan dalam MLBB menjadi lebih berarti dan berpengaruh bagi para pemain dibandingkan realitas asli yang mereka jalani sehari-hari.

C. Pembelian Item Eksklusif In-game sebagai Bentuk Simulakra Pemain pada Komunitas MLBB UIN Walisongo

Dalam era digital kontemporer, fenomena konsumsi virtual telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat yang dimediasi oleh teknologi komunikasi dan informasi digital. *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB) sebagai salah satu permainan daring yang populer di Indonesia telah menciptakan ekosistem virtual yang kompleks, di mana pemain dapat membeli berbagai item eksklusif menggunakan mata uang nyata. Fenomena ini menarik untuk dikaji melalui perspektif teori simulakra Jean Baudrillard, yang menjelaskan bagaimana realitas virtual dapat menggantikan atau bahkan mendahului realitas sesungguhnya. Dalam konteks *Mobile Legends* item eksklusif mencakup berbagai kategori seperti skin hero, emote, borders, dan aksesoris lainnya yang dapat dibeli menggunakan *diamond*. Item eksklusif seperti yang tersedia dalam *event collab* Naruto, Kishin Densetsu, Starlight, atau *event* 11.11 menjadi objek yang sangat diincar oleh pemain karena sifatnya yang terbatas dan sulit diperoleh. Keeksklusifan item-item ini bukan terletak pada fungsi praktisnya dalam *gameplay*, melainkan pada nilai simbolis dan status sosial yang dikandungnya. Skin dengan tier Epic atau Legendary tidak hanya mengubah penampilan hero, tetapi juga memberikan efek visual yang memukau dan animasi khusus yang membedakan pemain dari yang lain. Seperti yang disampaikan oleh Dul salah satu pemain yang melakukan perilaku konsumtif di Komunitas MLBB UIN Walisongo:

“Belakangan ini lumayan sering si, di karenakan saya ganti device, dulu nggak bisa ngerasain efek visual dari item eksklusif karena device yang masih kurang. Ya saya setiap sebulan sekali melakukan pembelian item eksklusif di ML dengan cara menabung untuk membeli item eksklusif di *event* yang akan datang”. (Wawancara dengan Dul, Pemain yang melakukan pembelian item eksklusif, 11 Juni 2025).

Dari hasil wawancara diatas, Dul mengatakan perubahan perangkat pribadi yang digunakan untuk bermain *Mobile Legends* telah berdampak signifikan terhadap pengalaman bermain individu tersebut. Sebelumnya, keterbatasan spesifikasi perangkat menyebabkan individu tidak dapat menikmati fitur visual dari item eksklusif yang tersedia dalam permainan. Namun, setelah melakukan upgrade perangkat, individu tersebut kini

dapat mengakses dan merasakan secara penuh efek visual yang ditawarkan oleh item eksklusif. Selain itu, individu juga menerapkan pola konsumsi yang terencana dengan melakukan pembelian item eksklusif secara berkala, yaitu setiap satu bulan sekali. Pembelian ini dilakukan dengan cara menabung terlebih dahulu, sehingga individu dapat mengikuti *event-event* tertentu dan memperoleh item eksklusif yang diinginkan. Pola konsumsi ini menunjukkan adanya kesadaran finansial serta motivasi untuk meningkatkan pengalaman bermain melalui investasi pada fitur premium yang tersedia dalam permainan *Mobile Legends*. Dengan demikian, perubahan perangkat dan pola konsumsi yang teratur berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pengalaman bermain individu tersebut secara keseluruhan.

Motivasi yang mendorong para pemain di komunitas *Mobile Legends*: Bang Bang (MLBB) Universitas Islam Negeri Walisongo (UIN Walisongo) untuk melakukan pembelian item eksklusif didasarkan pada beberapa faktor yang saling berkaitan. Pertama, terdapat dorongan intrinsik berupa keinginan memperoleh pengalaman bermain yang lebih optimal melalui akses terhadap fitur-fitur premium yang tidak tersedia secara gratis. Item eksklusif tersebut tidak hanya meningkatkan tampilan visual karakter, tetapi juga memberikan identitas serta prestise tertentu di antara sesama anggota komunitas, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan diri dan status sosial pemain di lingkungan virtual.

“Lebih kek kaya suka aja sama item eksklusif yang dibuat sama ML dan juga karena skin nya keren-keren karena efek visual yang memanjakan mata dan mendapatkan kepuasan tersendiri gitu, makanya saya terus-terusan beli item itu” (Wawancara dengan Adit, Pemain yang melakukan pembelian item eksklusif, 11 Juni 2025).

Dari paparan wawancara diatas yang dikatakan oleh Adit, motivasi utama yang mempengaruhi pemain untuk melakukan pembelian item eksklusif dalam *Mobile Legends* didasarkan pada ketertarikan estetika terhadap desain visual yang ditawarkan oleh *game* menarik. Pemain menunjukkan preferensi yang kuat terhadap koleksi item eksklusif atau tampilan karakter yang memiliki kualitas visual menarik. Daya tarik visual ini menjadi faktor yang kuat dalam keputusan pembelian oleh pemain, di mana pemain merasa tertarik secara spontan terhadap kreativitas desain yang diproduksi oleh tim pengembang *Mobile Legends*. Temuan ini menggambarkan motivasi pemain dalam ekonomi digital, di mana nilai dari produk virtual untuk mendapatkan pengakuan sosial atau sebuah ekspresi

identitas pada pemain. Hal ini pun diperkuat oleh Naya, pemain yang juga melakukan perilaku konsumtif, dalam wawancara:

“Saya membeli item eksklusif tersebut karena desain tampilan yang diberikan lucu dan saya bisa pamer ke temen-temen saya, ketika saya punya item eksklusif itu saya menjadi lebih pd, dan tentunya teman-teman saya iri karena belum punya” (Wawancara dengan Naya, pemain yang melakukan pembelian item eksklusif, 12 Juni 2025).

Dalam wawancara, bahwasanya Naya membeli item eksklusif karena desainya yang lucu, efek visual yang mewah, dan juga lebih percaya diri ketika main bareng bersama tim di komunitas MLBB UIN Walisongo. Pernyataan diatas merupakan alasan ketika ingin membeli item eksklusif.

Fenomena mengkonsumsi item eksklusif dalam *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB) sangat mencerminkan konsep simulakra yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard (1994). Item-item eksklusif seperti skin, emote, dan aksesoris dalam *game* tidak lagi memiliki nilai praktis yang berkaitan dengan peningkatan kemampuan bermain, melainkan menjadi tanda-tanda yang nilainya sepenuhnya simbolis dan terlepas dari realitas fisik. Item eksklusif dengan tier kolaborasi atau Legendary, misalnya, menjadi objek incaran bukan karena fungsinya, tetapi karena status sosial dan identitas unik yang diberikannya di dalam komunitas *game*. Motivasi pembelian yang diungkapkan oleh pemain seperti Adit dan Naya berdasarkan daya tarik estetika, keinginan untuk pamer, dan meningkatkan kepercayaan diri menunjukkan bahwa nilai utama item eksklusif ini terletak pada kemampuannya membangun citra dan pengakuan sosial di dunia virtual.

Lebih jauh lagi, pola konsumsi terencana seperti menabung demi membeli item eksklusif setiap bulan memperlihatkan bagaimana logika kapitalisme digital telah diinternalisasi oleh para pemain. Dalam konteks ini, simulakra berupa item virtual menjadi komoditas hiperreal yang nilainya dibangun oleh sistem tanda dan kelangkaan buatan yang diciptakan oleh *game*, bukan oleh kegunaan objektif di dunia nyata. Dengan demikian, MLBB tidak lagi sekadar menjadi arena hiburan, melainkan telah berkembang menjadi sistem tanda yang mandiri, di mana realitas virtual *game* mengatur perilaku, prioritas, dan relasi sosial para pemainnya sebuah manifestasi nyata dari dominasi simulakra dan hiperrealitas dalam kehidupan digital kontemporer.

D. Budaya Konsumerisme Pemain pada Komunitas MLBB UIN Walisongo

Budaya konsumerisme dalam komunitas pemain *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB) di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang UIN Walisongo merupakan fenomena yang menonjol seiring dengan meningkatnya popularitas *game* online di lingkungan kampus. Konsumerisme, dalam konteks ini, merujuk pada kecenderungan pemain untuk melakukan pembelian berlebihan terhadap item virtual, meskipun sebenarnya tidak dibutuhkan untuk aktivitas akademik atau kebutuhan primer sehari-hari. Dalam perspektif Baudrillard, masyarakat kontemporer mengalami pergeseran fundamental dalam cara mereka memaknai dan mengonsumsi objek dari nilai guna menjadi nilai tanda dan nilai simbolis yang melekat pada status seseorang.

Gambar 4 Pemain yang sedang membeli item eksklusif



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025

Gambar di atas memperlihatkan bagaimana para pemain *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB) di Komunitas UIN Walisongo menunjukkan kebiasaan membeli berbagai item eksklusif seperti skin atau aksesoris eksklusif dalam *game*. Kebiasaan ini bukan sekadar agar tampilan karakter dalam permainan lebih menarik, tetapi juga karena item tersebut dianggap sebagai simbol status dan prestise di antara teman-teman dalam komunitas. Dengan kata lain, semakin banyak atau semakin eksklusif item yang dimiliki, semakin tinggi pula pengakuan yang didapatkan dari sesama pemain.

Hal ini merupakan contoh nyata dari budaya konsumerisme, yaitu perilaku membeli barang bukan karena kebutuhan, melainkan karena ingin mendapatkan pengakuan sosial atau merasa lebih dihargai. Dalam konteks komunitas MLBB UIN Walisongo, pembelian item virtual menjadi bagian dari cara pemain membangun identitas dan mempertahankan posisi mereka di dalam kelompok. Fenomena ini juga memperlihatkan bagaimana dunia virtual dalam *game* bisa memengaruhi perilaku nyata, seperti dorongan untuk terus membeli item baru agar tetap dianggap “up to date” dan tidak ketinggalan tren di antara teman-teman. Penjelasan ini juga bisa dikaitkan dengan pemikiran Jean Baudrillard, seorang ahli teori sosial, yang mengatakan bahwa di era sekarang, barang atau simbol yang kita miliki (termasuk di dunia virtual) seringkali lebih penting daripada kegunaan aslinya. Artinya, di komunitas MLBB UIN Walisongo, memiliki skin langka atau aksesoris eksklusif bisa membuat pemain merasa lebih percaya diri dan diakui, meskipun barang tersebut sebenarnya tidak memberikan manfaat fisik di dunia nyata. Dengan demikian, gambar tersebut tidak hanya menampilkan aktivitas bermain *game*, tetapi juga merefleksikan dinamika sosial dan budaya konsumerisme di kalangan mahasiswa yang semakin dipengaruhi oleh dunia digital, seperti yang dipaparkan oleh Ulil dalam wawancaranya:

“Sering membeli item eksklusif, mungkin setiap ada *event* yang di pajang pada beranda *game*, jika saya tertarik dan menurut saya worth it saya akan membelinya. Seperti yang saya jelaskan sebelumnya saya mengorbankan kebutuhan real life seperti jajan tetapi saya pertukaran dengan kesenangan saat membeli sebuah item eksklusif, seperti skin, effect recal, emote, dan sebagainya pada *game*” (Wawancara dengan Ulil, Pemain yang berperilaku konsumtif, 12 Juni 2025).

Pada wawancara yang di paparkan oleh Ulil dan bahwasanya, terdapat kecenderungan kuat di kalangan pemain komunitas *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB) Universitas Islam Negeri Walisongo UIN Walisongo untuk melakukan pembelian item eksklusif secara berulang, terutama ketika terdapat *event-event* khusus yang ditampilkan pada beranda permainan. Motivasi utama pembelian ini didasarkan pada penilaian subjektif pemain terhadap nilai estetika atau fungsional item yang ditawarkan, sehingga pemain memutuskan untuk membeli apabila item tersebut dianggap layak dan menarik. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, perilaku konsumerisme ini tidak jarang menyebabkan pemain mengalihkan prioritas pengeluaran dari kebutuhan sehari-hari,

seperti jajan atau konsumsi makanan, demi memperoleh kepuasan dan kesenangan melalui kepemilikan item eksklusif seperti skin, effect recall, emote, dan sebagainya.

“Iya, aku pernah pada waktu itu kan ada item eksklusif yang limited edition, cara gampangnya gini item eksklusif itu punya batas waktu yang terbatas jadi kalo ngga beli pada saat itu juga aku ngga bisa membeli item eksklusif itu, jadi saya rela mengorbankan uang makan saya untuk membeli item eksklusif itu mas” (Wawancara dengan Alwi pemain yang melakukan perilaku konsumtif, 12 juni 2025).

Fenomena ini juga diperkuat oleh Alwi pengakuan yang menyatakan pernah mengorbankan kebutuhan makan selama satu hari penuh hanya untuk dapat membeli item eksklusif di dalam permainan. Perilaku tersebut menunjukkan adanya dinamika konsumerisme digital yang kuat, di mana individu rela mengorbankan kebutuhan primer dalam kehidupan nyata demi memperoleh kepuasan emosional dan status sosial di lingkungan virtual. Dengan demikian, pembelian item eksklusif di komunitas MLBB UIN Walisongo tidak hanya dipengaruhi oleh faktor kesenangan pribadi, tetapi juga oleh tekanan sosial dan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan tren yang berkembang di dalam komunitas permainan.

Perilaku konsumtif para pemain *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB) di Komunitas UIN Walisongo, seperti membeli skin atau aksesoris eksklusif, sangat mencerminkan budaya konsumerisme sebagaimana dijelaskan oleh Baudrillard (1998). Dalam komunitas ini, kepemilikan item eksklusif tidak lagi didasari kebutuhan fungsional, melainkan menjadi simbol status dan prestise di antara sesama pemain. Semakin banyak atau semakin langka item yang dimiliki, semakin tinggi pula pengakuan dan rasa percaya diri yang diperoleh. Fenomena ini menunjukkan bahwa konsumsi barang virtual telah menjadi sarana utama untuk mengekspresikan identitas dan mendapatkan pengakuan sosial, bukan sekadar memenuhi kebutuhan dasar. Hal ini sejalan dengan pemikiran Baudrillard, bahwa dalam masyarakat konsumeris, nilai simbolik suatu objek seringkali jauh lebih penting daripada nilai gunanya.

Selanjutnya, wawancara dengan Ulil dan Alwi mengungkapkan bahwa dorongan untuk membeli item eksklusif seringkali membuat pemain rela mengorbankan kebutuhan primer, seperti uang jajan atau bahkan makan, demi memperoleh kepuasan emosional dan status sosial di dunia virtual. Sikap ini menandakan adanya tekanan sosial dan keinginan untuk selalu mengikuti tren yang berkembang di komunitas *game*, sehingga tercipta siklus konsumsi yang terus berulang. Dengan demikian, perilaku konsumtif pemain di komunitas

MLBB UIN Walisongo tidak hanya dipengaruhi oleh kesenangan pribadi, tetapi juga oleh logika kapitalisme digital yang menanamkan nilai-nilai konsumerisme dalam kehidupan sehari-hari, baik di dunia nyata maupun virtual.

BAB V

Faktor Yang Mendorong Perilaku Konsumtif Pemain Pada Komunitas MLBB UIN Walisongo Kota Semarang

A. Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya Tarik Item Eksklusif Pemain Pada Komunitas MLBB UIN Walisongo

Media sosial ini telah mengambil peran utama dalam memperluas jangkauan promosi serta memperkuat daya tarik item eksklusif pada berbagai permainan daring, salah satunya adalah *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB). Di lingkungan komunitas MLBB UIN Walisongo, pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif dalam komunitas *game* sangat terasa, terutama melalui paparan konten promosi di platform seperti TikTok, YouTube dan Instagram. Beragam konten kreatif yang menampilkan penggunaan item eksklusif, emote, atau *battle pass* eksklusif tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga berhasil membangun keinginan kuat di kalangan pemain untuk memiliki item-item tersebut. Paparan berulang terhadap konten semacam ini, yang kerap didukung oleh influencer atau pemain berpengaruh, secara tidak langsung mendorong munculnya pola konsumerisme di tengah komunitas MLBB di kampus. Akibatnya, pemain tidak jarang mengalokasikan waktu dan sumber daya finansial demi memperoleh item digital eksklusif yang sebenarnya tidak memberikan manfaat nyata di luar ranah permainan.

Selain itu, strategi pemasaran yang memanfaatkan iklan dalam game serta promosi melalui media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, melainkan juga sebagai instrumen pemasaran yang sangat efektif. Iklan item virtual sering kali disajikan secara halus, misalnya dengan menyesuaikan penawaran berdasarkan preferensi atau gaya bermain masing-masing pemain, sehingga menciptakan persepsi nilai tambah terhadap item tersebut. Pendekatan ini terbukti mampu meningkatkan minat beli dan memperkuat keterikatan pemain terhadap permainan. Fenomena ini semakin kuat dengan adanya interaksi intensif di komunitas virtual, seperti grup media sosial dan forum diskusi, yang memungkinkan informasi mengenai item eksklusif menyebar secara cepat di antara anggota komunitas MLBB di UIN Walisongo. Dengan demikian, kombinasi antara iklan dalam *game* dan promosi di media sosial tidak hanya mempercepat proses difusi inovasi, tetapi juga memperkuat budaya konsumerisme digital di kalangan pemain pada

komunitas MLBB UIN Walisongo. Dalam konteks ekosistem digital, media sosial juga memperkuat jaringan sosial antar pemain, sehingga rekomendasi atau testimoni dari sesama pemain mengenai item eksklusif menjadi salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai ruang diskusi dan validasi sosial yang memperkuat daya tarik item eksklusif di kalangan pemain di Komunitas MLBB UIN Walisongo. Adapun beberapa platform tersebut antara lain:

1. Tik-tok

Media TikTok telah berkembang menjadi salah satu platform digital utama yang secara efektif memperkuat daya tarik dan keinginan akan item eksklusif di kalangan komunitas *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB) di lingkungan UIN Walisongo. Melalui fitur video pendek yang mudah diakses, dibuat, dan dibagikan, TikTok menyediakan ruang bagi para pemain untuk berbagi pengalaman bermain, menampilkan strategi permainan, hingga memamerkan proses unboxing atau penggunaan item eksklusif secara visual yang menarik. Konten semacam ini kerap dikemas dengan gaya yang kreatif dan menghibur, sehingga tidak hanya memperluas jangkauan informasi mengenai keberadaan item eksklusif, tetapi juga membentuk opini dan trend baru di antara sesama pemain. Akibatnya, semakin banyak anggota komunitas yang terdorong untuk mengikuti trend tersebut dan berupaya mendapatkan item eksklusif, baik demi status sosial di dalam *game* maupun sebagai bentuk ekspresi diri di lingkungan digital mereka.

Gambar 5 Konten Seputar Item Eksklusif



Sumber: TikTok @Kezzuka, 2025

Konten TikTok yang viral sering kali menampilkan penggunaan item eksklusif, emote, atau battle pass eksklusif, sehingga memicu rasa ingin memiliki di antara pemain komunitas MLBB UIN Walisongo. Selain itu, algoritma TikTok yang cenderung memprioritaskan konten populer dan relevan membuat informasi mengenai item eksklusif cepat menyebar di kalangan pemain, bahkan hingga ke lingkup komunitas yang lebih luas. Hal ini mendorong perilaku konsumerisme, di mana pemain merasa terdorong untuk mengikuti tren dan membeli item yang sedang populer. Hal ini sesuai dengan paparan dalam wawancara yang di sampaikan oleh Dul:

“Durasi saya melihat konten ngga terlalu lama sih, pada waktu jam tidur, jadi paling 1 jam an kurang lebih. Platfrom itu mempengaruhi saya meskipun sedikit dan ketika konten tersebut membahas *event-event* item eksklusif tahunan itu bikin saya minat membeli item eksklusif tersebut” (Wawancara dengan dul, pemain yang melakukan pembelian item eksklusif, 11 Juni 2025).

Berdasarkan paparan dari Dul, durasi waktu yang dihabiskan untuk menonton konten terkait *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB) pada umumnya relatif singkat, yaitu sekitar satu jam atau kurang, dan biasanya dilakukan menjelang waktu istirahat malam. Meskipun waktu yang dialokasikan tidak

terlalu lama, pengaruh platform media digital tetap ada, meski dalam intensitas yang terbatas. Konten yang membahas *event-event* tahunan khususnya terkait item eksklusif di dalam permainan, terbukti mampu membangkitkan minat individu untuk melakukan pembelian item tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa paparan terhadap konten digital, meskipun dalam durasi yang singkat, dapat memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam hal motivasi pembelian item eksklusif di lingkungan komunitas.

Konten TikTok yang menampilkan item eksklusif MLBB seperti skin, emote, atau battle pass tidak hanya sekadar mempromosikan produk virtual, tetapi juga membangun citra dan identitas baru bagi pemain. Baudrillard menyatakan bahwa di era konsumerisme, objek-objek seperti item eksklusif menjadi simbol status dan prestise di tengah masyarakat (Baudrillard, 1994). Melalui TikTok, pemain MLBB di UIN Walisongo dapat menampilkan diri sebagai bagian dari komunitas yang eksklusif dan trendi, sehingga mendorong pemain lain untuk turut mengikuti tren dan membeli item serupa.

Dalam analisis Jean Baudrillard, masyarakat kontemporer hidup dalam dunia yang didominasi oleh tanda-tanda dan simulasi, di mana nilai simbolik suatu objek sering kali lebih penting daripada nilai guna atau nilai tukarnya (Baudrillard, 1994). Fenomena ini terlihat jelas dalam komunitas *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB) di UIN Walisongo, khususnya melalui peran media TikTok dalam memperkuat daya tarik item eksklusif. TikTok, sebagai platform berbasis video pendek, menjadi medium yang efektif dalam menciptakan dan memperkuat tanda-tanda sosial baru di kalangan pemain.

2. YouTube

Media digital, khususnya YouTube, telah menjadi salah satu platform yang sangat berpengaruh dalam membentuk persepsi dan preferensi komunitas penggemar *game*, termasuk di lingkungan komunitas *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB) UIN Walisongo. Pada era digital saat ini, konten video di YouTube tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana promosi dan edukasi yang efektif. Dalam konteks komunitas MLBB UIN Walisongo, penggunaan YouTube sebagai media promosi item eksklusif

telah memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan minat dan daya tarik pemain terhadap item-item tersebut.

Gambar 6 Konten Seputar Item Eksklusif



Sumber YouTube @Jonathan Liandi, 2025

Melalui berbagai jenis konten, seperti unboxing, review, tutorial, dan showcase *gameplay*, YouTube mampu membangun ekspektasi dan keingintahuan pemain terhadap item eksklusif yang ditawarkan. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana media digital dapat berperan penting dalam membentuk perilaku dan preferensi konsumen, khususnya di kalangan mahasiswa yang aktif dalam komunitas *game*. Oleh karena itu, pembahasan sub-bab ini akan mengulas lebih lanjut mengenai peran dan strategi YouTube dalam meningkatkan daya tarik item eksklusif pada komunitas MLBB UIN Walisongo, serta implikasinya terhadap dinamika interaksi dan loyalitas anggota komunitas. Hal ini sesuai dengan paparan dalam wawancara yang disampaikan oleh Adit:

“Kalo aku sih lebih sering nonton di Youtube, karena biasanya durasi videonya seputar item eksklusif lebih panjang dari pada di Tiktok. Biasanya saya tuh lihat konten seputar item eksklusif di akun YouTube nya Jonathan Liandi karena orangnya asik. Kalo untuk durasi nontonnya sih paling sekitar sejam” (Wawancara dengan Adit, pemain yang melakukan pembelian item eksklusif, 11 Juni 2025).

Dalam Paparannya menjelaskan bahwa ia lebih sering menonton konten terkait item eksklusif melalui platform YouTube dibandingkan dengan TikTok. Menurutnya, durasi video di YouTube cenderung lebih panjang sehingga memungkinkan penonton memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai item-item eksklusif yang dibahas. Adit juga menjelaskan bahwa dirinya secara rutin mengakses konten dari akun YouTube milik Jonathan Liandi, karena merasa presenter dalam akun tersebut memiliki gaya penyampaian yang menarik dan mudah dipahami. Ia menambahkan bahwa waktu yang dihabiskannya untuk menonton konten seputar item eksklusif setiap sesi biasanya mencapai sekitar satu jam. Pengalaman ini menunjukkan bahwa YouTube memiliki peran yang signifikan dalam membangun minat dan pengetahuan pemain terkait item eksklusif, sekaligus menjadi media utama yang dipilih oleh sebagian anggota komunitas MLBB UIN Walisongo untuk memperoleh informasi terkait pembelian item eksklusif.

Media digital seperti YouTube telah menjadi instrumen penting dalam membentuk pola konsumsi dan preferensi komunitas *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB) di UIN Walisongo. Melalui konten unboxing, review, dan showcase item eksklusif, YouTube tidak hanya menyediakan hiburan, tetapi juga menciptakan ekspektasi dan keinginan baru di kalangan pemain. Fenomena ini sejalan dengan teori budaya konsumerisme Baudrillard (1998), di mana konsumsi tidak lagi didorong oleh kebutuhan fungsional, melainkan oleh dorongan untuk memperoleh nilai simbolik dan pengakuan sosial. Video-video yang menampilkan skin langka atau item eksklusif menjadi alat promosi yang efektif, membangun citra bahwa kepemilikan item tertentu adalah bentuk prestise dan identitas di komunitas *game*. Dengan demikian, media digital berperan dalam memperkuat sistem tanda dan simbol yang menjadi dasar budaya konsumerisme dalam masyarakat digital.

Selanjutnya pengalaman Adit yang secara rutin menonton konten seputar item eksklusif di YouTube menunjukkan bagaimana media digital membentuk loyalitas dan perilaku konsumtif anggota komunitas. Durasi menonton yang cukup lama dan pemilihan konten dari kreator favorit seperti Jonathan Liandi

memperlihatkan bahwa proses konsumsi tidak hanya terjadi pada level material (pembelian item), tetapi juga pada level simbolik dan pengetahuan.

YouTube menjadi ruang di mana nilai-nilai konsumerisme seperti keinginan untuk selalu melihat konten terbaru, mengoleksi item langka, dan mendapatkan pengakuan social terinternalisasi dalam diri pemain. Baudrillard (1998) menyatakan bahwa teknologi dan media telah menciptakan ruang virtual di mana identitas, prestasi, dan hubungan sosial dibangun melalui tanda-tanda digital. YouTube sebagai bagian dari media baru menjadi sarana utama bagi internalisasi nilai-nilai konsumerisme, karena di dalamnya terjadi proses simulasi dan reproduksi realitas yang terus-menerus. Hal ini menyebabkan masyarakat kehilangan daya kritis dan mudah terpengaruh oleh citra serta simulasi yang dihadirkan media, sehingga siklus konsumsi terus berlangsung tanpa batas. Dengan demikian, fenomena konsumerisme yang terjadi di kalangan pemain komunitas game digital, seperti yang terlihat pada platform YouTube, merupakan manifestasi dari teori simulasi dan hiperrealitas yang dikemukakan oleh Baudrillard.

3. Instagram

Media sosial khususnya Instagram, saat ini telah menempati posisi teratas yang digunakan sebagai sarana utama dalam membangun minat serta memperkuat keterlibatan di kalangan pemain, terutama dalam komunitas *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB) di lingkungan UIN Walisongo. Di tengah kemajuan era digital, Instagram menawarkan beragam fitur unggulan yang memfasilitasi penyebaran konten visual dan interaktif, seperti foto, video singkat, story, serta reels, yang dapat diakses secara luas dan mudah dibagikan. Fitur-fitur tersebut memungkinkan para pengelola komunitas maupun pemain untuk menampilkan item eksklusif secara atraktif, sekaligus mempromosikan aktivitas dan acara komunitas secara lebih menarik. Paparan konten semacam ini tidak hanya meningkatkan eksposur terhadap item eksklusif, tetapi juga mendorong interaksi dan diskusi di antara anggota komunitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai media promosi dapat berperan dalam meningkatkan daya

tarik item eksklusif serta memperkuat jejaring sosial di antara para anggota komunitas MLBB UIN Walisongo. Dengan demikian, diharapkan dapat diketahui strategi optimal yang dapat diterapkan untuk mendukung pengembangan komunitas berbasis digital melalui platform Instagram. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Udin, dalam wawancaranya:

“Ya saya sering melihat konten seputar item eksklusif di aplikasi Instagram, karena apaya mas mungkin karena kalo melihat di Instagram itu lebih nyaman dan ngga ada iklan kayak di TikTok atau Youtube, jadi lebih dapet informasi yang dijelaskan terkait item eksklusif” (Wawancara dengan Udin, pemain yang melakukan pembelian item eksklusif).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Udin, seorang pemain yang rutin membeli item eksklusif, diketahui bahwa ia kerap mengakses konten mengenai item eksklusif melalui aplikasi Instagram. Udin mengungkapkan alasannya memilih Instagram sebagai sumber informasi utama karena platform tersebut dinilainya lebih nyaman digunakan dan minim gangguan iklan dibandingkan dengan TikTok atau YouTube. Hal ini, menurut Udin, membuatnya dapat memperoleh penjelasan terkait item eksklusif dengan lebih jelas dan fokus. Dengan demikian, preferensi Udin terhadap Instagram dipengaruhi oleh pengalaman pengguna yang lebih baik dan kemudahan dalam mengakses informasi yang dibutuhkannya.

Gambar 7 Konten Seputar Item Eksklusif



Media sosial seperti Instagram telah menjadi saluran utama dalam membentuk pola konsumsi dan minat di kalangan komunitas *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB), khususnya di UIN Walisongo. Melalui fitur visual seperti foto, video, stories, dan reels, Instagram tidak hanya mempromosikan item eksklusif, tetapi juga membangun citra dan ekspektasi baru di benak para pemain. Fenomena ini sejalan dengan teori budaya konsumerisme Baudrillard (1998), di mana konsumsi tidak lagi didasarkan pada kebutuhan fungsional, melainkan pada dorongan untuk memperoleh nilai simbolik dan pengakuan sosial. Konten-konten yang menampilkan item eksklusif di Instagram menjadi alat untuk memperkuat status dan identitas di komunitas *game*, sehingga kepemilikan item virtual berubah menjadi simbol gaya hidup dan prestise di dunia digital.

Adapun Udin pemain yang lebih memilih Instagram sebagai sumber informasi utama tentang item eksklusif menunjukkan bagaimana media sosial berperan dalam membentuk preferensi dan perilaku konsumtif. Kenyamanan dan kemudahan akses informasi yang ditawarkan Instagram membuat pemain seperti Udin semakin terpapar pada promosi item eksklusif, sehingga dorongan untuk membeli tidak hanya berasal dari kebutuhan, tetapi juga dari keinginan untuk tetap relevan dan diakui di komunitas.

Dengan demikian, Instagram tidak hanya menjadi media promosi, tetapi juga memperkuat siklus konsumsi yang tak berujung, di mana nilai simbolik dari item eksklusif menjadi lebih penting daripada nilai gunanya. Hal ini sepenuhnya mencerminkan logika budaya konsumerisme menurut Baudrillard (1998), di mana objek konsumsi menjadi tanda dalam sistem semiotik yang kompleks dan konsumsi menjadi bagian dari ekspresi identitas serta status sosial.

B. Status Sosial Pemain di Komunitas MLBB UIN Walisongo

Menurut Baudrillard, masyarakat kontemporer tidak lagi menilai status sosial berdasarkan pencapaian nyata atau kepemilikan barang fungsional, melainkan melalui simbol dan tanda yang dikonsumsi serta ditampilkan dalam lingkungan sosial, termasuk di dunia virtual. Dalam komunitas MLBB UIN Walisongo, status sosial pemain sering kali dibangun melalui kepemilikan item eksklusif seperti skin hero, border, atau aksesoris lain yang hanya bisa didapatkan dengan pembelian menggunakan mata uang virtual atau nyata. Item-item ini tidak selalu meningkatkan kemampuan bermain, tetapi menjadi penanda prestise dan pengakuan di antara sesama pemain. Baudrillard menyebut fenomena ini sebagai pergeseran dari nilai guna (*use-value*) menjadi nilai tanda (*sign-value*), di mana simbol dan citra lebih penting daripada fungsi asli barang tersebut. Hal ini sesuai dengan paparan yang disampaikan oleh Udin salah satu pemain di Komunitas MLBB UIN Walisongo:

“Pernah ada salah satu item eksklusif yang baru saya beli karena temen-temen saya belum tau jadi kaget pas ngeliat saya uda punya item eksklusif tersebut. Wah koku dah punya skin itu kamu (ucap temen dari Udin) dan saya dianggap sultan karena udah punya item eksklusif itu” (Wawancara dengan Udin, pemain yang berperilaku konsumtif, 11 Juni 2025).

Paparan dari wawancara tersebut bahwasanya, terdapat pengalaman unik yang dialami oleh salah satu pemain komunitas *Mobile Legends: Bang-Bang* (MLBB) terkait pembelian item eksklusif di dalam permainan. Pemain tersebut menyatakan pernah membeli sebuah item eksklusif yang belum diketahui oleh teman-temannya, sehingga kejutan muncul ketika mereka melihat pemain tersebut telah memiliki item tersebut. Reaksi positif berupa kekaguman dan pujian diberikan oleh rekan-rekan pemain, seperti komentar “Kamu sudah punya skin itu!”, yang menunjukkan apresiasi terhadap kepemilikan item eksklusif tersebut. Selain itu, status sosial individu di dalam komunitas juga mengalami peningkatan, di mana ia dianggap sebagai “sultan” atau pihak yang memiliki kemampuan finansial yang cukup untuk memperoleh item eksklusif. Fenomena ini mengindikasikan bahwa kepemilikan item eksklusif tidak hanya memberikan kepuasan pribadi, tetapi juga berperan dalam membangun reputasi serta status sosial di lingkungan komunitas permainan.

Sebagaimana dijelaskan dalam pandangan Baudrillard, proses konsumsi tidak lagi berorientasi pada kebutuhan nyata, melainkan pada hasrat untuk memperoleh dan

mengonsumsi tanda-tanda yang dianggap bernilai dalam komunitas tersebut. Dengan demikian, status sosial pemain MLBB di UIN Walisongo dapat dipahami sebagai hasil dari konstruksi tanda-tanda yang terus-menerus direproduksi dan diakumulasikan melalui interaksi di ruang virtual maupun media sosial, sehingga menciptakan realitas baru yang berdiri sendiri di luar realitas fisik sehari-hari.

Paparan sebelumnya sangat relevan dengan teori masyarakat konsumsi yang diungkapkan oleh Baudrillard (1998), yang menyatakan bahwa dalam perkembangan masyarakat modern, pola konsumsi tidak lagi semata-mata didorong oleh kebutuhan fisik atau manfaat pragmatis dari suatu barang. Sebaliknya, perilaku membeli lebih dipengaruhi oleh nilai simbolik yang melekat pada benda yang dikonsumsi, sehingga barang menjadi tanda atau simbol yang merepresentasikan status, identitas, dan keanggotaan dalam kelompok sosial tertentu. Fenomena ini terlihat jelas pada pengalaman para pemain *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB) di lingkungan komunitas UIN Walisongo, di mana kepemilikan item eksklusif di dalam game tidak hanya dinilai berdasarkan kegunaannya dalam permainan, melainkan juga sebagai penanda status sosial dan identitas di antara rekan-rekan komunitas. Penghargaan yang diperoleh dari sesama pemain, seperti pujian atau julukan “sultan”, semakin memperkuat makna sosial dari kepemilikan item virtual tersebut, sehingga keinginan untuk membeli dan mengoleksi item eksklusif didorong oleh hasrat untuk mendapatkan pengakuan dan penguatan identitas di lingkungan digital.

Secara lebih luas, fenomena konsumsi item eksklusif di MLBB telah menjadi sarana utama bagi individu dalam membangun reputasi dan memperoleh pengakuan sosial di tengah komunitas. Proses konsumsi di sini tidak lagi berorientasi pada fungsi asli barang, melainkan pada keinginan untuk mengakumulasi tanda-tanda yang bernilai sosial, yang pada akhirnya membentuk realitas sosial baru di luar kebutuhan fisik. Seperti yang dijelaskan Baudrillard (1998), masyarakat konsumsi modern membangun realitas sosialnya sendiri, di mana status dan identitas individu sangat ditentukan oleh kapasitasnya dalam mengoleksi dan memamerkan tanda-tanda konsumsi. Dengan demikian, kepemilikan item eksklusif di MLBB menjadi bagian integral dari konstruksi realitas sosial yang sepenuhnya didasarkan pada sistem tanda dan simbol, bukan pada kebutuhan nyata atau manfaat praktis. Kondisi ini memperlihatkan bagaimana media dan teknologi digital berperan penting dalam memperkuat budaya konsumerisme, di mana individu terdorong

untuk terus mengonsumsi tanda-tanda konsumsi demi memperoleh pengakuan dan legitimasi sosial di lingkungan komunitas virtual (Baudrillard, 1998).

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis terhadap fenomena perilaku konsumtif pemain pada komunitas MLBB UIN Walisongo, dapat disimpulkan bahwa aktivitas para pemain dalam turnamen, konsumsi item eksklusif, hingga budaya konsumerisme yang terbentuk di lingkungan kampus merupakan manifestasi nyata dari konsep simulasi, simulakra, dan hiperrealitas. Menurut Jean Baudrillard; dunia virtual MLBB tidak sekadar menjadi ruang hiburan, melainkan telah menciptakan realitas baru yang seringkali lebih dominan dan bermakna dibandingkan realitas sehari-hari, di mana identitas virtual, status sosial dibangun melalui kepemilikan item virtual serta partisipasi dalam turnamen, bahkan mendorong perilaku konsumtif dan pengorbanan kebutuhan primer demi memperoleh pengakuan di dunia maya, sehingga nilai-nilai simbolik dalam *game* menjadi lebih penting daripada nilai guna aktual di dunia nyata.
2. Media sosial seperti TikTok, YouTube, dan Instagram memegang peranan penting dalam meningkatkan daya tarik item eksklusif di komunitas MLBB UIN Walisongo dengan menyebarkan konten promosi, testimoni, dan tren visual yang membangun keinginan serta ekspektasi pemain untuk memiliki item tersebut; paparan terhadap konten digital ini, meskipun dalam durasi singkat, terbukti efektif membentuk perilaku konsumtif dan memperkuat budaya konsumerisme di kalangan pemain, di mana kepemilikan item eksklusif tidak hanya menjadi simbol status dan prestise di komunitas, tetapi juga sarana utama untuk membangun identitas dan mendapatkan pengakuan sosial, sehingga nilai simbolik dari item virtual tersebut jauh melampaui nilai gunanya dalam permainan, sejalan dengan teori konsumsi tanda dan masyarakat hiperrealitas menurut Jean Baudrillard.

B. Saran

Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa perlu menghindari faktor yang mendorong perilaku konsumtif, seperti pembelian item eksklusif yang dilakukan secara terus menerus setiap bulan.

2. Mahasiswa perlu menghindari perilaku konsumtif yang dimana bisa mengganggu kebutuhan primer, seperti kebutuhan sehari-hari.

Bagi Peneliti

1. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (mixed method) untuk mendapatkan data yang lebih variatif dan terukur.
2. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variable lain, seperti dampak social perilaku konsumtif, pengaruh perilaku konsumtif bagi kehidupan social, atau tingkat literasi terhadap perilaku konsumtif pada lingkungan remaja.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamanda, D. T. (2018). Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman*, 3(3), 1-10.
- Al-Ghifani, R. H. (2003). *Psikologi konsumen: Konsep dasar dan aplikasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Ardhiyansyah, A., Suryani, T., & Yuniarinto, A. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian item premium dalam *game Mobile Legends*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 9(2).
- Ardikawati, T., & Tresna, A. (2013). *Perilaku konsumtif rasional: Tinjauan teori dan praktik*. Bandung: Refika Aditama.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation*. University of Michigan Press.
- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Crow, G., & Allan, G. (2024). Komunitas Berdasarkan Lokasi. Dalam bikinidcard.com Diakses 13 Juni 2025.
- Delvikarani, D. (2019). Pola komunikasi interpersonal orang tua terhadap anak remaja dalam mengatasi kecanduan *game* online *Mobile Legends* di Komplek Kenten Azhar Palembang. UIN Raden Fatah Palembang.
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fromm, E. (1995). *Masyarakat yang sehat (Terj. Thomas Bambang Murtianto)*. Yayasan Obor Indonesia.
- Jamaludin, L. A. (2021). Representasi Gamers di Purwoyoso Community (Kajian Fenomenologi Tentang Komunitas *Mobile Legends* Bang Bang di Purwoyoso Semarang).

- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2025). Konsumtif. Diakses 13 Juni 2025, dari <https://wikikamus.com/id/konsumtif>
- Kerjoo. (2025). Komunitas Berdasarkan Minat atau Hobi. Diakses 13 Juni 2025, dari <https://kerjoo.com>
- Koentjaraningrat, R. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kumparan.com. (2023). Komunitas Etnis atau Budaya. Diakses 13 Juni 2025, dari <https://kumparan.com>
- Lina, R., & Rosyid, M. (1997). *Perilaku konsumtif: Tinjauan teori dan praktik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Listyantono, A. R. (2022). Konstruksi diri pemain *game Mobile Legends* Bang Bang. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Lubis, Y. (1987). *Perilaku konsumen Indonesia*. Pustaka Sinar Harapan.
- Mamikos. (2024). Komunitas Ekonomi. Diakses 13 Juni 2025, dari <https://mamikos.com>
- Merhi, M. I. (2016). *Towards a framework for online game adoption*. Computers in Human Behavior, 60, 253-263.
- Merrin, W. (2005). *Baudrillard and the media: A critical introduction*. Polity.
- Morata, M. J. C., & Fulay, A. P. (2024). The impact of playing *Mobile Legends* on the academic performance in Mathematics of junior and senior high school students of J.P. Laurel High School. *International Journal of Social Science Research and Review*, 7(1), 318-326.
- Mulyana, D. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mursidin, M., Wahyono, H., & Haryono, A. (2019). Pengaruh literasi keuangan terhadap pola konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61-71.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Pawlett, W. (2007). *Jean Baudrillard: Against banality*. Routledge.

- Pratama, B., & Sari, L. (2020). Perilaku konsumtif dalam era digital: Faktor pendorong dan dampaknya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(4), 189-204.
- Pratama, S., Suhartini, E., & Rahman, A. (2021). Motivasi pembelian skin dan item kosmetik dalam *Mobile Legends*: Studi kasus pemain di Jakarta. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 9(4), 312-328.
- Putri, D. N. (2023). Solidaritas Sosial Komunitas Pemain *Game* Online Mobile Legend Di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Tahun 2021-2023.
- Rachmasari, A. (2022). Pengaruh *game* online *Mobile Legends* terhadap prestasi akademik mahasiswa. Repository STEI.
- Rasyid, R. (2019). Perilaku konsumtif dalam perspektif budaya dan ekonomi Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 133-146.
- Rusydah, I. D. (2017). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri se-Kota Malang.
- Sari, D. K., Rahman, A., & Wibowo, A. (2019). Aksesibilitas dan dampak sosial *game Mobile Legends* di kalangan remaja Indonesia. *Jurnal Sosiologi Kontemporer*, 7(1), 45-60.
- Sari, L., & Nugroho, R. (2021). *Analisis peran hero tank dan marksman dalam Mobile Legends: Bang Bang*. Yogyakarta: Deepublish
- Situmorang, E. S. (2023). Pengaruh *game* online *Mobile Legends* terhadap perilaku agresif remaja. Repository UHN.
- Sudharto, S. (2018). Perubahan pola komunikasi dan ketergantungan terhadap *game Mobile Legends* (Studi deskriptif kualitatif pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara). Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Suminar, D. (2015). *Konsumsi hedonis dalam perspektif psikologi konsumen*. Surabaya: Airlangga University Press.

- Suryadi, E., Ginanjar, M. H., & Priyatna, M. (2020). Pengembangan soft skills mahasiswa melalui unit kegiatan mahasiswa: Studi kasus di perguruan tinggi. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 9(1), 127-148.
- Syafar, M. (2017). *Komunitas Sosial dan Religius*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tvharmoni.com. (2024). Komunitas Profesi, Pendidikan, dan Virtual. Diakses 13 Juni 2025, dari <https://tvharmoni.com>
- Veblen, T. (1899). *The Theory of the Leisure Class*. New York: Macmillan.
- Wahyudy, A. (2020). Fenomena *game* online *Mobile Legends* di Pekanbaru (Studi kasus pada komunitas Avatarius Squad). *JOM FISIP*, 7(1), 1-15.
- Walliman, N. (2017). *Research methods: The basics (2nd ed.)*. Routledge.
- Wardani, N. A. D. K. (2023). Dampak ekonomi kreatif *game* online untuk meningkatkan penghasilan pengguna ditinjau dari segi perspektif Islam: Studi kasus komunitas *gamers Mobile Legends* bang-bang Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Widayanti, R. (2018). Unit kegiatan mahasiswa sebagai wadah pengembangan kepemimpinan mahasiswa. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13(2), 166-175.
- Wijaya, H., & Sari, D. (2022). Ekspresi diri dan identitas virtual: Analisis perilaku pembelian pemain *Mobile Legends*. *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, 11(1), 67-82.
- Wijaya, H., Putri, R., & Rahman, A. (2021). Pengaruh globalisasi dan teknologi terhadap pola konsumsi masyarakat Indonesia. *Jurnal Sosiologi Kontemporer*, 9(3), 156-171.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Tim dari Komunitas MLBB UIN WALISONGO sedang berpartisipasi dalam sebuah turnamen online, pada 11 Juni 2025.



Lampiran 2 Wawancara dengan Informan Adit sebagai pemain yang berpartisipasi dalam turnamen, 11 Juni 2025



Lampiran 3 Wawancara dengan Informan Udin sebagai pemain yang melakukan perilaku konsumtif, 11 Juni 2025.



Lampiran 4 Wawancara dengan Informan Dul sebagai pemain yang membeli item eksklusif, 11 Juni 2025.



Lampiran 5 Tim dari Komunitas MLBB UIN WALISONGO sedang berpartisipasi dalam turnamen offline, 24 Mei 2025.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama : Bakti Satria Nugroho
Tempat, Tanggal Lahir : Wonosobo, 28 Juli 2002
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Jl Maduliya, Mentosari RT 04/RW 02, Ngadimulyo
Jurusan : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
NIM : 2106026232
Agama : Islam
Email : baktisatrianugroho@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri 1 Ngadimulyo
2. MTs Negeri 1 Wonosobo
3. SMA Negeri 2 Wonosobo

C. Riwayat Organisasi

Anggota PMII Rayon FISIP Komisariat Walisongo Semarang

Demikian daftar riwayat hidup yang telah dibuat dengan sebenar-benarnya dan dapat di gunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 24 Juni 2025

Bakti Satria Nugroho

NIM 2106026232