

ESPORTS, IDENTITAS DIGITAL, DAN BUDAYA KONSUMSI PEMUDA URBAN DI KOTA MAKASSAR

Hery Maulana Arif^{1*}

¹Universitas Negeri Makassar, Indonesia

e-mail: *herymaulana@unm.ac.id

Abstrak

Perkembangan esports telah mengubah pola konsumsi, interaksi sosial, dan pembentukan identitas digital pemuda urban di Kota Makassar. Namun, kajian mengenai esports sebagai budaya konsumsi dan arena negosiasi identitas di Indonesia Timur masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana kepemilikan item virtual, mekanisme gacha, dan budaya kompetitif dalam game membentuk identitas sosial serta perilaku konsumsi pemuda. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus melalui wawancara mendalam, observasi partisipan, dan analisis dokumen pada komunitas gamer di Makassar. Analisis didasarkan pada Consumer Culture Theory (CCT), konsep extended self, dan teori simulakra. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skin premium berfungsi sebagai simbol status yang menciptakan stratifikasi sosial digital, sementara kemudahan transaksi QRIS dan sistem gacha mendorong perilaku konsumsi impulsif. Selain itu, desain game kompetitif turut menormalisasi perilaku toksik dalam komunitas esports. Penelitian ini menyimpulkan bahwa esports tidak lagi sekadar hiburan digital, tetapi telah menjadi arena produksi identitas, konsumsi simbolik, dan reproduksi ketimpangan sosial di kalangan pemuda urban.

Kata Kunci: Esports, Budaya Konsumsi, Identitas Digital, Pemuda Urban, Makassar.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah mentransformasi pola interaksi sosial, gaya hidup, dan budaya konsumsi generasi muda di berbagai belahan dunia. Di Indonesia, percepatan digitalisasi berlangsung seiring meningkatnya penetrasi internet yang telah mencapai 79,50% dari total populasi nasional (APJII, 2023). Kelompok Generasi Z menjadi pengguna paling dominan dalam aktivitas digital sehari-hari, mulai dari media sosial, hiburan daring, hingga permainan elektronik. Dalam konteks masyarakat urban, perubahan tersebut tidak hanya menggeser pola komunikasi sosial, tetapi juga melahirkan bentuk-bentuk konsumsi baru yang berpusat pada simbol virtual, identitas digital, dan ruang interaksi berbasis teknologi.

Fenomena tersebut tampak secara nyata di Kota Makassar sebagai salah satu pusat metropolitan terbesar di kawasan Indonesia Timur. Di tengah ekspansi ekonomi digital, esports berkembang melampaui sekadar aktivitas hiburan berbasis permainan daring dan berubah menjadi arena sosial tempat identitas dikonstruksi, status dinegosiasikan, dan relasi sosial dibentuk ulang. Praktik “mabar” (main bareng) yang dilakukan di kedai kopi, warung internet, dan ruang publik urban menunjukkan bahwa aktivitas bermain game telah menjadi praktik sosial kolektif yang melekat pada kehidupan pemuda perkotaan. Dalam perspektif Oldenburg (1999), ruang-ruang tersebut dapat dipahami sebagai third place, yaitu ruang sosial di luar rumah dan tempat kerja yang memungkinkan terbentuknya komunitas, solidaritas, dan interaksi sosial informal.

Di Makassar, kedai kopi tidak lagi sekadar menjadi tempat konsumsi makanan dan minuman, tetapi telah berevolusi menjadi ruang hibrid yang mempertemukan interaksi tatap muka dengan aktivitas digital. Pemuda tidak hanya berkumpul untuk berbincang, tetapi juga membangun jaringan sosial melalui permainan daring seperti Mobile Legends: Bang Bang atau Genshin Impact. Kondisi ini memperlihatkan bagaimana batas antara ruang fisik dan virtual semakin kabur dalam kehidupan generasi muda urban. Seo dan Jung (2016) menjelaskan bahwa esports merupakan kumpulan praktik sosial yang melibatkan aktivitas bermain, menonton, berinteraksi, dan membangun komunitas dalam ruang budaya digital. Dengan demikian, esports tidak dapat

dipahami hanya sebagai aktivitas individual, melainkan sebagai praktik budaya kolektif yang membentuk pola sosiabilitas baru.

Dalam perspektif Consumer Culture Theory (CCT), konsumsi dipahami bukan sekadar tindakan ekonomi rasional, tetapi praktik sosiokultural yang sarat dengan makna simbolik dan negosiasi identitas (Arnould & Thompson, 2005). Individu mengonsumsi barang dan pengalaman bukan hanya karena nilai utilitarian, melainkan karena kemampuan simbolik dari objek tersebut dalam merepresentasikan siapa diri mereka di hadapan komunitas sosialnya. Dalam ekosistem esports, logika tersebut terlihat melalui konsumsi item virtual seperti skin, avatar, mata uang digital, dan atribut kosmetik lain yang tidak memberikan keuntungan fungsional secara langsung, tetapi memiliki nilai simbolik tinggi di dalam komunitas pemain.

Kepemilikan item virtual dalam game kompetitif sering kali menjadi indikator status sosial digital. Pemain dengan skin eksklusif atau item premium memperoleh pengakuan simbolik tertentu yang membedakan mereka dari pemain lain. Dalam konteks ini, konsumsi digital menjadi sarana diferensiasi sosial dan pembentukan identitas kolektif. Arnould dan Thompson (2005) menyebut fenomena tersebut sebagai bentuk konsumsi simbolik, di mana pasar membentuk aspirasi dan identitas konsumen melalui sistem tanda yang dilegitimasi secara budaya.

Kerangka ini diperkuat oleh konsep extended self yang dikembangkan Belk (2013). Belk menjelaskan bahwa objek digital dapat menjadi ekstensi dari identitas individu sebagaimana objek fisik di dunia nyata. Avatar, akun permainan, dan koleksi item virtual bukan hanya representasi visual, tetapi bagian dari konstruksi diri yang diproyeksikan ke ruang digital. Dalam konteks esports di Makassar, kepemilikan skin langka atau item premium menjadi medium ekspresi identitas ideal: modern, kompetitif, dan prestisius secara sosial. Kehilangan atau ketidakmampuan memperoleh item tersebut sering kali memunculkan respons emosional karena yang dipertaruhkan bukan sekadar objek virtual, tetapi simbol diri yang diinginkan.

Fenomena tersebut juga dapat dijelaskan melalui perspektif simulakra dan hiperrealitas Baudrillard (1994). Dalam masyarakat konsumsi modern, tanda dan simbol tidak lagi merepresentasikan realitas, melainkan menciptakan realitasnya sendiri. Nilai sebuah skin tidak berasal dari fungsi praktisnya, melainkan dari makna simbolik yang dilekatkan komunitas terhadap item tersebut. Dengan kata lain, skin legendary menjadi bernilai bukan karena memberikan keunggulan permainan, tetapi karena menandakan status sosial tertentu di dalam sistem simbolik komunitas game. Realitas virtual dalam esports bahkan dapat memiliki intensitas emosional dan sosial yang lebih besar dibandingkan dengan pengalaman di dunia offline, sehingga membentuk kondisi hiperrealitas di mana batas antara yang nyata dan virtual semakin sulit dibedakan.

Selain berkaitan dengan identitas, budaya esports juga didukung oleh berkembangnya ekosistem konsumsi digital yang semakin intensif. Sistem pembayaran digital seperti QRIS dan e-wallet memungkinkan transaksi pembelian item virtual dilakukan secara cepat dan instan. Kondisi ini mempercepat arus konsumsi digital di kalangan generasi muda, termasuk pada kelompok dengan kapasitas ekonomi terbatas. Salah satu mekanisme monetisasi yang paling dominan adalah sistem gacha, yaitu model pembelian berbasis probabilitas yang mendorong pemain untuk terus melakukan transaksi demi memperoleh item tertentu. Zendle et al. (2020) menjelaskan bahwa mekanisme gacha memiliki karakteristik psikologis yang serupa dengan perjudian karena memanfaatkan prinsip *variable reinforcement* yang mendorong perilaku kompulsif.

Dalam konteks masyarakat urban Makassar, kemudahan transaksi digital memperkuat pola konsumsi impulsif di kalangan pemain esports. Konsumsi item virtual tidak lagi didasarkan pada kebutuhan fungsional, tetapi pada dorongan simbolik, prestise sosial, dan kebutuhan untuk memperoleh pengakuan dalam komunitas digital. Situasi ini memperlihatkan bagaimana budaya konsumsi digital bekerja melalui kombinasi antara teknologi, simbolisme, dan sistem ekonomi platform.

Di sisi lain, perkembangan esports juga memunculkan konsekuensi sosial yang kompleks. Huston et al. (2023) menjelaskan bahwa komunitas game daring sering kali membentuk *toxic consumer subject*, yaitu

subjek konsumen yang terbiasa dengan praktik interaksi agresif dan kompetitif. Dalam game kompetitif, perilaku seperti flaming, trolling, harassment, dan team blaming menjadi bagian yang dinormalisasi dalam budaya komunitas. Fenomena ini berkaitan erat dengan logika neoliberal yang tertanam dalam desain game modern.

Gill dan Pratt (2008) menjelaskan bahwa neoliberalisme membentuk individu sebagai subjek yang sepenuhnya bertanggung jawab atas keberhasilan dan kegagalannya sendiri. Dalam ekosistem esports, logika tersebut muncul melalui sistem ranking, kompetisi performa, dan penghargaan individual yang mendorong pemain untuk memandang rekan satu tim sebagai aset atau hambatan terhadap pencapaian personal. Allen (2019) menegaskan bahwa desain game kompetitif secara struktural mereproduksi mentalitas individualistik dan kompetitif yang kemudian melahirkan normalisasi perilaku toksik di ruang digital. Dalam konteks “mabar” di Makassar, dinamika tersebut menjadi lebih kompleks karena berlangsung dalam ruang sosial fisik yang juga dipengaruhi oleh norma solidaritas dan budaya komunal lokal.

Meskipun penelitian mengenai esports terus berkembang, sebagian besar studi masih berfokus pada aspek industri, perilaku bermain, atau dampak psikologis permainan daring. Kajian yang secara khusus menempatkan esports sebagai praktik budaya konsumsi dan arena negosiasi identitas sosial di wilayah urban Indonesia Timur masih relatif terbatas. Padahal, karakter sosiokultural Makassar yang kuat dengan budaya nongkrong, ruang komunal, dan interaksi berbasis komunitas menghadirkan konteks yang unik untuk memahami bagaimana esports dimaknai dan diintegrasikan dalam kehidupan sehari-hari generasi muda.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pemuda Makassar menegosiasikan identitas sosial melalui kepemilikan item virtual, memahami pengaruh mekanisme gacha dan pembayaran digital terhadap perilaku konsumsi kompulsif, serta mengungkap bagaimana logika neoliberal dalam desain game kompetitif mereproduksi perilaku toksik di komunitas esports lokal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan kajian sosiologi digital dan budaya konsumsi di Indonesia, sekaligus menjadi rujukan praktis bagi lembaga kepemudaan, pemerintah daerah, dan pengembang game dalam memahami dampak sosial budaya dari ekosistem esports yang terus berkembang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan strategi studi kasus untuk memahami secara mendalam fenomena budaya esports dan konsumsi digital di Kota Makassar. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali pengalaman subjektif, proses negosiasi identitas, serta dinamika sosial komunitas esports dalam konteks kehidupan nyata (Creswell & Poth, 2018; Yin, 2018). Penelitian dilakukan di Kota Makassar dengan fokus pada ruang fisik seperti kedai kopi dan warung game, serta ruang virtual seperti grup WhatsApp dan server Discord komunitas esports. Unit analisis penelitian adalah komunitas pemain Mobile Legends: Bang Bang dan Genshin Impact yang aktif melakukan aktivitas mabar.

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria berusia 17–28 tahun, aktif bermain game esports minimal tiga jam per hari, pernah melakukan top-up item virtual dalam tiga bulan terakhir, dan berdomisili di Makassar. Jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip data saturation dan diperkirakan berkisar 15–20 orang. Selain pemain aktif, penelitian ini juga melibatkan informan pendukung seperti pengelola kedai kopi dan pengurus komunitas game lokal.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur, observasi partisipan, dan analisis dokumen. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman bermain, pola konsumsi digital, kepemilikan item virtual, serta interaksi sosial dalam komunitas esports. Observasi dilakukan pada lokasi mabar dan ruang digital komunitas guna memahami dinamika sosial secara langsung. Sementara itu, analisis dokumen meliputi tangkapan layar percakapan komunitas, konten promosi game, dan laporan industri terkait.

Data dianalisis menggunakan analisis tematik menurut Braun dan Clarke (2006) melalui proses pengkodean, identifikasi tema, peninjauan tema, dan interpretasi data. Untuk menjaga keabsahan temuan, penelitian menerapkan triangulasi sumber dan metode, thick description, audit trail, dan reflektivitas peneliti (Lincoln & Guba, 1985). Penelitian ini juga memperhatikan prinsip etika penelitian melalui penerapan informed consent, penggunaan nama samaran untuk menjaga kerahasiaan identitas informan, hak informan untuk mengundurkan diri kapan saja, serta pelaporan data secara jujur dan bertanggung jawab.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a) Profil Komunitas Esports Makassar: Gambaran Awal

Komunitas esports di Makassar tumbuh di atas lapisan infrastruktur sosial yang sudah ada sebelumnya: budaya nongkrong, jaringan pertemanan berbasis kelurahan (lorong), dan tradisi kompetisi informal yang mengakar. Kedai kopi, yang di Makassar dikenal juga dengan sebutan "warkop" (warung kopi), menjadi simpul yang mengintegrasikan infrastruktur digital dengan jaringan sosial fisik ini. Berdasarkan observasi lapangan, beberapa warkop di kawasan Panakkukang, Tamalanrea, dan Rappocini telah secara de facto bertransformasi menjadi semacam "arena esports informal" yang beroperasi setiap hari, mulai dari sore hingga larut malam.

Profil demografis informan dalam penelitian ini mencerminkan keragaman internal komunitas: mahasiswa perguruan tinggi negeri dan swasta yang mendominasi secara kuantitatif, tetapi juga terdapat pekerja informal muda (ojek online, karyawan toko) dan bahkan beberapa pelajar SMA. Rentang pengeluaran bulanan untuk keperluan esports (top-up, kuota internet, dan terkadang sewa perangkat) bervariasi antara Rp50.000 hingga Rp800.000, dengan median sekitar Rp200.000, angka yang signifikan mengingat pendapatan atau uang saku bulanan sebagian besar informan berada di kisaran Rp500.000 hingga Rp2.500.000.

b) Negosiasi Identitas melalui Skin dan Stratifikasi Kelas Digital

Temuan paling konsisten di seluruh wawancara adalah fungsi skin sebagai penanda status sosial yang diakui dan dinegosiasikan secara kolektif. Seorang informan yang menggunakan nama samaran "Rahmat" (22 tahun, mahasiswa) mengungkapkan:

"Kalau kita pakai skin yang jelek, atau malah default, orang langsung tahu, kayak kita tidak serius main. Padahal skill mungkin lebih bagus daripada yang pakai skin mahal. Tapi di lobi, yang pertama dilihat itu skin dulu sebelum game dimulai."

Kutipan Rahmat mengilustrasikan dengan tepat mekanisme yang diidentifikasi oleh Belk (2013) tentang extended self: kulit avatar menjadi representasi publik dari identitas dan keseriusan pemain bahkan sebelum permainan dimulai. Skin, dalam hal ini, berfungsi sebagai sinyal pra-interaksional yang mengondisikan persepsi dan harapan komunal.

Stratifikasi yang dihasilkan oleh logika ini tidak bersifat sederhana atau biner. Komunitas esports Makassar memiliki hierarki skin yang halus dan tersebar: ada skin default (gratis), skin seasonal (didapat melalui event), skin dari kupon (gacha), skin "S-tier" atau skin kolaborasi terbatas, dan di puncaknya skin collector atau skin yang sudah tidak bisa dibeli lagi. Masing-masing posisi dalam hierarki ini membawa implikasi sosial yang berbeda. Seorang informan lain, "Andi" (25 tahun, karyawan swasta), merefleksikan: *"Ada yang bilang, main game itu soal skill, bukan soal skin. Iya, secara teknis benar. Tapi kalau kita jujur, skin itu seperti baju waktu keluar. Kita bisa bilang baju tidak penting, tapi kita tetap pilih-pilih mau pakai apa."*

Analogi "baju waktu keluar" yang digunakan Andi dengan tepat menggambarkan bagaimana skin beroperasi sebagai "fasad presentasi diri" (Goffman, 1959) dalam ruang virtual. Lebih menarik lagi, Andi

secara eksplisit menggunakan dikotomi antara "secara teknis" dan "kalau kita jujur" yang mengindikasikan kesadaran tentang disonansi antara nilai yang diartikulasikan secara publik (skill is everything) dan nilai yang beroperasi secara sosial (appearance matters).

Dinamika "digital classism" yang terbentuk dari stratifikasi ini memiliki dimensi yang semakin kompleks ketika dipertimbangkan interseksinya dengan faktor ras dan etnis dalam representasi karakter. Beberapa informan menyebutkan kecenderungan karakter-karakter dengan estetika yang lebih "eksotis" atau "etnis" memiliki lebih sedikit pilihan skin berkualitas tinggi dibandingkan dengan karakter dengan estetika yang lebih mainstream. Seorang informan perempuan, "Sari" (20 tahun, mahasiswi), mengamati: "Karakter-karakter yang mukanya kayak kita, orang Asia yang lebih gelap, skin mahalnya lebih sedikit. Yang cantik-cantik dengan skin banyak itu yang putih-putih, kayak Korea."

Observasi Sari selaras dengan temuan dalam (Reza Alia et al., 2024) tentang bias representasi dalam estetika skin game, yang mengindikasikan bahwa "authentic self-representation often comes at a premium price" (representasi diri yang autentik sering kali hanya tersedia melalui skin berbayar tinggi).

c) Gacha, QRIS, dan Anatomi Konsumsi Kompulsif

Dimensi kedua yang paling menonjol dalam temuan penelitian ini adalah hubungan antara mekanisme gacha, infrastruktur pembayaran digital, dan perilaku konsumsi yang melampaui batas kemampuan finansial informan. Fenomena ini memiliki struktur yang spesifik dan dapat diidentifikasi secara analitis. Mekanisme gacha beroperasi atas dasar prinsip psikologis yang disebut "variable ratio reinforcement schedule" (jadwal penguatan variabel rasio) yang secara ilmiah terbukti menghasilkan perilaku repetitif yang paling resisten terhadap kepunahan (Skinner, 1938, sebagaimana dikutip dalam Zendle et al., 2020). Ketidakpastian tentang kapan "hadiah besar" (skin legendary, karakter langka) akan diperoleh menciptakan loop keterlibatan yang terus-menerus: setiap gacha yang "gagal" dirasakan sebagai mendekati hadiah besar berikutnya, mendorong pengulangan.

Seorang informan yang menggunakan nama samaran "Fajar" (19 tahun, mahasiswa baru, pengguna aktif Genshin Impact) mendeskripsikan pengalamannya dengan gamblang:

"Saya sudah set budget Rp100.000 per bulan buat top-up. Tapi waktu mau dapat karakter yang saya mau, saya sudah hampir, sudah di soft pity, tinggal beberapa pull lagi. Masa mau berhenti di sini? Jadi top-up lagi. Akhirnya bulan itu habis Rp350.000."

Narasi Fajar menggambarkan dengan akurat apa yang dalam literatur disebut sebagai "sunk cost fallacy" dalam konteks gacha: ketidakmampuan untuk menghentikan investasi karena sudah terlanjur berinvestasi, bahkan ketika total biaya telah jauh melampaui anggaran awal. Sistem "pity" dalam Genshin Impact yang menjamin perolehan karakter bintang-5 setelah sejumlah gacha tertentu secara paradoks tidak mengurangi konsumsi kompulsif, melainkan justru memberikan rasionalisasi untuk terus melakukan gacha ("Sudah hampir pity, sayang kalau berhenti").

Kontribusi QRIS terhadap dinamika ini tidak bisa diabaikan. Infrastruktur pembayaran digital yang memungkinkan transaksi instan melalui pemindaian kode QR secara dramatis mengurangi "friction" hambatan psikologis yang biasanya diasosiasikan dengan pengeluaran uang. Uang fisik yang harus dihitung dan diserahkan memiliki sifat psikologis yang berbeda dari angka digital yang berkurang di layar; yang pertama membuat pengeluaran terasa lebih "nyata" dan oleh karenanya lebih terkontrol (Soman, 2001). QRIS menghilangkan hambatan ini.

"Dulu kalau mau top-up harus pergi ke minimarket dulu, beli voucher, masukkan kodenya. Sekarang cukup scan, selesai. Lebih gampang, jadi lebih sering juga," ungkap seorang informan, "Ilham" (23 tahun, ojek online).

Pernyataan Ilham mengonfirmasi temuan dalam jurnal dari Putratama, D., & Retnowardhani, A. (2025) tentang perilaku pembelian dalam aplikasi (in-app purchase) pada generasi Z di game mobile: kemudahan transaksi berkorelasi positif dengan frekuensi dan volume pembelian, bahkan di antara individu dengan pendapatan terbatas.

Yang patut dicatat adalah bagaimana informan mengembangkan berbagai strategi adaptif untuk mengakomodasi pengeluaran game dalam anggaran yang terbatas. Beberapa informan melaporkan mengurangi pengeluaran untuk makan ("Nasi bungkus dulu, yang penting bisa top-up"), menunda pembelian kebutuhan lain, atau memanfaatkan momen bonus ekonomis (THR, uang lebaran) secara hampir seluruhnya untuk top-up. Strategi-strategi ini merupakan manifestasi dari logika CCT: konsumsi simbolis diprioritaskan bahkan di atas konsumsi fungsional ketika yang dipertaruhkan adalah posisi identitas dan status sosial.

d) Logika Neoliberal, Desain Game Kompetitif, dan Normalisasi Perilaku Toksik

Dimensi ketiga dan mungkin yang paling kompleks secara analitis adalah hubungan antara logika neoliberal yang tertanam dalam desain game, internalisasinya oleh pemain, dan produksi perilaku toksik sebagai konsekuensi yang, secara mengejutkan, sering dipersepsikan sebagai natural bahkan justified oleh komunitas.

Game kompetitif seperti Mobile Legends: Bang Bang dibangun di atas arsitektur yang menempatkan kemajuan individual sebagai metrik utama keberhasilan. Sistem rank (dari Warrior hingga Mythical Glory) memberikan reward berupa skin eksklusif, ikon profil, dan pengakuan sosial; namun reward ini hanya dapat diperoleh melalui akumulasi kemenangan. Dalam mode ranked, setiap pertandingan adalah zero-sum: kemenangan satu tim berarti kekalahan tim lain. Desain ini secara struktural menghasilkan kondisi di mana rekan tim yang dinilai berkontribusi pada kekalahan adalah, secara literal dalam logika sistem, penghalang bagi kemajuan pemain lain.

Allen (2019) berargumen bahwa desain semacam ini menghasilkan apa yang disebutnya "neoliberal subject of gaming", subjek gamer yang telah menginternalisasi norma bahwa setiap individu bertanggung jawab sepenuhnya atas performa mereka, dan oleh karenanya layak dikritik, dipermalukan, atau diabaikan jika gagal memenuhi standar tersebut. Temuan penelitian ini mengonfirmasi argumen Allen dalam konteks Makassar.

Seorang informan, "Bagas" (24 tahun, mahasiswa teknik), menjelaskan logika yang ia gunakan ketika "flaming" rekan tim:

"Kalau kita sudah masuk ranked, semua harus serius. Itu bukan kasual. Kalau ada yang feeder (terlalu sering mati), dia rugi kita semua, dia harus tahu dia salah. Bukan berarti kita jahat, tapi ini kompetitif, ada standarnya."

Narasi Bagas mengungkapkan internalisasi sempurna dari logika neoliberal yang Allen identifikasi: standar performa yang objektif, tanggung jawab individual penuh, dan legitimasi "hukuman" sosial bagi yang gagal memenuhi standar tersebut. Lebih menarik lagi, Bagas secara eksplisit mendistingsi antara "jahat" dan "kompetitif", menunjukkan bahwa ia tidak mempersepsikan perilaku flamingnya sebagai pelanggaran norma sosial, melainkan sebagai penegakan norma komunitas yang sah.

Dimensi spasial yang unik dari fenomena di Makassar adalah bahwa dinamika perilaku toksik ini tidak hanya terjadi di ruang virtual, tetapi juga dalam ruang fisik kedai kopi di mana sesi mabar berlangsung.

Observasi lapangan mencatat episode di mana frustrasi terhadap performa rekan tim diekspresikan secara verbal dan bahkan dengan bahasa tubuh yang intens di meja yang sama. Ini menciptakan kondisi yang paradoks: ruang yang secara normatif adalah ruang kebersamaan dan solidaritas (nongkrong bersama di warkop) sekaligus menjadi arena reproduksi hierarki dan penegakan norma kompetitif.

Namun, penelitian ini juga menemukan resistensi dan ambivalensi terhadap logika ini. Sejumlah informan, terutama yang lebih berpengalaman, mengembangkan reflektivitas kritis terhadap perilaku toksik dan mengartikulasikan nilai-nilai alternatif. "Mirna" (21 tahun, mahasiswi, pemain kasual), menyatakan: "Saya tidak mau mabar sama teman yang flamingnya parah. Lebih baik main sendiri. Bukannya game harusnya untuk senang-senang?" Perspektif Mirna merepresentasikan counter-discourse yang ada, meski minoritas, di dalam komunitas sebuah resistensi terhadap imperialisme logika kompetitif yang mencoba mengkolonisasi seluruh pengalaman bermain game.

e) **Ekonomi Informal: Joki Game dan Akad Ijarah**

Temuan tambahan yang signifikan adalah keberadaan ekonomi informal yang tumbuh di sekitar ekosistem esports Makassar, paling menonjol dalam bentuk jasa joki game layanan di mana seseorang dibayar untuk memainkan akun milik orang lain guna meningkatkan rank atau menyelesaikan misi tertentu. Praktik ini mencerminkan "profesionalisasi waktu luang" yang merupakan salah satu karakteristik ekonomi gig di era digital.

Dari perspektif ekonomi Islam yang dianalisis dalam jurnal Ashari, I. (2026), jasa joki dapat dikategorikan dalam akad ijarah (kontrak sewa jasa) dan dianggap sah secara syariah jika memenuhi syarat-syarat tertentu: objek jasa yang jelas, upah yang diketahui kedua belah pihak, dan tidak mengandung unsur penipuan atau gharar yang berlebihan. Namun, beberapa informan yang juga berstatus sebagai penyedia jasa joki mengakui adanya area abu-abu, terutama ketika praktik joki dilakukan pada platform yang secara eksplisit melarangnya dalam terms of service.

"Saya pernah joki selama libur semester. Bisa dapat Rp500.000 sampai Rp1.000.000 sebulan kalau banyak order. Lumayan buat tambahan," cerita "Dimas" (22 tahun, mahasiswa). Pengakuan Dimas mengindikasikan bahwa jasa joki, terlepas dari ambiguitasnya, telah menjadi sumber pendapatan yang cukup signifikan bagi sebagian pemain berbakat namun dengan keterbatasan akses ke sumber pendapatan formal.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah menunjukkan bahwa ekosistem esports di Kota Makassar adalah fenomena sosiokultural yang jauh lebih kompleks dari sekadar "anak muda yang bermain game." Ia adalah arena di mana identitas dikonstruksi dan dinegosiasikan, status diproduksi dan direproduksi, modal simbolis dan finansial berpindah tangan, dan logika-logika struktural dari sistem ekonomi yang lebih besar, neoliberalisme, kapitalisme digital, dan konsumerisme, menginternalisasi diri ke dalam subjektivitas pemain muda.

Tiga temuan utama penelitian ini dapat dirangkum sebagai berikut: Pertama, kepemilikan skin premium dalam game esports berfungsi sebagai mekanisme konstruksi dan komunikasi identitas sosial yang menciptakan hierarki sosial berbasis "kelas digital" di dalam komunitas. Temuan ini selaras dengan kerangka extended self Belk (2013) dan logika simbolis CCT (Arnould & Thompson, 2005). Kedua, mekanisme gacha yang memanfaatkan prinsip-prinsip psikologi perilaku, dikombinasikan dengan kemudahan infrastruktur pembayaran digital QRIS, secara sistematis mendorong pola konsumsi kompulsif yang melampaui kapasitas finansial pemain dengan pendapatan terbatas. Ketiga, logika neoliberal yang tertanam dalam desain game kompetitif menghasilkan internalisasi nilai-nilai yang merendahkan solidaritas dan melegitimasi pelecehan verbal terhadap rekan tim, sebuah proses yang Allen (2019) sebut sebagai normalisasi "subjek konsumen toksik."

Secara lebih luas, penelitian ini mengonfirmasi bahwa ruang virtual dalam game bukan sekadar cermin dari dinamika sosial dunia nyata, melainkan arena produksi sosial yang aktif: ia tidak hanya mereproduksi

ketimpangan yang sudah ada, tetapi juga menciptakan bentuk-bentuk ketimpangan dan eksklusi baru yang khas bagi ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, K. (2019). Normalizing the toxic consumer subject: Sustaining neoliberal logics within online gaming. Monash University Research Repository. <https://researchmgt.monash.edu/ws/files/637710158/501704154-oa.pdf>
- Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2005). Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 868–882. <https://doi.org/10.1086/426626>
- APJII. (2023). Laporan survei internet APJII 2022–2023. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation* (S. F. Glaser, Trans.). University of Michigan Press. (Karya asli diterbitkan 1981)
- Belk, R. W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477–500. <https://doi.org/10.1086/671052>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Fusch, P. I., & Ness, L. R. (2015). Are we there yet? Data saturation in qualitative research. *The Qualitative Report*, 20(9), 1408–1416.
- Gill, R., & Pratt, A. (2008). In the social factory? Immaterial labour, precariousness and cultural work. *Theory, Culture & Society*, 25(7–8), 1–30. <https://doi.org/10.1177/0263276408097794>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Harvey, D. (2005). *A brief history of neoliberalism*. Oxford University Press.
- Nawawi, M. I., Pathuddin, H., Syukri, N., Alfidayanti, A., Poppysari, S., Saputri, S., ... Marsuki, I. (2021). Pengaruh Game Mobile Legends terhadap Minat Belajar Mahasiswa/i Fakultas Sains dan Teknologi UIN Alauddin Makassar. *AL MA'ARIEF : Jurnal Pendidikan Sosial Dan Budaya*, 3(1), 46–54. <https://doi.org/10.35905/almaarief.v3i1.2039>
- Reza Alia, Adanna Nedd, & Sabrina Chu. (2024). “*I Like the Way the Skin Looks*”: Player Perspectives on Aesthetic Appeal and Self-Representation with Video Game “Skins.”
- Ashari, I. (2026). ANALISIS JASA JOKI GAME ONLINE MOBILE LEGENDS DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH. *Al-Maslahah : Jurnal Ilmu Syariah*, 21(1), 76-93. [doi:https://doi.org/10.24260/al-maslahah.v21i1.2854](https://doi.org/10.24260/al-maslahah.v21i1.2854)
- Putratama, D., & Retnowardhani, A. (2025). An Empirical Study of In-App Purchase Intention Behavior of Generation Z in Mobile Games. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 11(3), 433–444. <https://doi.org/10.20473/jisebi.11.3.433-444>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Lintar, Universitas Tarumanagara. (2024). Gacha addiction and in-app purchases: A study on Genshin Impact players in Indonesia. Repository Universitas Tarumanagara. https://lintar.untar.ac.id/repository/penelitian/buktipenelitian_10108011_4A070325112227.pdf
- Oldenburg, R. (1999). *The great good place: Cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community*. Marlowe & Company.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.

- Plug Byte. (2024). The impact of esports on youth culture. <https://plugbyte.co.uk/the-impact-of-esports-on-youth-culture/>
- Soman, D. (2001). Effects of payment mechanism on spending behavior: The role of rehearsal and immediacy of payments. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 460–474. <https://doi.org/10.1086/319621>
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.
- Zendle, D., Meyer, R., & Over, H. (2019). Adolescents and loot boxes: Links with problem gambling and motivations for purchase. *PLOS ONE*, 14(11), e0224197. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0224197>