

ABSTRAK

MMORPG (*Massively Multiplayer Online Role-Playing Game*) merupakan salah satu dari berbagai jenis gim yang ada saat ini, apabila dibandingkan dengan jenis gim lain MMORPG dinilai memiliki lebih banyak interaksi antar pemainnya. Pemain gim MMORPG biasanya akan memilih untuk bermain secara berkelompok dibandingkan bermain secara *solo*, mereka akan masuk ke dalam sebuah klan atau *party* untuk menyelesaikan sebuah misi secara bersama-sama. Gim MMORPG dijadikan lapangan penelitian dalam tulisan ini adalah MIR4, gim buatan Wemade, pengembang dari Korea Selatan. MIR4 memiliki satu fitur yang belum banyak digunakan oleh gim lain, yaitu adanya fitur NFT dan *crypto*.

Kedua fitur yang dimiliki oleh MIR4 membuatnya memiliki daya tarik tersendiri di kalangan penggemar gim, bukan hanya memainkannya karena hobi tapi juga untuk mencari cuan. Dalam tulisan ini akan dijelaskan lebih jauh mengenai sosialitas yang terjadi di kalangan pemain MIR4 baik itu di dalam gim juga di grup Facebook MIR4 (Indonesia Group). Penelitian ini berangkat dari pertanyaan bagaimana sosialitas yang terjadi di dalam klan, *party*, dan grup Facebook pada gim MIR4? Penulis menggunakan metode etnografi media sosial dengan memainkan gim MIR4 dan bergabung dengan grup Facebook MIR4 (Indonesia Group) selama kurang lebih 6 bulan dari Januari 2022 - Juni 2022. Penulis memilih tiga narasumber yaitu Windanovi, Bang Arya, dan Bang Ardi, narasumber dipilih berdasarkan kriteria tertentu yaitu bermain MIR4 di server Asia11 dan bergabung dengan grup MIR4 (Indonesia Group).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga sosialitas yang terjadi pada gim MIR4, yaitu sosialitas pertemanan, sosialitas ekonomi, dan sosialitas persaingan. Sosialitas ini muncul tak lepas dari *branding* mendapatkan cuan yang dilakukan Wemade terhadap MIR4, mengakibatkan munculnya sentimen kepada pemain China. Hal ini terkait dengan kegiatan *leveling* dan mencari cuan pada gim MIR4.

Kata kunci: MIR4, MIR4 (Indonesia group), klan, sosialitas, China

ABSTRACT

MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) is one of the various types of games that exist today, when compared to other types of games MMORPG is considered to have more interaction between players. MMORPG players will usually choose to play in groups rather than playing solo, they will join a clan or party to complete a mission together. The MMORPG game used as a research field in this paper is MIR4, a game made by Wemade, a developer from South Korea. MIR4 has one feature that is not widely used by other games, which is the NFT and crypto features.

These two features make MIR4 attractive to game enthusiasts, who not only play it as a hobby but also to earn money. This paper will explain further about the sociality that occurs among MIR4 players both in the game and in the MIR4 Facebook group (Indonesia Group). This research departs from the question of how sociality occurs in clans, parties, and Facebook groups in MIR4? The researcher used the social media ethnography method by playing MIR4 and joining MIR4 Facebook group (Indonesia Group) for approximately 6 months from January 2022 - June 2022. The author chose three informants that are Windanovi, Bang Arya, and Bang Ardi, the informants were chosen based on certain criteria, specifically playing MIR4 on the Asia11 server and joining the MIR4 group (Indonesia Group).

The results of this study show that there are three socialities that occur in MIR4, those are friendship sociality, economic sociality, and competition sociality. This sociality arises inseparable from the branding of getting money done by Wemade for MIR4, resulting in the emergence of sentiment towards Chinese players. Moreover, it is related to the leveling and earning activities in MIR4.

Keywords: MIR4, MIR4 (Indonesia group), clan, sociality, China