

INTISARI

ANALISIS BUDAYA KONSUMERISME PADA *PERMAINAN GACHA GENSHIN IMPACT* TERHADAP MAHASISWA BAHASA DAN KEBUDAYAAN JEPANG UNIVERSITAS GADJAH MADA

Christian Natanael Harijanto

Permainan *Genshin Impact* menggunakan sistem *gacha* dan telah menjadi fenomena yang sangat populer di industri game. *Game gacha* menarik perhatian pemain dengan mekanisme yang membuat pemain dapat membayar untuk mendapatkan item, karakter, atau hadiah acak dalam permainan. Kepopuleran *game gacha* menciptakan budaya konsumerisme di antara pemain yang terdorong untuk terus membeli "*gacha*" demi hadiah langka. Dampak negatifnya terutama pada pemain yang rentan menghabiskan uang secara tidak terkendali.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh budaya konsumerisme yang terkait dengan permainan *gacha Genshin Impact* terhadap mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang di Universitas Gadjah Mada. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan data yang didapat melalui angket yang disebar kepada mahasiswa angkatan 2018 hingga 2022 lalu dipilih sejumlah responden untuk dilakukan wawancara. Penelitian ini diteliti menggunakan teori kebudayaan milik Koentjaraningrat dan budaya konsumerisme milik Jean Baudrillard.

Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden menyatakan bahwa, *Genshin Impact* memberi pengaruh pada kemampuan berbahasa Jepang mereka khususnya pada *listening*. Budaya konsumerisme mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Jepang Universitas Gadjah Mada terkait *game gacha Genshin Impact* dilatarbelakangi oleh adanya pembelian produk virtual yang dipicu oleh desain *game* dan *parasocial relationship*. Adapun motivasi yang melatarbelakangi konsumerisme *game gacha* tersebut adalah untuk mendapatkan status yang berbeda dengan individu lain.

Kata kunci: konsumerisme, *gacha*, *Genshin Impact*, produk virtual

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE CONSUMERISM CULTURE IN THE GACHA GAME GENSHIN IMPACT ON STUDENTS OF JAPANESE LANGUAGE AND CULTURE AT GADJAH MADA UNIVERSITY

Christian Natanael Harijanto

Genshin Impact uses a gacha system and has become a very popular phenomenon in the gaming industry. Gacha games attract players with a mechanic where they can pay to obtain random items, characters, or rewards in the game. The popularity of gacha games creates a culture of consumerism among players who are encouraged to keep buying "gacha" for rare rewards. The negative impact is mainly on players who are prone to spending money uncontrollably.

This research aims to analyze the influence of the consumerism culture associated with the gacha game Genshin Impact on Japanese Language and Culture students at Gadjah Mada University. This research uses descriptive qualitative methods with data obtained through questionnaires and interviews. This research was examined using Koentjaraningrat's theory of culture and Jean Baudrillard's culture of consumerism.

The results showed that there were benefits in improving language skills when playing Genshin Impact for Japanese Language and Culture students at Gadjah Mada University. It is also seen that the purchase of virtual products occurs because of the purchase intention of the game design factor which forms an influence of emotional response and physical attractiveness towards the character. With emotional factors and attractiveness, an effort to do *gacha* is formed and the emergence of a culture of consumerism towards virtual products as a status differentiator between other individuals.

Keywords: consumerism, *gacha*, Genshin Impact, virtual product

要旨

ガチャゲーム「原神」における消費文化がガジャマダ大学日本語・ 日本文化学科の学生に与える影響の分析

クリスティアン・ナタナエル・ハリジャント

「原神インパクト」はガチャシステムを採用しており、ゲーム業界で非常に人気のある現象となっている。ガチャゲームは、課金することでゲーム内のランダムなアイテムやキャラクター、報酬を入手できるという仕組みでプレイヤーを惹きつける。ガチャゲームの人気は、レアな報酬のために「ガチャ」を買い続けることを奨励されるプレイヤーの間に、消費主義の文化を生み出す。その悪影響は主に、無節操にお金を使いがちなプレイヤーに及ぶ。

研究の目的は、「原神インパクト」のガチャゲームに関連する消費主義文化が、ガジャマダ大学の日本語・日本文化学科の学生に与える影響を分析することである。研究は記述的質的方法を用いており、データはアンケートとインタビューによって得られた。この研究は、コエンジラニングラットの文化論とジャン・ボードリヤールの消費主義文化を用いて検討した。

その結果、ガジャマダ大学の日本語・日本文化学科の学生にとって、「原神インパクト」をプレイすることは、言語能力を向上させるメリットがあることが示された。また、バーチャル商品の購入は、キャラクターに対する感情的な反応や身体的な魅力の影響を形成するゲームデザイン要因の購入意図によって起こることがわかった。感情的な要因や魅力によって、ガチャを回そうとする努力が形成され、他の個人との地位の差別化としてのバーチャル商品に対する消費文化の出現が出現する。

キーワード: 消費主義, ガチャ, 原神インパクト, 仮想製品