

## **DUNIA MMO GAME PARA GAMER DI KOMUNITAS FORUM INDOGAMERS**

**Wawan Wartono**

**Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Pasundan**

*e-mail:* [wawan.wartono@unpas.ac.id](mailto:wawan.wartono@unpas.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The number of gamers has increased rapidly during the Covid-19 pandemic. However, researchers in this regard tend to look at negative aspects such as addiction and mental health. It is very rare for research related to MMO Games or Online Games that examines and interprets games from the point of view of the experience and articulation of the gamers themselves. Researchers are trying to take a more neutral perspective or a middle ground in viewing this online game phenomenon through the research "The World of MMO Games for Gamers in the Indogamers Forum Community". How gamers (online game players) construct their world and how far they go and live their role in online games are very interesting things to explore further.. This research is an online qualitative research using virtual ethnography and phenomenology. Virtual ethnography is used as an approach to reach the research location, while phenomenology is used to dig deeper into the experience of gamers. Research informants were selected purposively and snowballing. The number of informants in this study were 23 people consisting of various ages and genders. In general, how gamers' worlds are constructed and how far they (gamers) go and live their roles, depending on their category. Based on the processing of research data that the researchers obtained, there are at least 5 gamer models that the researchers found, namely Newbie, Adventure, Admirer, Master, and Professional.*

*Keywords: MMO Game, Virtual Ethnography, Phenomenology, Indogamers*

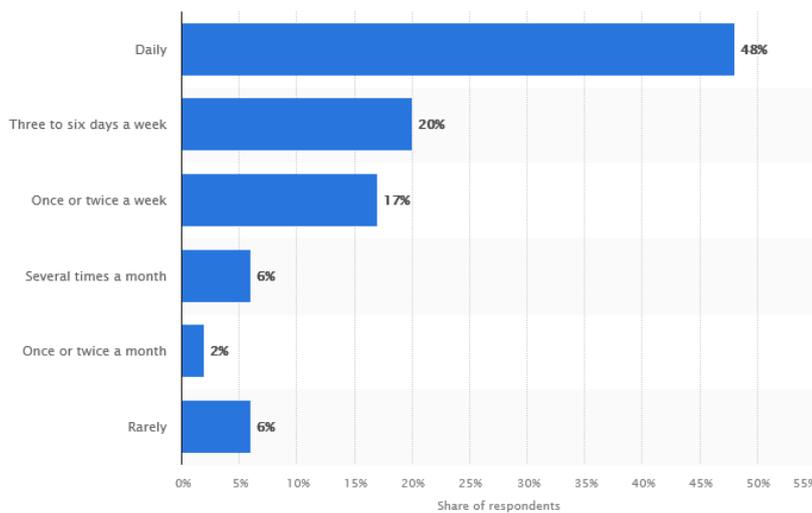
### **I. Pendahuluan**

MMO (Massively Multiplayer Online) Game atau yang sebagian besar masyarakat Indonesia sebut sebagai "Game Online" mengalami pertumbuhan *gamer* yang cukup pesat ditengah pandemik

Covid-19. Berdasarkan survei Statista (2021) pada tahun 2020, prosentase terbesar *gamer* Indonesia dalam bermain game adalah setiap hari yakni dengan 48 persen, sedangkan yang paling kecil adalah yang jarang sekali bermain sampai

hanya satu atau dua kali dalam sebulan sebesar masing-masing 6 persen dan 2 persen. Data lebih lengkap dapat dilihat dalam gambar berikut ini.

**Gambar 1.1. Frekuensi Gamer Indonesia Bermain Game Tahun 2020**



**Sumber: Statista, 2021**

Menguatkan hasil survei diatas, Setyowati (28 April 2020) menegaskan bahwa ada peningkatan trafik internet secara umum sebesar 24 persen dan peningkatan trafik internet untuk koneksi game sebesar 61 persen.

Peningkatan trafik internet yang sangat signifikan salah satunya karena penggunaan perangkat mobile atau smartphone yang tinggi. InMobi

(2021) mencatat sebanyak 46 persen gamer baru di Indonesia bermain game karena pandemik. Bahkan, 80 persen dari para gamer ini menjadi committed gamers (sangat menyukai dan bermain game setiap hari), terutama yang berusia dibawah 45 tahun (InMobi, 2021).

Fenomena pertumbuhan jumlah gamer di Indonesia terutama saat pandemik ini, kurang mendapat perhatian dari banyak pihak terutama dari kalangan akademisi maupun peneliti. Padahal, beberapa riset terutama diluar negeri seringkali mengaitkan game dengan kekerasan pada remaja (Shao & Wang, 2019). Walaupun selama pandemik bermain bisa saja memberikan dampak positif ( Barr & Copeland-Stewart, 2021). Penelitian terkait MMO Game sebenarnya sudah cukup banyak,

namun sangat disayangkan masih terlalu fokus pada stigma negatifnya seperti kecanduan (Novrialdy, 2019; Ulya, Sucipto & Fathurohman, 2021; Darwis, Amri & Reymond, 2020), dan Kesehatan mental (Erik & Wetik, 2020). Penelitian terkait game yang mengeksplorasi game sudut pandang dan pengalaman para gamer sendiri terutama di Indonesia sangat minim.

Penelitian terkait game maupun ruang virtual atau cyber di Indonesia cukup minim kalau kita lihat dalam 10 tahun ke belakang. Namun, beberapa tahun belakangan ini, terutama pada masa pandemik, penelitian terkait ruang virtual atau cyber sudah mulai marak (lihat, Rahmat & Irwansyah, 2021; Dhia, Pramesthi & Irwansyah, 2021). Untuk itu, peneliti sangat tertarik sekali untuk menyelami lebih jauh tentang dunia game online dari sudut pandang para gamer itu sendiri.

Berdasarkan paparan diatas, maka peneliti ingin mengkaji lebih jauh dan lebih fokus tentang “Dunia MMO Game Para Gamer di Komunitas Forum Indogamers”. Forum Indogamers disini peneliti tempatkan sebagai komunitas dimana

lokasi penelitian berada, jadi tidak akan diteliti dan dibahas lebih lanjut.

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka peneliti membuat pertanyaan penelitian untuk menggali lebih jauh. Ada pun pertanyaan penelitian tersebut antara lain: 1) Bagaimana para gamer di komunitas forum indogamers mengkonstruksi dunia mereka; 2) Seberapa jauh para gamer di komunitas forum indogamers terjun dan menghayati dunia mereka. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui dan memahami bagaimana konstruksi dunia para gamer di komunitas forum indogamers; 2) mengetahui dan menyelami lebih jauh tentang penghayatan para gamer di komunitas forum indogamers terhadap dunia mereka.

### **MMO (Massively Multiplayer Online) Game**

*Massively Multiplayer Online (MMO)/Game (MMOG)* adalah *genre game online* yang paling dominan (Bainbridge, 2010). *MMOG* memungkinkan banyak (ratusan atau ribuan ) pemain game saling berinteraksi menggunakan koneksi Internet. Umumnya kita menyebut

*game* yang terhubung ke Internet dengan sebutan *online game* atau *game online*. Padahal batas antara *game online* dengan *stand alone game* (game yang dimainkan secara individual tanpa koneksi Internet) sekarang ini semakin kabur. Hampir semua *game* yang kita anggap bukan *game online* sebenarnya dapat juga dimainkan secara *online*, seperti konsol *game* PS3 dan Xbox misalnya dapat juga dimainkan secara online. *Game-game* yang biasanya kita mainkan secara individual juga sebenarnya dapat dimainkan secara *online* jika kita mempunyai koneksi Internet.

Perbedaan yang sangat tipis sekali antara mana yang sebenarnya *game online* dan bukan memang sangat membingungkan. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa lebih dari 90% *game* yang biasa dimainkan di PC maupun konsol dapat juga dimainkan secara online. Sebuah portal *game* seperti [www.games.co.id](http://www.games.co.id) dapat juga kita anggap sebagai *game online* (jika definisi *online* adalah terhubung ke Internet). *Game-game* yang ada di [www.games.co.id](http://www.games.co.id) adalah *single player game*, sama seperti *game*

yang biasa kita mainkan di PC maupun konsol, hanya saja kita memerlukan koneksi Internet. Para peneliti *game online* seperti Clarke (2014); Ommen (2016); Goodfellow (2014); Milik (2015); Braithwaite (2015); Bergstrom (2017); Khazaal et al (2014); Canidate & Hart (2017); Poon et al (2021); dan banyak peneliti lainnya menggunakan istilah *MMOG* untuk *game online* yang dimainkan secara massal, dimana ratusan sampai ribuan pemain saling berinteraksi didalamnya.

*MMOG* sendiri masih memiliki *genre*, tipe atau jenis *game* berdasarkan situasi permainan dan antar muka *game* yang digunakan. Bainbridge (2008) membagi *MMOG* menjadi *strategy games*, *role playing games*, *non-game virtual world*, *microgames*, dan *live-action role playing games* (LARPs). Beberapa developer, publisher, situs *game* dan para pakar lainnya membagi jenis *MMOG* sesuai dengan sudut pandang dan kepentingan masing-masing.

### **Etnografi Virtual**

Etnografi virtual adalah pendekatan kualitatif yang banyak digunakan untuk penelitian online

(lihat; Bajari & Simaibang, 2019; Kusuma, Purbantina & Nahdiyah, 2020; Zayed, 2021). Pendekatan ini tergolong baru, baik di Indonesia (karena sedikit sekali orang yang tahu) maupun di luar negeri (karena baru dua dasawarsa lebih diperkenalkan). Etnografi virtual memiliki banyak nama atau istilah, baik itu istilah etnografi virtual itu sendiri (Hine, 2000; Boellstorff, 2008), Netnography (Kozinet, 2010), Playing ethnography (Pearce, 2006), ethnography of computer mediated communication (Mann & Stewart, 2006), Online ethnography (Baym, 1999), cyber ethnography (Ward, 1999; Morton, 2001), Webnography (Evans, 2010), dan sederet istilah atau nama-nama lain. Beragam istilah dan nama-nama tersebut yang digagas dan dimunculkan oleh para ahli, pada akhirnya membentuk cara dan teknik bagaimana sebuah penelitian etnografi virtual dilakukan.

Morton (2001) menyatakan bahwa ada dua cara melakukan etnografi di internet, yaitu secara distanced (menjauh) dan secara involved (terlibat). Dalam bentuk etnografi virtual distance, Morton

(2001) menegaskan bahwa keberadaan peneliti dapat disembunyikan dari pihak atau kelompok yang sedang diteliti, sementara bentuk involved justru sebaliknya. Schwara (1999) memperluas istilah yang terlibat berarti "diskursif dan komunikatif". Penelitian etnografi virtual menjauh mungkin dibentuk oleh evaluasi sumber seperti teks, gambar, atau emotikon dan pengamatan (tapi tidak partisipatif) interaksi sosial di ruang online. Penelitian diskursif atau komunikatif, menuntut keterlibatan aktif peneliti di lingkungan yang diteliti, dapat mengarah pada subjektivitas para aktor yang terungkap (Schwara, 1999) - memungkinkan peneliti untuk memiliki pemahaman yang lebih baik secara teoritis tentang kinerja identitas pengguna (dalam hal ini gamer), dan pentingnya interaksi yang terjadi, dibandingkan dengan sebuah penelitian yang menjauh (involved) (Kendall, 1999).

Namun, secara garis besar sebenarnya metode etnografi virtual dapat dikelompokkan ke dalam 3 (tiga) jenis atau era sesuai dengan kelompok pengagasnya. Era yang

pertama adalah eranya Christine Hine dan para pengikut serta koleganya yang beranggapan bahwa etnografi virtual merupakan penelitian online sekaligus offline (Hine, 2000). Era yang kedua adalah eranya Roberth Kozinet dan para pengikut serta koleganya yang beranggapan bahwa etnografi virtual merupakan penelitian yang murni online tapi tidak harus spesifik onlinenya (Kozinet, 2010). Sedangkan era yang ketiga adalah eranya Tom Boellstorff dan para pengikut serta koleganya yang menegaskan bahwa etnografi virtual merupakan penelitian online yang lokasinya harus sangat spesifik (Boellstorff, 2008)

Setiap interaksi dalam sebuah dunia virtual memiliki dimensi hubungan dan ruang, dimana ruang tersebut merupakan sebuah tempat; sebuah lokasi. Artinya, sebuah penelitian etnografi virtual tidak hanya fokus pada hubungan diantara orang-orang yang berinteraksi, tapi juga pada “dimana” orang-orang tersebut berinteraksi. Kita harus melihat dunia virtual dengan “kacamata” tersendiri, yaitu “*in their own terms*” (Boellstorff, 2008).

Etnografi virtual peneliti gunakan dalam penelitian ini sebagai pendekatan untuk menjangkau lokasi penelitian yang bersifat virtual. Dalam pandangan etnografi virtual maupun para pakar cyber culture dan peneliti virtual lainnya, segala sesuatu yang ada di internet dapat dikategorikan sebagai budaya. Sehingga penggunaan etnografi virtual sangat tepat dalam penelitian ini.

### **Fenomenologi**

Fenomenologi memiliki perjalanan yang cukup panjang, sepanjang deretan nama para pakarnya. Mulai dari Brentano, Husserl, Scheler, Heidegger, Sartre, Hegel, Ponty, sampai Schutz. Bahkan, fenomenologi terus dikembangkan oleh para pakar selanjutnya seperti Habermas yang menggagas konsep skeptisisme sebagai bentuk kritiknya terhadap kesalahpahaman perspektif fenomenologi pada kehidupan sosial (Overgaard & Zahavi, 2009). Namun, tokoh yang dianggap memiliki cukup banyak peran dalam perkembangan fenomenologi adalah Husserl.

Edmund Husserl merupakan salah seorang ilmuwan yang

mempopulerkan istilah fenomenologi. Fenomenologi bagi Husserl adalah ilmu tentang fenomena dan objek, dimana objek tersebut merupakan pengalaman yang dihadirkan dalam kesadaran manusia itu sendiri (Crowell, 2001). Lebih jauh, Husserl menempatkan fenomenologi sebagai pendekatan filosofis dimana pengalaman yang bersifat intuisi terkait fenomena didapatkan dan dijadikan pijakan awal serta berusaha memadatkan esensi terkait ekspektasi pengalaman dan pemahaman ontologis terkait apa sebenarnya pengalaman itu, yang mana selanjutnya disebut sebagai fenomenologi transendental (Crowell, 2001).

Alfred Schutz merupakan salah seorang tokoh fenomenologi yang cukup dikenal setelah Husserl, terutama dalam bidang sosiologi. Schutz dapat disebut sebagai murid tidak langsung dari Husserl, karena banyak sekali membaca, memahami dan mengkonstruksi ulang pemikiran-pemikiran Husserl. Walaupun, pemikiran Schutz tetap tidak dapat dipisahkan dari pengaruh Weber tentang tindakan sosial yang menjadi dasar fundamental dalam

fenomenologi sosialnya (Schutz, Walsh, & Lehnert, 1967). Fenomenologi dunia sosial menurut Schutz dikonstruksi berdasarkan pengalaman aktivitas keseharian. Pemikiran Schutz ini kemudian mengilhami para pakar sosiologi termuka diantaranya Harold Garfinkel, Thomas Luckmann, maupun Peter Berger.

Para ahli fenomenologi secara umum menekankan bahwa realitas sosial tidak dapat dipahami sebagai realitas eksternal yang tetap dan obyektif. Justru sebaliknya, realitas sosial pada dasarnya merupakan produk dari aktivitas keseharian manusia. Melalui proses 'tipifikasi', kita 'membentuk' dunia sosial yang bermakna di sekitar kita. Tipifikasi bukan pencapaian individu-individu yang terisolasi yang bertindak sendiri, melainkan terdiri dari sebagian besar asumsi, harapan, dan kebiasaan kita yang diturunkan secara sosial. Namun, para pakar fenomenologi sosial bersikeras bahwa kita tidak boleh meremehkan peran subjektivitas individu. Realitas sosial tidak dapat direduksi menjadi hubungan antara subyek individu, namun merupakan

intersubjektivitas yang pada akhirnya menghasilkan realitas sosial (Overgaard & Zahavi, 2009).

## **II. Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif online menggunakan etnografi virtual. Selain menggunakan etnografi virtual untuk menjangkau lokasi penelitian, peneliti juga menggunakan pendekatan fenomenologi dari Alfred Schutz. Etnografi virtual hanya digunakan sebagai pendekatan untuk menjangkau lokasi penelitian online, sedangkan fenomenologi digunakan untuk menganalisis lebih jauh pengalaman para gamer di komunitas forum indogamers. Tugas fenomenologi menurut Schutz adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari, serta dari kegiatan yang menghasilkan pengalaman dan pengetahuan (Schutz dalam Kuswarno, 2009).

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah para gamer yang tergabung dalam komunitas forum indogamers. Teknik atau metode sampling yang digunakan dalam

penelitian ini adalah teknik purposif, yang mana menurut Creswell (1998) para partisipan harus berada pada lokasi penelitian serta telah mengalami dan mengartikulasi pengalaman mereka. Lebih jauh Creswell (1998) menegaskan bahwa partisipan yang diwawancara paling tidak sekitar 10 orang. Selain menggunakan teknik purposive, peneliti juga menggunakan teknik *snowballing* dalam memilih subjek penelitian atau informan.

Penentuan informan dilakukan berdasarkan variasi usia, jenis kelamin, serta seberapa lama atau seringnya bermain game. Forum Indogamers dipilih sebagai lokasi penelitian karena indogamers merupakan komunitas yang cukup besar dan cukup lama dikenal oleh banyak gamer. Pengalaman para gamer yang tergabung dalam komunitas forum indogamers merupakan objek penelitian dalam penelitian ini.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara online dan pengamatan online. Wawancara online dilakukan mengingat lokasi penelitian yang berada dalam ruang

virtual (online). James & Busher (2009) mengatakan metode penelitian kualitatif tradisional harus dapat beradaptasi dalam arena virtual, sehingga wawancara *face-to-face* berubah menjadi wawancara online. Wawancara online dapat dilakukan melalui e-mail, *discussion board* (forum), maupun chatting (James & Busher, 2009). Menurut James dan Busher (2009) terdapat dua jenis wawancara online, yaitu *synchronous* dan *asynchronous*. *Synchronous* adalah wawancara melalui chatting atau IM (instant messaging) lainnya yang memungkinkan respon atau feedback yang cepat. Sementara *asynchronous* adalah wawancara melalui e-mail maupun forum dimana respon atau feedback mengalami delay tergantung dari kehadiran partisipan dalam kanal wawancara.

Pengamatan yang peneliti lakukan dalam penelitian ini berupa pengamatan online dalam forum Indogamers. Pengamatan jenis ini dilakukan karena baik subjek, objek maupun lokasi penelitiannya berada dalam ruang virtual (online). Teknik ini dilakukan dengan cara peneliti menjadi anggota dan aktif dalam

forum Indogamers sesuai dengan saran yang ditegaskan oleh William (2007).

Subjek penelitian yang diobservasi dan diwawancara adalah gamer yang aktif dalam Forum Indogamers. Informan dipilih secara purposif dan snowballing. Informan diobservasi perilaku dan aktivitasnya dalam Forum Indogamer dan diwawancara secara online.

Data penelitian dikelompokkan berdasarkan kategori dan kemudian direduksi. Setelah itu baru kemudian dilakukan penarikan kesimpulan sesuai model dari Model & Silberman (1992).

### **III. Hasil dan Diskusi**

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan selama 10 minggu dalam forum Indogamers diperoleh cukup data pada informan penelitian sebanyak 23 orang gamer. Informan penelitian tersebut antara lain terdiri dari 5 orang berusia di bawah 17 tahun, 11 orang berusia antara 17 - 25 tahun, 5 orang berusia 26 – 40 tahun, serta 2 orang berusia di atas 40 tahun. 16 orang informan adalah laki-laki dan 7 orang informan adalah perempuan. Lebih jelasnya

penulis gambarkan dalam tabel berikut ini.

	Diatas 40 tahun		
Sub Total		16	7
Total		23	

**Tabel 1.1. Profil Informan Penelitian**

No	Usia Informan	Jenis Kelamin Informan	
		Laki-laki	Perempuan
1.	Dibawah 17 tahun	3	2
2.	17 – 25 tahun	7	4
3.	26 – 40 tahun	4	1
4.	26 – 40 tahun	2	0

Selama melakukan penelitian, peneliti memperoleh cukup banyak data, baik itu dari wawancara online maupun observasi online. Berdasarkan data tersebut peneliti membuat 5 kategori atau tipifikasi dari para gamer, antara lain seperti dalam tabel berikut ini.

**Tabel 1.2. Kategorisasi Para Gamer**

Kategori	Tingkat Kemampuan dan Pemahaman	Makna Sebuah Game Online	Usia	Lama Bermain	Waktu Bermain
Newbie	Pemula dari segi pengenalan dan terkait pemahaman tentang konsep sebuah game. hanya tahu tata cara dan petunjuk dasar atau basic skill dari sebuah game online	sekedar untuk mengisi waktu luang, atau pelarian dari masalah.	Segala Usia	Rata-rata 1-3 jam perhari atau 4-10 jam per minggu.	umumnya pagi atau menjelang sore. jarang sekali bermain malam hari
Adventure	Hampir setiap game online dapat ia mainkan, walau pun ia belum benar-benar memahami tentang konsep game tersebut. jiwa petualang dan rasa penasaran yang cukup tinggi	game online cukup menyenangkan dan harus diagendakan	Rata-rata berusia di atas 17 tahun	Rata-rata 2-4 jam perhari atau 20 jam perminggu.	Hanya menjelang sore atau menjelang malam, kecuali hari libur

Admirer	terobsesi bermain game online. bermain game online adalah sebuah rutinitas yang telah menjadi bagian dari kehidupannya. Kemampuan dan pemahamannya tentang konsep dari sebuah game center sudah lumayan tinggi.	game online merupakan suatu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi.	Rata-rata di atas 19 tahun.	5-8 jam perhari atau lebih dari 35 jam perminggunya.	Rata-rata sepanjang malam hari
Master	mahir sekali bermain game. Hampir 100% cara bermain, konsep dan pola-pola permainan ia kuasai. sangat ahli dalam hal kalkulasi, misalkan dalam mengkalkulasikan atribut status dari sebuah karakter dalam game online.	Kehidupan dalam game sama berharganya seperti kehidupan dunia nyata pada umumnya.	rata-rata berusia di atas 21 tahun	dapat bermain sampai 3 hari berturut-turut atau 3x24 jam tanpa henti.	Kapan saja, tapi rata-rata setiap malam hari.
Profesional	Para profesional menguasai kemampuan yang sama seperti para master. Bedanya adalah para profesional ini adalah supplier mata uang dan item game	Para profesional rata-rata adalah orang yang fleksibel..	rata-rata berusia 24- 35 tahun	Lamanya waktu bermain tergantung kebutuhan dan situasi	fleksibel sekali dalam memilih waktu bermain.

### **Newbie**

*Newbie* adalah orang-orang yang baru pertama kali atau secara umum dikatakan amatir. Peneliti sengaja memberikan nama kategori *newbie* karena memang istilah ini cukup populer di kalangan *netter* (pengguna internet). Para gamer *newbie* ini umumnya hanya orang-orang yang sekedar iseng bermain seperti Dika, “Iseng aja maen game, kadang klo lagi suntuk ya dateng kesini”, katanya, “Paling maen DOTA (Defend Of The Ancient, sebuah genre dari game Warcraft), kadang-kadang aja maen PB (Point Blank), ya tergantung mood aja mo maen apa”, tambahnya. Ada juga

yang sekedar ikut temannya main game seperti Tedy, “aku gak tiap hari maen, paling ke sini klo ada temen yang ngajak”, tukasnya, “maen PB (Point Blank), kadang tergantung juga sih yang lagi rame game apaa”, tambahnya.

Selain disukai oleh para laki-laki, game online juga disukai oleh para perempuan, salah satunya adalah Rina. Dia sering maen ketika waktu senggang terutama seperti saat pandemi. Baik Dika, Tedy maupun Lina, rata-rata mereka menghabiskan waktu kurang dari 4 jam setiap kali mainnya.

Tingkat pemahaman dan kemampuan secara umum, *newbie*

dapat dikatakan kumpulan para pemain pemula. Pemula dari segi perkenalan dengan game online serta pemula terhadap pemahaman tentang konsep sebuah game. *Newbie* hanya tahu tata cara dan petunjuk dasar atau *basic skill* dari sebuah game online, sehingga walau pun telah cukup lama bermain suatu game, ia dapat dengan mudah dikalahkan oleh pemain lain yang baru main beberapa hari saja. *Newbie* tidak mempelajari dan menguasai teknik dan skill agar dapat bermain secara maksimal, sehingga dalam bermain ia mengalir begitu saja atau just playing. Terkadang, main game hanya karena diajak teman, tanpa mengerti sama sekali tentang game yang dimainkan.

Game bagi *newbie* hanya sekedar untuk mengisi waktu luang, atau pelarian dari masalah. Terkadang ia memilih game yang dimainkan berdasarkan dari banyak tidaknya temannya yang bermain game tersebut. Rata-rata para *newbie* bermain 1-3 jam perhari atau 4-10 jam per minggunya. Intensitas bermain sangat rendah. Waktu bermain pra *newbie* pada umumnya adalah pada pagi atau menjelang

sore. Sangat jarang sekali yang bermain di malam hari.

### **Adventurer**

Seorang gamer yang telah cukup lama menjadi seorang *newbie*, terkadang ia lambat laun mulai menyukai game online. Dari sekedar mencoba-coba sampai menjadi hampir tergila-gila, MF adalah salah satunya. Ia mengaku setelah satu tahun iseng main game di salah satu game center, ia jadi mulai ketagihan. Pada awalnya ia mencoba-coba bermain PB (Point Blank), “tadinya sih aku coba-coba PB, ya sembari iseng, setelah lama malah jadi keenakan maen”, paparnya.

Bagi seorang gamer dari *newbie* untuk menjadi *Adventurer* tidak harus memakan waktu yang cukup lama seperti MF, ada juga yang hanya dalam beberapa minggu, seperti Izal. Izal hanya membutuhkan waktu kurang dari 3 minggu untuk mulai menjadi ketagihan bermain game online. “Dua mingguan setelah nyoba-nyoba maen game, malah jadi keenakan. Pertamanya sih diajak temen, eh malah jadi ngajakin temen maen”, tegasnya. Waktu atau lamanya seseorang mengenal game online tidak dapat menjadi patokan

bahwa seseorang akan mulai ketagihan bermain maupun tidak. Baik MF maupun Izal mengaku hanya menghabiskan waktu sekitar 3-4 jam dalam setiap kunjungannya ke game center. “Kadang nyampe juga maen semaleman, klo besoknya hari libur” imbuh Izal.

Pemain *adventurer* sangat suka sekali mencoba berbagai jenis game. Ia dapat bermain cukup baik tanpa memerlukan banyak petunjuk dari pemain lainnya. Hampir setiap game online dapat ia mainkan, walaupun ia belum benar-benar memahami tentang konsep game tersebut. Pemain *adventurer* adalah gamer-gamer yang mempunyai jiwa petualang dan rasa penasaran yang cukup tinggi, tapi ia tidak dapat dikatakan kecanduan atau *addict* terhadap game online.

Bagi *Adventurer*, bermain game lebih dari sekedar mengisi waktu luang. Bagi *adventurer*, bermain game online adalah suatu hal yang cukup menyenangkan dan karenanya harus diagendakan walaupun dengan prioritas yang cukup kecil. Bermain game dapat menambah kenalan dan teman serta merupakan ajang gaul selain jejaring

sosial. Rata-rata *Adventurer* berusia di atas 17 tahun, baik laki-laki maupun perempuan, walaupun ada juga yang berusia 13 sampai 16 tahun, tapi jumlahnya relatif sedikit. Lamanya bermain rata-rata cukup tinggi, antara 2-4 jam perhari atau 20 jam perminggu. Para *adventurer* bermain ketika menjelang sore atau menjelang malam. Biasanya bermain di bawah jam 11 malam, kecuali di hari-hari yang cukup senggang, misal di hari libur.

### **Admirer**

Para *Admirer* adalah para gamer yang sudah kecanduan bermain game online. Mereka rata-rata bermain game 5-8 jam perharinya. Peneliti banyak sekali menjumpai gamer yang masuk dalam kategori ini ketika melakukan penelitian ini pada komunitas forum *Indogamers*. Mereka terlihat sangat antusias sekali dalam bermain game, tapi pemahaman mereka pada game masih cukup minim.

Ketika peneliti tanyakan mengenai transaksi mata uang game dengan rupiah, Heri mengaku seringkali melakukannya. “ya kadang-kadang beli sih, klo lagi ada banyak duit” jelasnya. Para *Admirer*

mempunyai obsesi dan ambisi yang sangat besar dalam bermain game online, namun sayang itu tidak dibarengi dengan kemampuan dan pemahaman mereka tentang konsep itu sendiri, baik dalam hal character building maupun equipment forging.

Admirer adalah orang-orang yang mulai kecanduan bermain game online. Bagi admirer, bermain game online adalah sebuah rutinitas yang telah menjadi bagian dari kehidupannya. Kemampuan dan pemahamannya tentang konsep dari sebuah game center sudah sangat tinggi. Ia dapat bermain lebih baik dari pada newbie maupun adventurer. Admirer tidak mudah dikalahkan dalam game online, karena skillnya yang cukup memadai baginya untuk dapat bermain dengan baik dalam setiap game yang ia mainkan. Seorang admirer terkadang tidak segan-segan untuk membeli mata uang dalam game dengan rupiah (uang).

Para Admirer menganggap bermain game lebih dari sekedar aktivitas biasa. Bermain game online merupakan suatu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi. Kehidupan dunia maya (game) mulai ia

transformasikan menjadi dunia nyata baginya. Admirer rata-rata berusia di atas 19 tahun. Sangat jarang sekali admirer berusia dibawah 17 tahun. Para admirer kebanyakan laki-laki, hanya 2 perempuan dari keseluruhan informan yang dapat dikategorikan sebagai admirer.

Admirer sangat kecanduan sekali main game. Rata-rata mereka menghabiskan 5-8 jam perhari atau lebih dari 35 jam perminggunya. Malam hari adalah waktu yang sering dipilih para admirer untuk bermain game. Bagi mereka malam hari waktu untuk beraktivitas, dengan pertimbangan kualitas koneksi internet dan lebih sedikitnya pemain yang bermain, sehingga bermain game akan lebih efektif.

### **Master**

Sesuai dengan namanya, para master adalah sang empunya gamer. Mereka rata-rata sudah sangat familiar dengan konsep game, walaupun game yang baru dirilis sekalipun. Mereka telah cukup lama berkulat dalam dunia game online. Odink dan Nicho, mereka berdua adalah sosok gamer master yang cukup ramah, jika peneliti bandingkan dengan gamer master

lain yang peneliti kenal pada komunitas forum Indogamers.

Odink dan Nicho terlihat sangat menguasai sekali semua game yang mereka mainkan. Dari mulai kalkulasi pembuatan status character, sampai ke jenis equipment dan profesi yang harus dipilih dalam game sesuai dengan building character-nya. Peneliti sering berdiskusi panjang lebar setiap kali ada kesempatan untuk chat dengan mereka. Ketika peneliti bertanya kepada mereka apakah pernah menggunakan rupiah untuk membeli mata uang maupun fitur dalam game, mereka berdua mengangguk. “Dulu sih pernah beli sama pemain lain, tapi lama-lama jadi mikir juga, takut kena banned (hukuman dari provider game karena melanggar aturan)”, tegas Odink. “Pernah sih dulu, tapi sekarang dah gak, mending dibeliin vocer game, lebih resmi dan aman. Tapi masih banyak juga sih temen yang kek gitu (beli mata uang game dengan rupiah), padahal mereka dah lama banget maen (master)”, papar Nicho.

Odink dan Nicho hampir setiap hari bermain game online, dimana mereka rata-rata

menghabiskan waktu lebih dari 7 jam perharinya. Ketika ditanyakan apakah mereka pernah maen *fulltime* dalam beberapa hari, mereka menjawab ya. “pernah dulu ampe 2 hari 2 malam” jawab Nicho, “klo aku sempet 3 harian, tapi jadi ngantuk banget besoknya” tukas Odink.

Sesuai dengan namanya, para master sangat mahir sekali bermain game. Hampir 100% cara bermain, konsep dan pola-pola permainan ia kuasai. Master sangat ahli dalam hal kalkulasi, misalkan dalam mengkalkulasikan atribut status dari sebuah karakter dalam game online. Maka tidak heran jika para master sangat sulit dikalahkan oleh pemain lainnya, kecuali oleh para master lainnya. Para master dapat dikatakan sebagai penguasa dalam game online, tentunya selain GM (game master) dari perusahaan game online yang bersangkutan. Para master benar-benar telah mentransformasikan kehidupan dunia maya (game) seperti layaknya kehidupan nyata. Maka tidak heran jika master adalah pelanggan dari para profesional, karena master sangat loyal sekali membelanjakan rupiah (uang) demi untuk

kehidupannya dalam dunia game online

Kehidupan dalam game bagi para master sama berharganya seperti kehidupan dunia nyata pada umumnya. Terkadang mereka justru lebih memprioritaskan dunia maya (game) dari pada dunia nyata. Mereka seperti hidup dalam dua dunia, bahkan lebih ekstrim lagi seakan sudah sulit membedakan mana dunia nyata dan mana dunia maya (game). Para master rata-rata berusia di atas 21 tahun dan rata-rata laki-laki. Hanya seorang perempuan yang peneliti kategorikan sebagai master.

Para master menghabiskan waktu yang hampir sama, bahkan lebih dari pada para admirer. Para master terkadang dapat bermain sampai 3 hari berturut-turut atau 3x24 jam tanpa henti (kecuali makan dan ke kamar mandi). Kapan pun mau bermain, para master akan bermain. Walaupun para master rata-rata bermain di malam hari seperti admirer.

### **Profesional**

Para gamer profesional secara umum terlihat hampir sama dengan para master. Peneliti memberikan

kategori ini secara terpisah, karena secara filosofis memang berbeda antara master dengan profesional. Ketika peneliti sedang melakukan observasi dan mengomentari sebuah threat di forum Indogamers, peneliti dichat seorang gamer lain.. Ia mulai memperkenalkan diri dengan nama Reza dan mulai membicarakan tentang game yang sedang trend sambil memberikan petunjuk tentang cara bermain yang efektif. Berdasarkan petunjuk dan penjelasan yang diberikan, tampaknya dia sangat menguasai sekali tentang game yang sedang trend. Tidak seperti para master yang dapat dikatakan sebagai teman diskusi peneliti mengenai game online, maka para profesional lebih tampak seperti seorang tutor.

Para profesional melihat para gamer lainnya sebagai calon konsumen. Game online bagi para profesional bermain game bukan hanya sekedar untuk mengusir sepi atau kegiatan rutin, tapi juga sebagai peluang bisnis. Mereka sedang menawarkan dan menjual item maupun barang dalam game lainnya melalui online marketplace seperti "itemku" maupun melalui jalur

lainnya. Para profesional menguasai kemampuan yang sama seperti para master. Bedanya adalah para profesional ini adalah supplier mata uang game untuk admirer dan master.

Para profesional rata-rata adalah orang yang fleksibel. Mereka seperti hidup dalam dua dunia, tapi tidak terseret jauh ke dalam dunia maya (game). Bagi para profesional, game online adalah sebuah ladang bisnis yang merupakan nilai plus dari sebuah permainan. Para profesional rata-rata berusia 24- 35 tahun dan hanya laki-laki yang dapat peneliti kategorikan sebagai sebagai profesional. Lamanya bermain profesional tidaklah jauh berbeda dengan admirer maupun master. Lamanya waktu bermain tergantung kebutuhan dan situasi yang dia alami. Para profesional sangat fleksibel sekali dalam memilih waktu bermain mereka. Terkadang, para profesional mengambil waktu bermain sesuai dengan jam online para pelanggannya.

#### **IV. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan diskusi diatas, penelitian ini masih kurang

holistik karena hanya terpaku pada pengalaman dari sebagian kecil gamer yang ada pada komunitas Forum Indogamers. Forum Indogamers hanya peneliti jadikan sebagai lokasi penelitian, sementara sebagai sebuah komunitas virtual atau online tidak diteliti.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu fenomenologi dapat dianggap masih terlalu luas dan kurang fokus. Beberapa aspek terutama aspek visual seperti emoticon, emoji, stiker dan sejenisnya yang dapat dianggap sebagai bagian dari data penelitian tidak dapat dianalisis secara akurat dengan fenomenologi. Untuk menganalisis hal-hal tersebut mungkin diperlukan teori lain seperti semiotika, analisis wacana maupun analisis-analisis teks dan visual lainnya.

Tipifikasi atau kategori yang dihasilkan dalam penelitian ini hanya berasal dari artikulasi para gamer tentang dunia MMO Game yang mereka alami dan salami, tanpa tambahan aspek lainnya. Sementara itu, Newzoo, sebuah situs informasi dan analisis pasar game mengeluarkan 9 kategori gamer.

Segmentasi gamer dari Newzoo berdasarkan pada cara gamer bermain, melihat, memiliki dan berperilaku sosial (Pamboris, 16 Juli 2021).

## V. Referensi

- Bainbridge, William Sims. 2010. *Online Multiplayer Games*. Chapel Hill: Morgan and Claypool.
- Bajari, Atwar & Simaibang, Elisabeth Windy. (2019). Representasi Male Feminist oleh Aliansi Laki-laki Baru di Media Sosial. **LINIMASA: JURNAL ILMU KOMUNIKASI**, [S.l.], v. 2, n. 2, p. 1-21, July 2019. ISSN 2614-0381. Available at: <<https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/1685>>. Date accessed: 13 Nov. 2021. doi: <http://dx.doi.org/10.23969/linimasa.v2i2.1685>.
- Barr, M., & Copeland-Stewart, A. (2021). Playing video games during the COVID-19 pandemic and effects on players' well-being. *Games and Culture*, 17(1), 122–139. <https://doi.org/10.1177/15554120211017036>
- Baym, Nancy K. (1999) *Tune In, Log On: Soaps, Fandom, and Online Community*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Bergstrom, Kelly. (2017). Temporary Break or Permanent Departure? Rethinking What It Means to Quit EVE Online. *Games and Culture*, Volume 14 Issue 3, 276-296. diperoleh melalui <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1555412017698872> diakses pada tanggal 22 Agustus 2021.
- Boellstorff, Tom. (2008). *Coming of age in second life : an anthropologist explores the virtually human*. New Jersey: Princenton University Press.

- Braithwaite, Andrea. (2015). WoWing Alone: The Evolution of “Multiplayer” in World of Warcraft. *Games and Culture*, Volume 13 Issue 2, 119-135. diperoleh melalui <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1555412015610246> diakses pada tanggal 22 Agustus 2021.
- Canidate, S.S., & Hart, M. (2017). The Use of Avatar Counseling for HIV/AIDS Health Education: The Examination of Self-Identity in Avatar Preferences. *Journal of Medical Internet Research*, 19 (12):e365. DOI: 10.2196/jmir.6740
- Clarke, M.J. (2014). Branded Worlds and Contracting Galaxies: The Case of Star Wars Galaxies. *Games and Culture*, Volume 9 Issue 3, 203-224. diperoleh melalui <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1555412014537552> diakses pada tanggal 22 Agustus 2021.
- Creswell, Jhon W. 1998, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. California USA: Sage Publikations Inc.
- Crowell, Steven Galt. (2001). Husserl, Heidegger, and the space of meaning : paths toward transcendental Phenomenology. Illinois: Northwestern University Press

- Darwis, M., Amri Khairul, & Reymond, Hardy. (2020). Dampak Dari Kecanduan Game Online di Kalangan Remaja Usia 15 – 18 Tahun di Kelurahan Kayu Ombun. *Ristekdik*, Volume 5 Nomor 2, 228-233. Diperoleh melalui <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/Ristekdik/article/view/2088> diakses pada tanggal 2 September 2021.
- Dhia, Rifqi Nadhmy; Pramesthi, Jasmine Alya & Irwansyah, Irwansyah. ANALISIS RETORIKA ARISTOTELES PADA KAJIAN ILMIAH MEDIA SOSIAL DALAM MEMPERSUASI PUBLIK. **LINIMASA: JURNAL ILMU KOMUNIKASI**, [S.1.], v. 4, n. 1, p. 81 - 103, jan. 2021. ISSN 2614-0381. Available at: <<https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/3530>>. Date accessed: 13 Nov. 2021. doi: <http://dx.doi.org/10.23969/linimasa.v4i1.3530>.
- Erik, S., & Wetik, S. (2020). Hubungan Durasi Bermain Game Online dengan Kesehatan Mental pada Remaja Pria. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Jiwa*, 2(2), 59-78. Diperoleh melalui <https://jurnal.rs-amino.jatengprov.go.id/index.php/JIKJ/article/view/1> diakses pada tanggal 27 Agustus 2021
- Evans, Leighton. 2010. Authenticity Online: using webnography to address phenomenological concerns diperoleh melalui <http://www.interdisciplinary.net/wp-content/uploads/2010/02/evanspaper.pdf>
- Goodfellow, Catherine (2014). Russian Overlords, Vodka, and Logoffski: Russian- and English-Language Discourse About Anti-Russian Xenophobia in the EVE Online Community. *Games and Culture*, Volume 10 Issue 4, 203-

224. diperoleh melalui <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1555412014560193> diakses pada tanggal 22 Agustus 2021.
- Hine, Christine. (2010). *Virtual Ethnography*. London: SAGE Publications.
- InMobi. (2021). *Everyone's Gaming Among Us: Mobile Gaming through the Pandemic and Beyond*. Diperoleh melalui [https://go.inmobi.net/hubs/SEA\\_2021\\_GamingReport/Everyone%20is%20Gaming%20Among%20Us,%20SEA.pdf](https://go.inmobi.net/hubs/SEA_2021_GamingReport/Everyone%20is%20Gaming%20Among%20Us,%20SEA.pdf) diakses pada tanggal 15 September 2021.
- James, N., & Busher, H. (2009). *Online Interviewing*. London: SAGE Publications.
- Kendall, L. (1999). *Doing Internet research. Critical issues and methods for examining the net*. London: Sage.
- Khazaal, Y., Van Singer, M., Chatton, A., Achab, S., Zullino, D., Rothen, S., Khan, R., Billieux, J., & Thorens, G. (2014). Does Self-Selection Affect Samples' Representativeness in Online Surveys? An Investigation in Online Video Game Research. *Journal of Medical Internet Research*, 16(7):e164. DOI: 10.2196/jmir.2759
- Kozinets, Robert V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. London: SAGE Publications.
- Kusuma, A., Putri Purbantina, A. ., Nahdiyah, V. ., & Khasanah, U. U. (2020). A Virtual Ethnography Study: Fandom and Social Impact in Digital Era. *ETNOSIA : Jurnal Etnografi Indonesia*, 5(2), 238 - 251. <https://doi.org/10.31947/etnosia.v5i2.10898>
- Kuswarno, Engkus. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi, Konsepsi,*

- Pedoman dan contoh Penelitiannya.* Bandung: Widya Padjadjaran.
- Mann, C., & Stewart, F. (2006). *Internet communication and qualitative research: A handbook for researching online.* London: Sage.
- Miles, Matthew B. & Huberman, A. Micheal. 1992. *Analisis Data Kualitatif : buku sumber tentang Metode-metode Baru,* ( judul asli: *Qualitative Data Analysis*,tt. ) Terjemahan TjetjepRohindi. Jakarta: Penerbit UI-Press.
- Milik, Oscar. (2015) *Virtual Warlords: An Ethnomethodological View of Group Identity and Leadership in EVE Online.* *Games and Culture*, Volume 12 Issue 7-8, 764-785. diperoleh melalui <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1555412015597814> diakses pada tanggal 22 Agustus 2021.
- Morton, H. (2001). *Computer-Mediated Communication In Australian Anthropology And Sociology.* *Social Analysis: The International Journal of Social and Cultural Practice*, 45(1), 3–11. Diperoleh melalui <http://www.jstor.org/stable/23169987> diakses pada tanggal 23 Agustus 2021.
- Novrialdy, Erizal. (2019). *Kecanduan Game Online pada Remaja: Dampak dan Pencegahannya.* *Buletin Psikologi*, Volume 27 Nomor 2, 148-158. Diperoleh melalui <https://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi/article/view/47402> diakses pada tanggal 25 Agustus 2021.
- Ommen, Mattias Van. (2016). *Guild Wars 2, the Frankfurt School and Dialectical Fairy Scenes: A Critical Approach Towards Massively Multiplayer*

- Online Video Games  
*Games and Culture*,  
Volume 13 Issue 6, 203-  
224. diperoleh melalui  
[https://journals.sagepub.c  
om/doi/full/10.1177/1555  
412015627392](https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1555412015627392) diakses  
pada tanggal 22 Agustus  
2021.
- Overgaard, Soren, & Zahavi, Dan.  
(2009).  
Phenomenological  
Sociology The  
Subjectivity of Everyday  
Life dalam Jacobsen  
(Editor). *Encountering  
the Everyday: An  
Introduction to the  
Sociologies of the  
Unnoticed.* (hlm 93-115).  
New York: Palgrave  
MacMillan.
- Pamboris, Alexis. (16 Juli 2021).  
Overview: Newzoo's  
Gamer Segmentation and  
Gamer Personas.  
Newzoo.com diperoleh  
melalui  
[https://newzoo.com/insig  
hts/articles/overview-  
newzoos-gamer-  
segmentation-and-gamer-  
personas/](https://newzoo.com/insights/articles/overview-newzoos-gamer-segmentation-and-gamer-personas/) diakses pada  
tanggal 15 November  
2021.
- Pearce, Celia. (2006). *Playing  
ethnography: A study of  
emergent behaviour in  
online games and virtual  
worlds.* Disertasi Doktor.  
London: University of  
The Arts London.
- Poon, L.Y., Tsang, H.W., Chan,  
T.Y., Man, S.W., Ng,  
L.Y., Wong, Y.L., Lin,  
C., Chien, C., Griffiths,  
M.D., Pontes, H.M., &  
Pakpour, A.H. (2021).  
Psychometric Properties  
of the Internet Gaming  
Disorder Scale-Short-  
Form (IGDS9-SF):  
Systematic Review.  
*Journal of medical  
Internet research*, 23  
(10):e26821. DOI:  
10.2196/26821

- Rahmat, Alyssa Melita & Irwansyah, Irwansyah.  
PENGUNAAN  
REDUKSI  
KETIDAKPASTIAN  
KETIKA MEMULAI  
HUBUNGAN DALAM  
APLIKASI ONLINE  
DATING DI  
INDONESIA.  
**LINIMASA: JURNAL  
ILMU KOMUNIKASI,**  
[S.l.], v. 4, n. 1, p. 31 -  
43, jan. 2021. ISSN  
2614-0381. Available at:  
<<https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/3378>>. Date  
accessed: 13 Nov. 2021.  
doi:  
<http://dx.doi.org/10.23969/linimasa.v4i1.3378>.
- Schutz, A., Walsh, G., & Lehnert, F.  
(1967). *The  
phenomenology of the  
social world*. Illinois:  
Northwestern University  
Press
- Schwara, S. (1999). Ethnologie im  
Zeichen von  
Globalisierung und  
Cyberspace. *Mitteilungen  
der Anthropologischen  
Gesellschaft in Wien  
(MAGW)*, 129, 259-273.
- Setyowati, Desy. (28 April 2020).  
Trafik Internet untuk  
Gim Online Naik hingga  
61% Efek Pandemi  
Corona. [Katadata.co.id](https://katadata.co.id)  
diperoleh melalui  
<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5ea7e4433a6a1/trafik-internet-untuk-gim-online-naik-hingga-61-efek-pandemi-corona> diakses pada  
tanggal 25 Agustus 2021.
- Shao, Rong & Wang, Yunqiang.  
(2019). The Relation of  
Violent Video Games to  
Adolescent Aggression:  
An Examination of  
Moderated Mediation  
Effect. *Front. Psychol.*  
10:384. doi:  
10.3389/fpsyg.2019.00384
- Statista. (2021). *Indonesia gamer  
2020*. diperoleh melalui  
<https://www.statista.com/statistics/1116660/indonesia-frequency-of-playing-online-games/> diakses  
pada tanggal 6 Agustus  
2021

- Ulya, L., Sucipto, S., & Fathurohman, I. (2021). Analisis Kecanduan Game Online Terhadap Kepribadian Sosial Anak. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 7(3), 1112-1119. <https://doi.org/10.31949/educatio.v7i3.1347> Diperoleh melalui <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/educatio/article/view/1347> diakses pada tanggal 15 September 2021
- Ward, K. (1999). The Cyber-Ethnographic (Re)Construction of Two Feminist Online Communities. *Sociological Research Online*, 4(1). doi:10.5153/sro.222
- Williams, Matthew. 2007. *Avatar watching: participant observation in graphical online environments*. *Qualitative Research Vol 7 (1)* 5-24. London: SAGE Publications.
- Zayed, H. (2021). Researching Digital Sociality: Using WhatsApp to Study Educational Change. *Journal of Digital Social Research*, 3(2), 44–69. <https://doi.org/10.33621/jdsr.v3i2.80>