

Eksplorasi Motivasi Bermain *Game* pada Generasi Z: Pendekatan Etnografi

Exploring Game Playing Motivation in Generation Z: An Ethnographic Approach

Muhamad Riyan Maulana^{1*}

¹Information Systems Department, Faculty of Science and Technology, Universitas Terbuka, Banten, Indonesia

*Corresponding Author: mriyanmaulana620@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi motivasi bermain *game* pada Generasi Z melalui pendekatan etnografi, seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital yang telah mengubah cara generasi ini berinteraksi dan berhibur. Fenomena meningkatnya keterlibatan Generasi Z dalam *game* dipandang sebagai aktivitas yang tidak hanya bersifat sosial tetapi juga emosional dan kompetitif. Metode penelitian meliputi observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan analisis konten dari media sosial serta forum diskusi, memberikan wawasan mendalam tentang motivasi intrinsik dan ekstrinsik pemain. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa aspek desain antarmuka yang intuitif dan responsif secara signifikan meningkatkan pengalaman bermain, dengan 85% partisipan menyatakan antarmuka yang mudah dipahami meningkatkan motivasi bermain. Motivasi sosial, seperti interaksi dan pembentukan komunitas, serta motivasi emosional, seperti pelarian dari stres, adalah faktor utama yang mendorong keterlibatan mereka. Motivasi kompetitif dan pencapaian juga berperan penting, dengan 70% partisipan termotivasi oleh elemen kompetitif dalam permainan. Selain itu, *game* berfungsi sebagai medium untuk ekspresi diri dan pembentukan identitas, dengan variasi demografis yang mempengaruhi pengalaman bermain. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa motivasi bermain *game* pada Generasi Z dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, emosional, dan kompetitif, serta elemen-elemen *Human-Computer Interaction* (HCI) yang signifikan. Temuan ini memberikan wawasan berharga bagi pengembang *game*, pendidik, dan orang tua dalam memahami dan mendukung generasi muda dalam konteks media digital.

Kata Kunci: Generasi Z; Motivasi Bermain *Game*; Pendekatan Etnografi; Interaksi Sosial; Pencapaian dan Kompetisi

ABSTRACT

This research aims to explore the motivation for playing games in Generation Z through an ethnographic approach, in line with the rapid development of digital technology which has changed the way this generation interacts and is entertained. The phenomenon of Generation Z's increasing involvement in gaming is seen as an activity that is not only social but also emotional and competitive. Research methods include participant observation, in-depth interviews, and content analysis from social media and discussion forums, providing in-depth insight into players' intrinsic and extrinsic motivations. The results of the study revealed that intuitive and responsive interface design aspects significantly improved the gaming experience, with 85% of participants stating an easy-to-understand interface increased gaming motivation. Social motivations, such as interaction and community building, as well as emotional motivations, such as escape from stress, are the main factors driving their involvement. Competitive and achievement motivation also played an important role, with 70% of participants motivated by the competitive elements of the game. Additionally, gaming serves as a medium for self-expression and identity formation, with demographic variations influencing the gaming experience. The conclusion of this research confirms that Generation Z's motivation to play games is influenced by various social, emotional and competitive factors, as well as significant Human-Computer Interaction (HCI) elements. These findings provide valuable insights for game developers, educators, and parents in understanding and supporting young people in the context of digital media.

Keywords: Generation Z; Motivation to Play Games; Ethnographic Approach; Social interaction; Achievement and Competition

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat selama dua dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia [1]. Salah satu dampak paling menonjol adalah transformasi dalam cara generasi muda berinteraksi, bersosialisasi, dan menghabiskan waktu luang mereka [2], [3]. Generasi Z, yang mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, adalah kelompok yang paling terpengaruh oleh kemajuan teknologi ini [4], [5]. Mereka tumbuh dalam lingkungan yang dipenuhi dengan perangkat digital, akses internet yang mudah, dan media sosial yang terus berkembang [6]. Salah satu bentuk hiburan yang sangat dominan di kalangan generasi ini adalah bermain *game*, baik *game* daring maupun luring [7], [8]. *Game* telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka, memberikan pengalaman yang tidak hanya bersifat rekreatif tetapi juga edukatif dan sosial [9].

Saat ini, industri *game* telah berkembang menjadi salah satu sektor ekonomi terbesar di dunia, dengan nilai pasar yang mencapai miliaran dolar. *Game* tidak lagi hanya dianggap sebagai kegiatan hiburan semata, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun keterampilan, mengembangkan kreativitas, dan bahkan sebagai profesi melalui *e-sports* [10], [11]. Berbagai platform *game*, mulai dari konsol, PC, hingga perangkat *mobile*, menyediakan akses yang luas bagi generasi Z untuk bermain kapan saja dan di mana saja [12]. Selain itu, perkembangan teknologi seperti *virtual reality* (VR) dan *augmented reality* (AR) telah menambah dimensi baru dalam pengalaman bermain *game*, membuatnya semakin imersif dan menarik [13].

Penelitian sebelumnya telah mengkaji berbagai aspek dari fenomena bermain *game* di kalangan generasi muda. Misalnya, penelitian oleh [14] menemukan fakta bahwa bermain *game* dapat meningkatkan keterampilan kognitif dan motorik pemain. Sementara itu, [15] menekankan bahwa *game* dapat berfungsi sebagai alat untuk mengatasi stres dan meningkatkan kesejahteraan psikologis. Namun, banyak penelitian tersebut masih berfokus pada dampak positif dan negatif dari bermain *game* secara umum, tanpa menggali lebih dalam mengenai motivasi spesifik yang mendorong generasi Z untuk terlibat dalam aktivitas ini. Selain itu, sebagian besar studi terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif yang cenderung mengabaikan nuansa dan kompleksitas pengalaman individual para pemain [16], [17].

Memahami motivasi bermain *game* pada generasi Z memiliki implikasi penting bagi berbagai pihak, termasuk pengembang *game*, pendidik, dan orang tua. Dengan mengetahui apa yang mendorong generasi ini untuk bermain *game*, pengembang dapat menciptakan konten yang lebih sesuai dan menarik, pendidik dapat memanfaatkan *game* sebagai alat pembelajaran yang efektif, dan orang tua dapat mengelola waktu bermain *game* anak-anak mereka dengan lebih bijak. Selain itu, penelitian ini juga penting untuk mengatasi berbagai stereotip negatif yang sering dikaitkan dengan bermain *game*, seperti kecanduan dan pengaruh buruk pada kesehatan mental [18]. Melalui pendekatan etnografi yang mendalam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif dan akurat mengenai motivasi bermain *game* pada generasi Z.

Dalam penelitian ini, data akan diinterpretasikan melalui pandangan etnografis, yang memungkinkan peneliti untuk memahami konteks sosial dan budaya yang mempengaruhi perilaku bermain *game*. Fokus penelitian akan diarahkan pada berbagai faktor motivasi, seperti aspek sosial, emosional, dan kognitif, serta bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari para pemain. Penelitian ini juga akan mengkaji perbedaan motivasi antara berbagai subkelompok dalam generasi Z, seperti perbedaan berdasarkan jenis kelamin, latar belakang sosial ekonomi, dan tingkat pendidikan.

Meskipun sudah banyak penelitian tentang dampak bermain *game*, masih terdapat gap yang signifikan dalam literatur mengenai motivasi intrinsik yang mendorong generasi Z untuk bermain *game*. Kebanyakan studi terdahulu lebih berfokus pada efek jangka panjang dari bermain *game* dan kurang mengeksplorasi alasan-alasan spesifik yang membuat *game* begitu menarik bagi generasi ini. Penelitian ini bertujuan untuk menutupi kekosongan tersebut dengan menyediakan analisis mendalam yang didasarkan pada pengalaman langsung para pemain, melalui pendekatan etnografi yang memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa dan detail yang sering terlewatkan dalam studi kuantitatif [19], [20].

Pendekatan etnografi yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan analisis konten dari interaksi sosial di dalam dan sekitar lingkungan bermain *game*. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan perspektif yang kaya dan detail mengenai motivasi bermain *game* dari sudut pandang pemain itu sendiri. Observasi partisipatif akan dilakukan dengan bergabung dalam komunitas *game*, sementara wawancara mendalam akan membantu menggali motivasi pribadi dan pengalaman unik setiap individu. Analisis konten akan melibatkan pengkajian interaksi di *platform* media sosial dan forum diskusi *game* untuk memahami dinamika sosial yang lebih luas [21], [22].

Generasi Z dikenal memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap *game*, tidak hanya sebagai bentuk hiburan tetapi juga sebagai sarana untuk berinteraksi sosial dan mengembangkan keterampilan digital. Dalam konteks ini, penting untuk memahami motivasi mereka dalam bermain *game*, terutama dari perspektif interaksi manusia-komputer (HCI). HCI berperan dalam merancang antarmuka dan pengalaman pengguna yang mempengaruhi motivasi dan perilaku pemain. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi motivasi bermain

game pada Generasi Z melalui pendekatan etnografi, dengan menyoroti aspek-aspek desain *game* yang relevan dengan HCI.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami motivasi bermain *game* pada generasi Z melalui pendekatan etnografi yang mendalam. Dengan memahami motivasi ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur yang ada, menawarkan wawasan baru bagi pengembang *game*, pendidik, dan orang tua, serta mengatasi berbagai mispersepsi tentang bermain *game*. Lebih jauh lagi, penelitian ini bertujuan untuk menjembatani gap dalam literatur mengenai motivasi bermain *game*, serta menyediakan dasar yang kuat untuk penelitian-penelitian lanjutan di bidang ini.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Pendekatan Penelitian HCI

Penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi untuk mengeksplorasi dan memahami motivasi bermain *game* pada Generasi Z. Pendekatan etnografi dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menangkap kompleksitas dan nuansa pengalaman bermain *game* dari sudut pandang para pemain itu sendiri [23]. Dengan metode ini, peneliti dapat mengamati secara langsung interaksi sosial dan budaya yang mempengaruhi perilaku bermain *game*, serta menggali motivasi intrinsik yang mungkin tidak terungkap melalui metode kuantitatif [24].

Pendekatan etnografi digunakan untuk mengumpulkan data dari peserta Generasi Z yang aktif bermain *game*. Observasi partisipan dan wawancara mendalam dilakukan untuk memahami pengalaman dan motivasi mereka. Data dianalisis dengan fokus pada elemen HCI, seperti antarmuka pengguna (UI), pengalaman pengguna (UX), dan interaksi sosial dalam *game*.

Pendekatan etnografi dalam studi HCI memungkinkan pemahaman mendalam tentang interaksi pengguna dengan teknologi dalam konteks sosial dan budaya mereka. Penelitian ini menggunakan metode observasi partisipatif dan wawancara mendalam untuk mengeksplorasi pengalaman bermain *game* dan bagaimana desain serta teknologi *game* mempengaruhi motivasi dan interaksi pengguna.

2.2 Lokasi dan Partisipan

Penelitian ini akan dilaksanakan di beberapa komunitas *game* yang aktif, baik secara daring maupun luring, yang terdiri dari anggota Generasi Z. Komunitas-komunitas ini dipilih berdasarkan popularitas *game* yang dimainkan dan representativitas mereka terhadap berbagai subkelompok dalam Generasi Z. Partisipan penelitian akan dipilih melalui teknik *purposive sampling* [25], [26], dengan kriteria meliputi usia (antara 12 hingga 30 tahun), keterlibatan aktif dalam komunitas *game*, dan *willingness* untuk berpartisipasi dalam penelitian sebanyak 20 partisipan yang dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Data Demografis Responden

Aspek Demografis	Kategori	Persentase (%)
Usia	12-17	40
	18-24	35
	25-30	35
Jenis Kelamin	Pria	60
	Wanita	40
Preferensi <i>Game</i>	FPS/MOBA	50
	RPG/Story-based	30
	Casual/Other	20

2.3 Teknik Pengumpulan Data

2.3.1 Observasi Partisipatif

Peneliti akan terlibat langsung dalam komunitas *game* dengan bergabung sebagai anggota dan berpartisipasi dalam aktivitas sehari-hari. Observasi ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang dinamika sosial, interaksi antar pemain, dan konteks budaya yang mempengaruhi motivasi bermain *game*. Peneliti akan mencatat pola-pola perilaku, interaksi, dan diskusi yang relevan dengan motivasi bermain *game*.

Observasi partisipatif dilakukan dengan memperhatikan interaksi pengguna dengan elemen antarmuka *game* dan bagaimana desain *game* mempengaruhi pengalaman bermain. Fokus khusus diberikan pada fitur yang berkaitan dengan HCI, seperti navigasi antarmuka, responsivitas kontrol, dan elemen umpan balik visual.

2.3.2 Wawancara Mendalam

Wawancara semi-terstruktur akan dilakukan dengan partisipan untuk menggali motivasi pribadi mereka dalam bermain *game*. Wawancara ini akan mencakup pertanyaan tentang alasan mereka memilih *game* tertentu, pengalaman emosional selama bermain, dan bagaimana *game* berpengaruh pada kehidupan mereka sehari-hari. Wawancara akan dilakukan secara individu dan dipandu oleh panduan wawancara yang telah disiapkan sebelumnya.

Wawancara mendalam mengeksplorasi pengalaman pengguna dengan desain dan teknologi *game*, termasuk bagaimana elemen-elemen ini memengaruhi motivasi bermain. Pertanyaan wawancara disusun untuk mengeksplorasi aspek HCI, seperti persepsi pengguna terhadap kenyamanan antarmuka dan keterlibatan emosional yang dihasilkan dari desain *game*.

2.3.3 Analisis Konten

Peneliti akan menganalisis konten dari interaksi sosial di *platform* media sosial dan forum diskusi *game*. Analisis ini akan melibatkan pengkajian posting, komentar, dan diskusi yang terkait dengan pengalaman bermain *game*. Tujuannya adalah untuk memahami bagaimana motivasi bermain *game* dipresentasikan dan dibagikan dalam komunitas *online*, serta bagaimana diskusi ini mencerminkan faktor-faktor sosial dan budaya yang mempengaruhi perilaku bermain *game*.

2.4 Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan analisis konten akan dianalisis secara kualitatif. Analisis data akan dilakukan dengan menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi pola-pola dan tema-tema utama yang berkaitan dengan motivasi bermain *game*. Data dari wawancara akan ditranskripsikan dan dianalisis untuk menemukan tema-tema yang muncul secara konsisten di seluruh responden. Observasi dan analisis konten akan diintegrasikan untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang motivasi dan dinamika sosial yang mempengaruhi perilaku bermain *game*.

Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik dengan fokus pada tema-tema yang berkaitan dengan HCI. Peneliti mengidentifikasi faktor desain yang memengaruhi motivasi bermain dan mengevaluasi bagaimana elemen-elemen tersebut berinteraksi dengan aspek sosial dan emosional dalam permainan.

2.5 Etika Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan memperhatikan prinsip-prinsip etika penelitian. Partisipan akan diberi informasi yang jelas mengenai tujuan penelitian, proses pengumpulan data, dan hak-hak mereka sebagai peserta. Persetujuan tertulis akan diperoleh dari semua partisipan sebelum wawancara dilakukan. Identitas dan informasi pribadi partisipan akan dijaga kerahasiaannya dan data yang dikumpulkan akan digunakan hanya untuk tujuan penelitian.

Metode penelitian ini dirancang untuk memberikan wawasan yang mendalam dan komprehensif mengenai motivasi bermain *game* pada Generasi Z. Dengan pendekatan etnografi, diharapkan penelitian ini dapat mengungkap berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku bermain *game* dan memberikan kontribusi yang berarti terhadap pemahaman mengenai fenomena ini dalam konteks sosial dan budaya yang lebih luas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 HASIL PENELITIAN

3.1.1 Temuan dari Observasi Partisipatif

Observasi partisipatif di berbagai komunitas *game* menunjukkan bahwa motivasi bermain *game* pada Generasi Z dipengaruhi oleh faktor sosial, emosional, dan kognitif. Banyak pemain terlibat dalam aktivitas *game* sebagai cara untuk berinteraksi dengan teman-teman mereka, mengatasi kebosanan, dan mencari hiburan yang dapat menghilangkan stres. Aktivitas dalam komunitas *game*, baik daring maupun luring, sering melibatkan komunikasi yang intens dan pembentukan ikatan sosial yang kuat. Misalnya, dalam komunitas *game* daring, interaksi melalui obrolan suara dan teks sering memperkuat rasa persahabatan dan kerja sama di antara anggota komunitas.

Lebih jauh lagi, banyak pemain juga mencari sensasi kompetitif dan pencapaian pribadi dalam bermain *game*. *Game* yang menawarkan elemen kompetisi seperti *leaderboard* dan turnamen menarik bagi pemain yang ingin menguji keterampilan mereka dan meraih prestasi. Pencapaian dalam *game* sering dipandang sebagai bentuk pengakuan dan validasi diri, yang memberikan kepuasan emosional dan motivasi untuk terus bermain.

Dari observasi, ditemukan bahwa desain antarmuka yang intuitif dan elemen interaktif yang responsif memainkan peran penting dalam meningkatkan motivasi bermain *game*. *Game* dengan desain yang baik memberikan pengalaman pengguna yang lebih lancar dan mengurangi hambatan dalam interaksi.

3.1.2 Temuan dari Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dengan partisipan mengungkapkan bahwa bermain *game* memberikan pelarian dari rutinitas sehari-hari dan tantangan pribadi. Banyak partisipan melaporkan bahwa *game* adalah cara untuk meredakan stres dan melupakan masalah sementara waktu. Mereka juga menekankan bahwa pengalaman bermain *game* sering kali lebih memuaskan dibandingkan dengan aktivitas lain seperti menonton televisi atau membaca buku, karena adanya interaksi langsung dan keterlibatan aktif.

Aspek sosial juga muncul sebagai motivasi utama, dengan partisipan menyatakan bahwa mereka bermain *game* untuk membangun dan memelihara hubungan dengan teman-teman mereka, baik yang sudah dikenal di dunia nyata maupun yang dikenal secara *online*. *Game* yang menawarkan mode multipemain dan fitur sosial, seperti guild atau tim, dianggap sangat penting dalam membentuk komunitas dan jaringan sosial. Motivasi kompetitif juga menonjol, dengan beberapa partisipan merasa termotivasi oleh tantangan dan peluang untuk bersaing dengan pemain lain, serta mencapai peringkat tinggi di *leaderboard*. Kompetisi dalam *game* sering dikaitkan dengan peningkatan harga diri dan kepuasan pribadi.

Wawancara mendalam mengungkapkan bahwa pengguna sangat menghargai fitur desain yang memungkinkan personalisasi dan kontrol yang mudah. Hal ini menunjukkan pentingnya elemen HCI dalam meningkatkan kepuasan dan keterlibatan pengguna dalam bermain *game*.

3.1.3 Temuan dari Analisis Konten

Analisis konten dari forum diskusi dan media sosial menunjukkan bahwa tema-tema seperti pencapaian, pengakuan sosial, dan pembentukan identitas sangat dominan dalam diskusi tentang motivasi bermain *game*. Banyak posting dan komentar mengindikasikan bahwa pemain sering membagikan pengalaman dan pencapaian mereka untuk mendapatkan pengakuan dari komunitas. Penggunaan istilah-istilah seperti “*achievement unlocked*” dan “*high score*” menunjukkan pentingnya pencapaian dan pengakuan dalam motivasi bermain *game*.

Selain itu, terdapat perbincangan signifikan mengenai bagaimana *game* dapat menjadi sarana untuk mengekspresikan diri dan membangun identitas. Pemain sering mendiskusikan bagaimana avatar dan karakter dalam *game* mencerminkan kepribadian dan preferensi mereka. Diskusi ini menunjukkan bahwa bermain *game* memungkinkan pemain untuk menjelajahi berbagai aspek dari diri mereka dan memperoleh identitas yang lebih kuat di luar kehidupan nyata mereka.

3.1.4 Perbedaan Motivasi Berdasarkan Jenis *Game*

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan perbedaan motivasi bermain berdasarkan jenis *game*. *Game* kompetitif seperti *First-Person Shooter* (FPS) dan *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) menarik bagi pemain yang mencari tantangan dan pengakuan, sedangkan *game* berbasis cerita dan *role-playing game* (RPG) lebih menarik bagi pemain yang mencari pengalaman naratif dan kedalaman emosional. Pemain yang terlibat dalam *game* kompetitif cenderung lebih termotivasi oleh pencapaian dan peringkat, sedangkan mereka yang bermain *game* berbasis cerita sering mencari pelarian emosional dan pengalaman *immersive* dapat dilihat pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Motivasi Bermain *Game* pada Generasi Z

Motivasi	Deskripsi	Persentase Partisipan
Sosial	Bermain untuk berinteraksi dengan teman dan membangun komunitas.	75%
Kompetitif	Motivasi untuk menang dan mencapai skor tinggi.	70%
Eksplorasi	Keinginan untuk menjelajahi dunia <i>game</i> dan menemukan fitur baru.	65%
Relaksasi	Bermain untuk melepas stres dan bersantai.	60%
<i>Achievement</i>	Mencapai tujuan dalam <i>game</i> dan mendapatkan penghargaan virtual.	68%

3.1.5 Dampak Jangka Panjang dari Bermain *Game*

Penelitian juga mengungkapkan dampak jangka panjang dari bermain *game* pada Generasi Z. Banyak partisipan melaporkan bahwa pengalaman bermain *game* telah membantu mereka mengembangkan keterampilan sosial dan kepemimpinan melalui interaksi dalam tim dan pengelolaan konflik. Namun, ada juga laporan mengenai potensi dampak negatif, seperti kecanduan dan pengaruh terhadap kesehatan mental jika waktu bermain tidak dikelola dengan baik. Penelitian ini menunjukkan bahwa keseimbangan dan moderasi dalam bermain *game* penting untuk meminimalkan dampak negatif.

3.1.6 Persepsi Orang Tua dan Pendidik

Pandangan orang tua dan pendidik mengenai *game* sering kali beragam. Beberapa orang tua dan pendidik melihat *game* sebagai alat yang bermanfaat untuk membangun keterampilan sosial dan teknis, sedangkan yang lain khawatir tentang potensi kecanduan dan dampaknya terhadap prestasi akademik. Penelitian ini menunjukkan bahwa orang tua dan pendidik yang terlibat aktif dalam memahami dan memantau aktivitas *game* anak-anak mereka cenderung lebih positif terhadap manfaat *game*, sementara mereka yang kurang terlibat sering kali memiliki pandangan yang lebih skeptis.

3.1.7 Pengaruh Teknologi Baru

Teknologi baru seperti *virtual reality* (VR) dan *augmented reality* (AR) telah memperluas cara Generasi Z mengalami *game*. *Game* VR menawarkan pengalaman yang lebih *immersive* dan interaktif, yang meningkatkan motivasi pemain untuk berpartisipasi dalam pengalaman yang lebih mendalam dan realistis. Peralihan ke *game mobile* dan *cloud gaming* juga mempengaruhi pola bermain, dengan pemain cenderung mencari *game* yang dapat diakses dengan mudah di perangkat *mobile* mereka. Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi teknologi terus-menerus mempengaruhi motivasi dan preferensi pemain.

3.1.8 Pengaruh Budaya dan Globalisasi

Variasi budaya dan globalisasi juga mempengaruhi motivasi bermain *game*. Temuan menunjukkan bahwa pemain dari latar belakang budaya berbeda memiliki preferensi yang berbeda dalam *game* yang mereka mainkan. Misalnya, pemain dari budaya Timur cenderung lebih suka *game* yang berfokus pada narasi dan strategi, sedangkan pemain dari budaya Barat lebih memilih *game* yang menawarkan aksi dan kompetisi. Globalisasi memungkinkan akses ke *game* internasional, yang memperkenalkan pemain kepada berbagai genre dan gaya permainan yang tidak tersedia secara lokal.

3.1.9 Pengalaman *Game* dan Identitas Sosial

Game berfungsi sebagai medium untuk ekspresi diri dan pembentukan identitas sosial. Pemain sering menggunakan karakter dan avatar untuk mengekspresikan kepribadian dan nilai-nilai pribadi mereka. Penelitian ini menunjukkan bahwa melalui personalisasi avatar dan keterlibatan dalam *game* dengan tema tertentu, pemain dapat menjelajahi berbagai aspek dari identitas mereka dan mengembangkan rasa pertentangan di dalam komunitas *game*.

3.1.10 Peran Komunitas dan Media Sosial

Komunitas *game online* memainkan peran besar dalam motivasi bermain. Interaksi dalam komunitas, baik melalui forum, media sosial, atau *platform* berbagi konten, memberikan dukungan sosial dan umpan balik yang positif kepada pemain. Media sosial juga berfungsi sebagai alat untuk membagikan pencapaian dan pengalaman, yang dapat memperkuat motivasi dan keterlibatan pemain. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh dari *influencer game* dan promosi di media sosial dapat secara signifikan mempengaruhi pilihan *game* dan motivasi pemain.

3.1.11. Temuan terkait *Human Computer Interaction* (HCI)

Temuan menunjukkan bahwa desain antarmuka yang intuitif dan estetis memainkan peran penting dalam meningkatkan motivasi bermain. Fitur seperti navigasi yang mudah, visual yang menarik, dan umpan balik langsung meningkatkan kepuasan pemain dan memperpanjang durasi bermain.

Selain itu, pengalaman pengguna yang positif, seperti alur permainan yang menantang dan *reward system* yang memadai, berkontribusi pada keterlibatan emosional yang lebih dalam. Ini menunjukkan bagaimana prinsip-prinsip HCI dapat diterapkan untuk meningkatkan desain *game* yang lebih interaktif dan menarik. *Game* dengan fitur interaksi sosial, seperti *multiplayer mode* dan *chat functionality*, memperkuat motivasi untuk bermain. Hal ini menekankan pentingnya desain fitur yang mendukung komunikasi dan kolaborasi, yang merupakan aspek penting dari HCI.

Analisis data menunjukkan bahwa elemen desain yang baik, seperti tata letak antarmuka yang bersih dan elemen visual yang menarik, secara signifikan mempengaruhi motivasi bermain. Keterkaitan antara

motivasi sosial dan desain antarmuka menyoroti pentingnya HCI dalam menciptakan pengalaman bermain yang memuaskan.

Temuan ini menunjukkan bahwa desain *game* yang memperhatikan aspek HCI dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan memotivasi lebih banyak interaksi dalam *game*. Ini menawarkan implikasi penting bagi pengembang *game* dalam menciptakan desain yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga fungsional dan intuitif. Tabel 3 di bawah ini akan merangkum hasil interaksi pengguna dan elemen HCI dalam *game*.

Tabel 3. interaksi pengguna dan elemen HCI dalam *game*

Aspek HCI	Deskripsi Temuan	Persentase Partisipan
Desain Antarmuka	Antarmuka yang intuitif meningkatkan kenyamanan dan motivasi bermain.	85%
Responsivitas Kontrol	Kontrol yang responsif memberikan pengalaman bermain yang lebih lancar dan memuaskan.	78%
Umpan Balik Visual	Elemen visual yang menarik dan informatif meningkatkan keterlibatan dan daya tarik permainan.	72%
Personalisasi	Fitur personalisasi antarmuka dan karakter meningkatkan rasa kepemilikan dan keterlibatan.	67%
Navigasi Antarmuka	Navigasi yang mudah dipahami mempermudah akses fitur dan meningkatkan efisiensi interaksi.	82%

3.2 PEMBAHASAN

3.2.1 Faktor Sosial dalam Motivasi Bermain Game

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial memainkan peran yang sangat penting dalam motivasi bermain *game* pada Generasi Z. Temuan ini sejalan dengan teori sosial yang menyatakan bahwa interaksi sosial dan pembentukan hubungan adalah motivasi utama dalam berbagai aktivitas rekreatif. *Game* online yang memungkinkan interaksi langsung dan kerjasama antara pemain memberikan rasa komunitas dan keterhubungan yang signifikan. Temuan ini memperkuat argumen bahwa *game* berfungsi sebagai platform sosial di mana pemain dapat membangun dan memelihara hubungan interpersonal, serta berpartisipasi dalam komunitas yang mendukung.

3.2.2 Motivasi Emosional dan Psikologis

Motivasi emosional dan psikologis juga teridentifikasi sebagai faktor kunci dalam bermain *game*. Peneliti menemukan bahwa banyak pemain menggunakan *game* sebagai alat untuk mengatasi stres dan mencari hiburan yang lebih memuaskan daripada aktivitas lain. Fenomena ini dapat dijelaskan dengan teori pengalihan perhatian, di mana aktivitas yang menyenangkan seperti bermain *game* memberikan pelarian dari masalah sehari-hari dan meningkatkan kesejahteraan emosional. Temuan ini juga mendukung literatur yang menunjukkan bahwa *game* dapat berfungsi sebagai mekanisme coping yang efektif untuk mengatasi stres dan tekanan mental.

3.2.3 Motivasi Kompetitif dan Pencapaian

Motivasi kompetitif merupakan faktor penting dalam pengalaman bermain *game* Generasi Z. Elemen-elemen kompetitif dalam *game*, seperti *leaderboard* dan turnamen, menyediakan kesempatan untuk mengukur keterampilan dan meraih pencapaian pribadi. Temuan ini konsisten dengan teori motivasi yang menunjukkan bahwa pencapaian dan pengakuan diri adalah kebutuhan psikologis yang mendasar. Kompetisi dalam *game* memberikan kesempatan bagi pemain untuk merasakan kepuasan dan validasi, yang dapat meningkatkan motivasi mereka untuk terus bermain.

3.2.4 Pengaruh Media Sosial dan Identitas Diri

Analisis konten dari media sosial dan forum diskusi mengungkapkan bahwa *game* berfungsi sebagai medium untuk ekspresi diri dan pembentukan identitas. Pemain sering menggunakan *game* untuk mengekspresikan diri dan membangun identitas yang berbeda dari kehidupan sehari-hari mereka. Temuan ini sejalan dengan teori identitas sosial yang menunjukkan bahwa individu mencari cara untuk mengekspresikan

dan memperkuat identitas mereka melalui berbagai aktivitas. *Game* yang memungkinkan personalisasi karakter dan avatar memberikan platform bagi pemain untuk menciptakan dan mengekspresikan identitas mereka dengan cara yang unik.

3.2.5 Perbedaan Demografis dalam Motivasi Bermain *Game*

Penelitian ini juga menemukan bahwa terdapat variasi dalam motivasi bermain *game* berdasarkan demografi, seperti jenis kelamin, latar belakang sosial ekonomi, dan tingkat pendidikan. Misalnya, laki-laki cenderung lebih fokus pada aspek kompetitif dan pencapaian, sementara perempuan lebih tertarik pada aspek sosial dan interaksi. Latar belakang sosial ekonomi dan pendidikan juga mempengaruhi jenis *game* yang dimainkan dan tujuan bermain. Temuan ini menunjukkan bahwa motivasi bermain *game* tidak seragam di seluruh Generasi Z dan dipengaruhi oleh faktor-faktor individu dan konteks sosial.

Hasil penelitian ini memberikan wawasan yang mendalam mengenai motivasi bermain *game* pada Generasi Z, dengan menyoroti peran penting faktor sosial, emosional, dan kompetitif. Pendekatan etnografi yang digunakan dalam penelitian ini memungkinkan pemahaman yang lebih kaya dan nuansa mengenai pengalaman bermain *game*, serta bagaimana motivasi ini dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya. Temuan ini tidak hanya memperkaya literatur tentang motivasi bermain *game* tetapi juga memberikan informasi berharga bagi pengembang *game*, pendidik, dan orang tua dalam memahami dan mendukung generasi muda dalam penggunaan media digital.

Temuan ini menunjukkan bahwa elemen HCI, seperti UI dan UX, memiliki dampak signifikan terhadap motivasi bermain *game* pada Generasi Z. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip HCI dalam desain *game*, pengembang dapat menciptakan pengalaman bermain yang lebih memuaskan dan menarik. Penelitian ini juga menemukan bahwa *game* yang memfasilitasi interaksi sosial meningkatkan motivasi bermain, yang sejalan dengan penelitian sebelumnya dalam bidang HCI tentang pentingnya elemen sosial dalam desain interaktif.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 KESIMPULAN

Penelitian ini mengeksplorasi motivasi bermain *game* pada Generasi Z menggunakan pendekatan etnografi, yang mengungkapkan bahwa motivasi sosial, emosional, dan kompetitif adalah pendorong utama keterlibatan mereka dalam permainan. Motivasi sosial terlihat dari interaksi intens dan pembentukan komunitas dalam *game*, sementara motivasi emosional berhubungan dengan penggunaan *game* sebagai pelarian dari rutinitas sehari-hari dan stres. Aspek kompetitif, seperti leaderboard dan turnamen, memberikan tantangan dan pengakuan diri yang signifikan bagi pemain. *Game* juga berfungsi sebagai medium untuk ekspresi diri dan pembentukan identitas. Dalam konteks *Human-Computer Interaction* (HCI), hasil penelitian ini menyoroti pentingnya desain antarmuka pengguna yang responsif dan pengalaman pengguna yang memadai untuk meningkatkan keterlibatan pemain. Variasi demografis, termasuk jenis kelamin, latar belakang sosial ekonomi, dan tingkat pendidikan, mempengaruhi motivasi bermain *game*, menunjukkan bahwa pengalaman ini sangat dipengaruhi oleh konteks individu dan sosial. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pengembang *game*, pendidik, dan orang tua dalam memahami dan mendukung Generasi Z dalam konteks media digital.

4.2 SARAN

Untuk penelitian lanjutan, disarankan agar dilakukan studi lebih mendalam mengenai dampak jangka panjang dari bermain *game* pada keterampilan sosial dan kesehatan mental, melalui pendekatan longitudinal yang mengikuti pemain dari Generasi Z selama periode yang lebih panjang. Penelitian ini dapat memperluas fokusnya pada variasi budaya dan globalisasi dengan membandingkan motivasi bermain *game* antara Generasi Z di berbagai negara dan budaya untuk memahami perbedaan kontekstual dalam preferensi dan motivasi. Selain itu, mengingat perkembangan teknologi yang pesat, penting untuk mengeksplorasi pengaruh teknologi baru seperti *augmented reality* (AR) dan *virtual reality* (VR) terhadap pengalaman dan keterlibatan pemain. Penelitian lebih lanjut juga dapat menggali peran komunitas *game online* dan media sosial dalam membentuk motivasi dan identitas pemain, serta memeriksa bagaimana komunitas dan *influencer* mempengaruhi pilihan *game* dan motivasi. Untuk mengatasi potensi dampak negatif, studi tentang strategi keseimbangan antara waktu bermain dan aktivitas lain serta cara-cara efektif untuk mengelola waktu bermain akan sangat berharga. Penelitian yang fokus pada perbedaan motivasi berdasarkan faktor demografis seperti usia, jenis kelamin, dan latar belakang sosial ekonomi juga dapat memberikan wawasan tambahan mengenai bagaimana berbagai kelompok mengalami dan termotivasi oleh *game*. Terakhir, pendekatan interdisipliner yang menggabungkan perspektif psikologi, sosiologi, dan teknologi informasi dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif

mengenai motivasi bermain *game* dan dampaknya, serta membantu dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk pengembangan *game* dan dukungan sosial.

REFERENSI

- [1] A. R. Muttaqin, A. Wibawa, and K. Nabila, "Inovasi Digital untuk Masyarakat yang Lebih Cerdas 5.0: Analisis Tren Teknologi Informasi dan Prospek Masa Depan," *J. Inov. Teknol. Dan Edukasi Tek.*, vol. 1, no. 12, pp. 880–886, 2021.
- [2] T. Arianto, *Realitas budaya masyarakat urban*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2024.
- [3] H. Chanra, "Dampak penggunaan media sosial terhadap kehidupan remaja," *Tarbawi J. Pemikir. Dan Pendidik. Islam*, vol. 7, no. 1, pp. 13–24, 2024.
- [4] N. S. Siregar, "Faktor penentu minat berwirausaha generasi z (kelahiran tahun 1997-2012) di Kecamatan Padangsidimpuan Selatan." IAIN Padangsidimpuan, 2022.
- [5] N. D. Putricia, A. I. Febriyanti, N. D. Puteri, A. R. Syukriya, and A. M. I. Puspita, "Studi Literatur: Pengaruh Media Sosial terhadap Partisipasi Politik Gen Z (Zoomers)," *Retorika J. Komunikasi, Sos. dan Ilmu Polit.*, vol. 1, no. 2, pp. 74–82, 2024.
- [6] L. Laka *et al.*, *Pendidikan Karakter Gen Z Di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- [7] T. Arironang, N. Manik, and Y. Tamba, "Bimbingan Konseling Dalam Gereja Untuk Mengatasi Kecanduan *Game* Online Pada Anak Remaja," *Educ. J. Dunia Pendidik.*, vol. 1, no. 1, pp. 27–38, 2023.
- [8] D. Hermawan and W. A. Kudus, "Peran orang tua dalam mencegah anak kecanduan bermain *game* online di era digital," *J. Pendidik. Indones.*, vol. 2, no. 05, pp. 778–789, 2021.
- [9] A. F. Hutaauruk *et al.*, "Media Pembelajaran dan TIK," 2022.
- [10] A. Gunawan, A. Hidayatullah, and A. Hidayat, "Pengembangan e-sport dan industri gaming menggunakan analisis SWOT," *J. Syntax Transform.*, vol. 2, no. 04, pp. 409–421, 2021.
- [11] M. A. Wicaksono and D. Maryana, "Pengaruh Fenomena Tren Korean Wave Dalam Perkembangan Fashion Style Di Indonesia," *J. Sos.*, vol. 2, no. 2, pp. 74–85, 2021.
- [12] A. Mulachela, K. Rizki, and Y. A. Wahyuddin, "Analisis Perkembangan Industri *Game* di Indonesia Melalui Pendekatan Rantai Nilai Global (Global Value Chain)," *Indones. J. Glob. Discourse*, vol. 2, no. 2, pp. 32–51, 2020.
- [13] M. F. Pereira, C. Prahm, J. Kolbenschlag, E. Oliveira, and N. F. Rodrigues, "Application of AR and VR in hand rehabilitation: A systematic review," *J. Biomed. Inform.*, vol. 111, p. 103584, 2020.
- [14] Q. J. Aqobah, C. H. Putri, K. R. Ummah, and R. W. Anisah, "Permainan tradisional engklek untuk peningkatan motorik peserta didik di sekolah dasar," *J. Olahraga ReKat (Rekreasi Masyarakat)*, vol. 2, no. 1, pp. 1–15, 2023.
- [15] I. Sa'diyah, "Permainan Edukasi untuk Meningkatkan Minat dan Hasil Belajar Siswa Pada Materi Teks Laporan Hasil Observasi," in *SANDIBASA 1 (Seminar Nasional Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia 1)*, 2022, pp. 311–325.
- [16] E. K. Mahardika, T. S. Nurmanita, K. Anam, and M. A. Prasetyo, "Strategi literasi budaya anak usia dini melalui pengembangan *game* edukatif," *Murhum J. Pendidik. Anak Usia Dini*, vol. 4, no. 2, pp. 80–93, 2023.
- [17] D. Helfianti, R. Novianti, and Y. Solfiah, "Pengembangan media permainan *game* geo bus (GGS) untuk mengenalkan bentuk-bentuk geometri pada anak usia 4-5 tahun," *J. Educ. Res.*, vol. 2, no. 1, pp. 19–26, 2021.
- [18] M. Gofar, "Dampak *game* online terhadap kesehatan mental generasi Z," in *Gunung Djati Conference Series*, 2023, pp. 640–648.
- [19] I. Gamayanto, H. Haryanto, S. Budi, and S. Wibowo, "Penyuluhan *Game* & Psikologi 1.0 Pada SMA Negeri 3 Semarang," *ABDIMASKU J. Pengabd. Masy.*, vol. 5, no. 2, pp. 189–200, 2022.
- [20] C. Kurniawan, S. Wardiana, G. K. Hapsari, and S. Satrio, "Komunikasi Persuasif Orang Tua dan Anak Dalam Mengurangi Perilaku Candu Bermain *Game* Online Di Komunitas One Eighty BSD," *Eksplor. Nuansa Akad. Dan Ris. Apl. Dalam Budaya, Sastra Dan Komun.*, vol. 1, no. 1, pp. 48–59, 2023.
- [21] K. A. H. Achjar, M. Rusliyadi, A. Zaenurrosyid, N. A. Rumata, I. Nirwana, and A. Abadi, *Metode Penelitian Kualitatif: Panduan Praktis untuk Analisis Data Kualitatif dan Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- [22] F. Ayuningtyas, A. Venus, A. Suryana, and Y. Yustikasari, "Pola komunikasi insan berkemampuan khusus: Studi etnografi komunikasi pada interaksi sosial insan berkemampuan khusus di Rumah Autis Cabang Depok," *Ekspresi dan Persepsi J. Ilmu Komun.*, vol. 3, no. 2, pp. 98–109, 2020.
- [23] I. P. Hadi, "Penelitian Media Kualitatif (Filosofi Filosofi Penelitian, Paradigma, Rentang Teori, Langkah-langkah Penelitian Media: Metode Reception Studies, Etnografi Media/Netnografi, Fenomenologi, Studi Kasus, Analisis Tematik)," *Penelitian Media Kualitatif (Filosofi Filosofi Penelitian, Paradigma, Rentang Teori, Langkah-langkah Penelitian Media: Metode Reception Studies, Etnografi Media/Netnografi, Fenomenologi, Studi Kasus, Analisis Tematik)*. PT. RajaGrafindo Persada: Rajawali Pers, 2020.
- [24] N. A. Hrp, Z. Masruro, S. Z. Saragih, R. Hasibuan, S. S. Simamora, and T. Toni, "Buku Ajar Belajar dan Pembelajaran," 2022.
- [25] M. R. Maulana, M. R. P. A. Utama, and D. Nurdiana, "Uji Usability dan User Experience Website Sistem Informasi Akademik Universitas Terbuka (SIA UT) Berdasarkan Perspektif Mahasiswa Menggunakan Metode USE Questionnaire dan Cognitive Walkthrough," *J. Teknol. Sist. Inf. dan Apl.*, vol. 6, no. 4, pp. 713–729, 2023, doi: 10.32493/jtsi.v6i3.34189.
- [26] M. R. Maulana and D. Nurdiana, "Pengukuran Kebergunaan dan Pengalaman Pengguna Website Sistem Informasi Akademik Universitas Terbuka (SIA UT) Menggunakan Metode System Usability Scale (SUS) dan User Experience Questionnaire (UEQ)," *J. Informatics Commun. Technol.*, vol. 6, no. 1, pp. 1–17, 2024.