



Komodifikasi *Users* pada *Platform Game Online Roblox*

Umair Shiddiq Yahsy, Mulharnetti Syas

Program Studi Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta

INFORMASI ARTIKEL

Diterima: September 29, 2022
Direvisi: Desember 19, 2022
Tersedia: online: Desember 30, 2022

KATA KUNCI

game online, komodifikasi, Roblox, teknologi komunikasi, *users*

KORESPONDENSI

E-mail: mulharnetti.syas@iisip.ac.id

A B S T R A C T

Roblox online game is one of the most popular games in Indonesia. The market share targeted by Roblox online game is for children. However, some content from this game is known to be inappropriate for children to play. The problem is these types of inappropriate games are actually in great demands and visited by users. Therefore, this study aims to examine and explore how users are commodified on the Roblox online game platform. This study uses constructive paradigm, qualitative methodology, with the case study method. A qualitative approach is used to explain cases of the commodification of users on the Roblox online game platform through observation and in-depth interview techniques. The population of this study is the Roblox online game platform and the types of games contained in it. The results of the research show that Roblox has commodified users. In the Roblox online game platform, users can be categorized from two sides: as audiences or game connoisseurs, and also as workers or creators of the Roblox game itself. In terms of commodification, Roblox turns users into workers with inadequate wages. Users are also used to provide ratings which can then be sold to advertisers. Several types of Roblox online games contain elements of violence, pornography, and blasphemy that are visited by many users. In fact, Roblox is played mostly by children. Based on the results of the study, the researchers suggest that the Roblox online game platform does not commodify users for mere profit. In addition, parents must supervise their children when playing games, provide education, and choose games that are age-appropriate.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi komunikasi telah membawa perubahan nyata pada aktivitas kehidupan manusia. Salah satunya dimulai dari terobosan besar pemanfaatan teknologi internet atau *new media* yang mampu memberikan kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan dalam mengakses berbagai informasi. Flew (2014) menjelaskan, *new media* merupakan suatu format isi media yang dikombinasikan antara teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam sebuah format digital, sehingga melahirkan satu kesatuan data.

Sejalan dengan perkembangan teknologi, internet kini juga mulai berfungsi sebagai sarana hiburan, di antaranya melalui penciptaan permainan berbasis internet atau yang biasa disebut *game online*. *Game online* dikategorikan sebagai bentuk permainan interaktif dalam *new media* karena dapat dimainkan oleh banyak orang pada waktu bersamaan melalui jaringan internet (Adams, 2013). Saat ini, *game online* telah menjadi tren dan fenomena yang menarik. Permainan ini banyak diminati masyarakat, terutama anak-anak.

Pada 2019, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia memprediksi, lebih dari 40 juta penduduk Indonesia bermain *game online*. Sebanyak 30 juta di antaranya merupakan anak milenial (okezone.com, 2019). Di masa pandemi Coronavirus Disease of 2019 (COVID-19), jumlah tersebut terus meningkat. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat, 16,5 persen bentuk hiburan yang banyak dipilih masyarakat saat pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) adalah dengan bermain *game online* (inews.id, 2020).

Salah satu *platform game online* yang populer selama masa pandemi adalah Roblox. Saat ini, Roblox yang dikembangkan oleh Roblox Corporation masuk ke dalam jajaran *platform game online* paling populer di dunia. *Platform* ini memiliki misi untuk menyatukan dunia melalui sebuah *game* (esportsnesia.com, 2020).

Sejak dirilis pada 2006, *platform game online* asal Amerika Serikat ini telah menjadi tempat berkumpul anak-anak di dunia maya. Beberapa komunitas juga menggunakan *platform* Roblox untuk mengajari anak-anak melakukan *coding*, sehingga mampu membuat *game* sendiri. Di masa pandemi, hingga awal Oktober 2020, Roblox telah mengumpulkan US\$ 2 miliar dari *game* seluler ini. Pada tahun yang sama, Roblox diprediksi mencatatkan pendapatan sebesar US\$ 250 juta lebih. Pada Januari 2021, pengguna aktif bulanan Roblox telah mencapai 199 juta. Berarti, penggunaanya meningkat dibandingkan pada 2020 yang mencapai 121 juta pengguna aktif bulanan (cnbcindonesia.com, 2020).

Di Indonesia, Roblox merupakan *platform game online* yang sangat populer bagi anak-anak. Berdasarkan studi terbaru dari Kaspersky Safe Kids, Roblox menempati urutan paling populer dengan persentase 8,27 persen, berkaitan dengan hal-hal yang paling diminati anak-anak sepanjang tahun 2020 sampai 2021 dari segi ketertarikan terhadap *game*. Sementara itu, berdasarkan peringkat *mobile game* favorit yang paling laku dan laris di Indonesia, Roblox menduduki peringkat enam (antaranews.com, 2021).

Menariknya, Roblox adalah sebuah *platform* yang memungkinkan pemainnya untuk dapat membuat konten atau *game* sendiri. Karena pengguna dimungkinkan untuk membuat *game*

sendiri, permasalahan kemudian muncul ketika terdapat konten atau jenis *game* yang tidak aman untuk usia anak-anak. Apalagi, jenis *game* ini justru banyak dikunjungi dan diminati. Baru-baru ini, *game* Roblox dan Sakura School Simulator, misalnya, diketahui memasukkan adegan seksual di dalam permainannya. Terdapat juga jenis *game* yang pemainnya dapat melakukan tindakan yang tidak senonoh, seperti *game* Brookhaven Roblox (detik.com, 2022).

Juru bicara Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Dedy Permadi mengatakan, informasi soal dugaan adanya pornografi di Roblox sedang ditelusuri dan akan ditindaklanjuti sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Dia menjelaskan, Kominfo terus melakukan upaya pengawasan di ruang digital, salah satunya dengan menerima aduan yang disampaikan masyarakat terkait konten negatif yang ditemukan pada *platform game online*, termasuk Roblox (cbncindonesia.com, 2022).

Dalam kajian ekonomi politik Mosco (2009), kemunculan *game online* Roblox di Indonesia telah menawarkan dinamika baru. Apalagi, dalam konteks media baru, *game online* telah memunculkan berbagai hal yang menarik untuk diteliti. Bagi korporasi dewasa ini, *game online* mampu menjadi komoditas yang sangat potensial. Dengan demikian, maka *platform game online* Roblox dapat diduga sebagai sebuah proses komoditas bernilai guna, yang diubah menjadi nilai yang dapat ditransaksikan. Mosco (2009) menyebutnya dengan istilah komodifikasi. Dalam konteks *game online* Roblox, menarik untuk meneliti tentang kemungkinan korporasi telah memanfaatkan para pemain (*users*) untuk mendapatkan keuntungan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka timbul beberapa pertanyaan penelitian, yaitu: 1) Bagaimana komodifikasi *users* pada *platform game online* Roblox?; 2) Bagaimana ideologi korporasi *game online* Roblox dalam komodifikasi *users*? Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana komodifikasi *users* pada *platform game online* Roblox.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan mendalami bagaimana komodifikasi *users* pada *platform game online* Roblox. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi

masukannya bagi *platform game online* pada umumnya, dan khususnya bagi *game online* Roblox. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan pada pengguna aktif *game online* Roblox yang mayoritas anak-anak, dan juga pada para orang tua.

LITERATUR DAN METODOLOGI

Penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu yang terkait dengan komodifikasi pada media baru. Pertama, penelitian Subandi dan Sadono (2018) berjudul Komodifikasi, Spasialisasi, dan Strukturasi dalam Media Baru di Indonesia (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco pada Line Webtoon). Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dengan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan terjadi komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi pada aplikasi Line Webtoon, sebuah *platform* penerbitan digital yang berasal dari Korea Selatan.

Selanjutnya, penelitian Labas dan Yasmine (2017) dengan judul Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus YouTube Indonesia. Penelitian ini juga menggunakan paradigma kritis dengan metode studi kasus. Temuan penelitian ini adalah perkembangan fungsi YouTube yang tidak hanya lagi sebagai wadah ekspresi diri, namun juga menjadi media pemasaran korporasi. Lebih tegas dikatakan, telah terjadi komodifikasi pada proses kreatif kreator yang memanfaatkan kreatifitas, ruang ekspresi diri, dan interaksi antara penonton dan kreator. Penelitian ini menunjukkan bahwa keterbukaan di era masyarakat jejaring memberikan ruang yang lebih leluasa bagi masyarakat untuk ikut memonopoli sumber daya (dalam konteks hiburan *online*). Sehingga, keterbukaan di era masyarakat jejaring tidak hanya berpotensi menghindarkan kreator dari alienasi sebagai dampak negatif dari proses komodifikasi, tetapi juga menegaskan bahwa semakin cairnya posisi dan bentuk eksploitasi pada setiap aktor yang terlibat.

Lalu, penelitian Iqbal dan Farihanto (2019) dengan judul Komodifikasi Video Game di Sosial Media (Studi Kasus Video Game Resident Evil VII: Biohazard). Menggunakan metode studi kasus, penelitian ini menyimpulkan telah terjadi komodifikasi pada *game offline*, yaitu melalui unggahan video Resident Evil VII. Kemudian, penelitian Surahman, dkk (2019)

yang berjudul Komodifikasi Konten, Khalayak, dan Pekerja pada Akun Instagram @salman_al_jugjawy, yang menunjukkan telah terjadi eksploitasi dan komodifikasi konten, khalayak, dan pekerja pada para *followers* akun Instagram @salman_al_jugjawy.

Berdasarkan hasil telaah terhadap beberapa penelitian tersebut, *novelty* penelitian ini adalah tentang kajian media baru dari aspek komodifikasi pada *platform game online*. Penelitian ini fokus pada kajian tentang kemungkinan korporasi melakukan komodifikasi kepada *users* pada *game online* Roblox. Dalam konteks media baru secara khusus, penelitian ini lebih spesifik menganalisa perkembangan *game online* dewasa ini, khususnya di masa pandemi COVID-19 yang tanpa disadari telah membawa banyak perubahan, termasuk pada dugaan korporasi telah mengeksploitasi *users* untuk memperoleh keuntungan.

New Media

Konsep *new media* digunakan akibat kemunculan jaringan teknologi informasi dan komunikasi, internet, dan digitalisasi di akhir abad ke-20. Flew (2014) menjelaskan bahwa *new media* pada dasarnya menekankan pada format isi media yang dikombinasikan. Dalam media baru, terdapat satu kesatuan data baik teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam sebuah format digital. *New media* juga dapat diidentifikasi sebagai ide, pemasaran, dan pengalaman yang diperoleh seseorang melalui keterlibatannya dalam medium dan cara berkomunikasi yang baru (Ride dan Dewdney, 2013).

Rice (dalam McQuail, 2010) mengidentifikasikan, ada empat kategori utama media baru. Kategori ini dibedakan berdasarkan jenis penggunaan, isi, dan konteksnya. Keempat kategori utama media baru tersebut adalah sebagai media komunikasi interpersonal, media pencarian informasi, media partisipatif kolektif, dan media permainan interaktif.

Game online Roblox termasuk ke dalam kategori *new media* sebagai media permainan interaktif. Konten dalam *game* ini memberikan pengalaman baru bagi para pemainnya, melalui keterlibatan aktif dalam medium dan cara berkomunikasi yang baru. *Game online* Roblox disajikan dalam format digital yang menampilkan format isi media dalam bentuk teks, suara, gambar, dan sebagainya.

Game Online

Game online merupakan salah satu bentuk media baru yang didefinisikan sebagai media permainan interaktif karena dapat dimainkan oleh banyak orang pada waktu bersamaan melalui jaringan internet (Adams, 2013). Ciri khas *game online* terletak pada proses interaksi yang terjadi, yaitu secara langsung dan tidak terdapat batasan dalam prosesnya. Dalam *game online* Roblox, khalayak biasa disebut sebagai *users*, pengguna aktif, atau *players*. Interaksi yang terjadi antara *users* dapat dilakukan dalam sebuah forum *chat* yang secara khusus dibuat oleh Roblox.

Menurut hasil penelitian Fuchs (2014) yang bertajuk *Digital Prosumption Labour on Social Media in The Context of The Capitalist Regime of Time*, *users* biasanya berselancar di dunia maya untuk menggunakan *leisure time*. Mereka sering disebut sebagai *prosumer*, yaitu sebagai *producers* dan sekaligus sebagai *consumers* secara bersamaan dalam aktivitas digital. Relasi sosial yang terbentuk di dunia maya tersebut terjadi seperti bermain saja. Namun pada hakikatnya, mereka telah melakukan sebuah pekerjaan. Kondisi itu menjadi sesuatu yang wajar terjadi di era kapitalisme digital, dan sering disebut sebagai *playbour*.

Komodifikasi

Kajian mengenai ekonomi politik media dilandasi oleh pemikiran yang dikemukakan Golding dan Murdock bahwa letak kekuatan media berada pada struktur dan proses ekonomi media dalam memproduksi pesan. Peran media adalah untuk melegitimasi kekuatan kelas dari pemilik dan pengendali media. Oleh karena itu, penelitian-penelitian pada aspek ini lebih memfokuskan pada praktik peningkatan monopolisasi dalam industri budaya melalui konsentrasi dan diversifikasi (Rusadi, 2015).

Mosco (2009) mendefinisikan ekonomi politik komunikasi sebagai studi tentang relasi sosial, khususnya relasi kekuasaan yang membentuk saling keterkaitan antara produksi, distribusi, dan konsumsi sumber daya komunikasi, seperti surat kabar, buku, film, video, dan khalayak. Untuk melaksanakan kajian ekonomi politik komunikasi, Mosco selanjutnya mengemukakan kerangka kerja teoritik, yaitu

komodifikasi, strukturasi, dan spasialisasi. Ketiga kajian ini saling berkaitan. Komodifikasi menjadi *entry point* dalam kajian ekonomi politik. Komodifikasi adalah upaya untuk mengakumulasi kapital dengan cara mengubah nilai guna suatu produk, menjadi nilai yang dapat dipasarkan, sehingga bisa ditransaksikan (Rusadi, 2015).

Terdapat tiga jenis komodifikasi yaitu komodifikasi konten, komodifikasi khalayak atau audiens, dan komodifikasi pekerja. Komodifikasi konten berkaitan tentang isi dari suatu media yang sangat cocok dijual di pasaran karena memang sesuai dengan minat pasar. Artinya, media hanya akan memprioritaskan nilai komersial dalam menyajikan sebuah konten. Sebuah konten akan disajikan semenarik mungkin dan sesuai dengan selera pasar, sehingga banyak dilihat dan dikunjungi khalayak. Dalam hal ini, isi merupakan komoditas pertama yang dijual kepada khalayak.

Sementara komodifikasi khalayak adalah perubahan peran khalayak sebagai konsumen media menjadi konsumen pengiklan. Dalam hal ini, terjadi kerjasama antara media dan pengiklan sehingga dapat menjual khalayak dalam bentuk *rating* kepada pengiklan. Dari sisi ini, maka sesungguhnya penikmat kontenlah yang telah melakukan fungsi komodifikasi, karena ukuran bagus atau tidaknya *rating* adalah kehendak para khalayak itu sendiri.

Dengan kata lain, konten yang tidak baik, tidak layak, atau tidak memberikan nilai-nilai edukasi sekalipun bisa saja memiliki *rating* yang tinggi jika hal itu memang sesuai dengan selera khalayak yang menjadi pangsa pasar. Berdasarkan penjelasan ini, Menurut Moscow, maka *rating* menjadi unsur penting yang menggabungkan antara komodifikasi konten dan khalayak.

Melihat realita ini, maka sudah seharusnya khalayak yang mampu menjadi salah satu ujung tombak yang dapat mengontrol isi media, terutama jika ternyata suatu media tidak lagi sesuai dengan norma-norma dalam masyarakat.

Sedangkan komodifikasi pekerja berkaitan dengan tugas dalam produksi dan distribusi produk media yang mungkin tidak sesuai antara beban kerja dengan upah yang didapat. Dalam hal ini, maka korporasi memanfaatkan pekerja untuk mendapatkan

keuntungan. Dalam konteks *game online* Roblox, proses komodifikasi ini seolah menjadi hal yang tidak tampak. Sebab, *user*-lah yang dimanfaatkan untuk menjadi pekerja atau pembuat game itu sendiri.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka semua permasalahan yang muncul dari penyajian isi media, serta sebab-sebabnya, dapat dilacak dari kondisi ekonomi media, yaitu bagaimana media diorganisasi dan dibiayai. Dalam penelitian ini, maka perlu dianalisa tentang bagaimana Roblox Corporation diorganisasi dan dibiayai, dilihat dari aspek komodifikasi *users*.

Paradigma penelitian ini adalah paradigma konstruktivis, yaitu mengkaji proses pengkonstruksian yang melibatkan dua aspek, yakni hermeunetik dan dialektika. Hermeunetik adalah proses mengkaitkan teks dan percakapan, tulisan, atau gambar. Sementara dialektika merupakan proses yang dilakukan dengan memakai dialog sebagai pendekatan, sehingga peneliti dapat menelaah pemikiran subjek yang diteliti (Neuman, 2013).

Metodologi yang digunakan adalah metodologi kualitatif, yang dimaksudkan agar peneliti dapat menggambarkan keunikan yang diperoleh dari hasil penelitian. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2013), penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sehingga, pendekatan kualitatif digunakan untuk menjelaskan kasus komodifikasi *users* pada *platform game online* Roblox melalui teknik observasi dan wawancara mendalam. Dalam hal ini, peneliti ingin menggali bagaimana *users* ikut terlibat dalam proses pembuatan *game online* Roblox.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Menurut Yin (2009), studi kasus adalah metode yang digunakan untuk menjawab pertanyaan pokok penelitian, yaitu *how* atau *why*, dengan fokus penelitian pada fenomena kontemporer. Sesuai dengan pendapat (Hartley, 2004), penelitian ini terdiri dari penyelidikan yang terperinci. Data dikumpulkan pada periode waktu tertentu, fenomena tertentu, dan konteks tertentu. Tujuannya adalah untuk memberikan analisis tentang konteks dan proses yang berkaitan dengan *game online* Roblox. Fenomena ini tidak dapat dipisahkan dari konteksnya, tetapi menjadi menarik ketika

tujuannya memahami perilaku yang dipengaruhi oleh konteks.

Penelitian ini merupakan penelitian eksploratif, yaitu mengungkap dan memetakan komodifikasi *users* di *platform game online* Roblox. Populasi penelitian ini adalah semua *platform game online* Roblox beserta konten atau jenis-jenis *game* yang terdapat di dalamnya. Unit analisis penelitian ini adalah setiap konten yang terdapat pada setiap jenis *game online* Roblox. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, sebuah cara penentuan sampel yang ditentukan selaras dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengkaji dan mendalami bagaimana komodifikasi *users* pada *platform game online* Roblox.

Dalam penelitian ini, maka informan yang ditentukan juga selaras dengan tujuan penelitian, yaitu seseorang yang mengetahui seluk beluk dan dapat memberikan informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. *Key informan* penelitian ini adalah M. Asgaf, Founder United Roblox of Indonesia sejak tahun 2011. Ia juga sebagai User Generated Content (UGC) Community Event Organizer di Roblox Corporation yang bertindak sebagai *Public Relations* Roblox di Amerika Serikat untuk *developer* dan *user game online* Roblox di Indonesia. Informan penelitian ini ada 2 orang. Pertama, *user*, pemain, atau pengguna aktif *game online* Roblox dengan inisial MBF. MBF merupakan seorang pelajar kelas IX Sekolah Menengah Pertama. Kedua, Eka Mitra Rachmawati, M. Psi., Psikolog Pendidikan yang diminta pendapatnya mengenai dampak konten *game online* bagi anak-anak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Platform game online Roblox pertama kali diciptakan oleh David Baszucki dan Erik Cassel pada 2004. Mulanya, logo Roblox diberi nama GoBlocks. Logo ini selanjutnya mengalami perubahan menjadi DynaBlocks hingga Juli 2005, sebelum secara resmi diluncurkan dengan nama Roblox pada tahun 2006. Roblox merupakan *platform game online* multipemain yang karakter pemain dan visualnya berbentuk Lego. *Platform game* asal Amerika Serikat ini menyediakan banyak jenis *game* untuk anak-anak yang berusia antara 8 sampai 12 tahun.

David Baszucki awalnya merupakan pendiri Knowledge Revolution, sebuah perusahaan yang berkonsentrasi pada pendidikan fisika dan perangkat lunak simulasi mekanik. Perusahaan ini menulis simulator fisika untuk keperluan atau kepentingan umum, yang disebut fisika interaktif. Dari pengalaman tersebut, maka muncul ide pembuatan Roblox. Tujuan utamanya adalah agar pemain dapat membuat simulasi *game online* sendiri.

David Baszucki menciptakan *platform game online* Roblox dengan tujuan edukasi Teknologi Informasi (IT). Harapannya, *platform* ini dapat menjadi tempat di mana anak-anak kecil dapat menguji imajinasi mereka, mengenal dunia pemrograman, serta dapat membuat *game* mereka sendiri secara individu maupun kolektif. Maka dari itu, *platform* ini juga menjadi sarana bagi komunitas untuk berkumpul dan mengajarkan anak-anak *coding*, sehingga mereka mampu membuat dan mengembangkan *game* atau permainan sendiri.

Roblox sangat populer di kalangan *user* atau *gamer* anak-anak, khususnya di bawah usia 15 tahun. Mereka biasa menghabiskan waktu untuk bermain *game* ini, terutama di masa pandemi COVID-19. Saat ini, terdapat puluhan ribu jenis permainan populer dalam *platform* Roblox. Jenis permainan yang disajikan bermacam-macam dan menarik, seperti *game adventure*, *game survival*, *game* rintangan, *game* horor, dan lain-lain. Dari semua jenis *game* yang disediakan, dengan satu akun saja, *users* bisa memilih jenis permainan yang mereka sukai.

Meski bermain di *game online* Roblox gratis, namun terdapat *item-item* di dalam permainan yang hanya bisa didapatkan dengan melakukan pembelian. Sehingga, di dalam *platform* Roblox terdapat jenis mata uang virtual yang disebut Robux. Mata uang ini disediakan untuk para pemain yang akan melakukan transaksi pembelian di dalam aplikasi. Robux dapat diperoleh pemain dengan melakukan pembayaran kepada *platform* Roblox sesuai harga yang telah ditetapkan.

Jika pemain ingin melakukan pembelian paket untuk 100 Robux, maka biaya yang dikenakan untuk 1 Robux adalah sekitar 100 rupiah. Artinya, pemain harus mengeluarkan uang 10 ribu rupiah untuk memperoleh 1 paket yang berisi 100 Robux. Nantinya, mata uang Robux digunakan untuk membeli berbagai

macam *item* yang tersedia dalam *game* Roblox, termasuk mengubah tampilan karakter dengan menentukan aksesoris atau pakaian yang akan digunakan. Di samping itu, terdapat juga beberapa jenis *game* populer yang tidak gratis, atau hanya bisa dimainkan jika *users* melakukan pembayaran dengan Robux.

Menurut M. Asgaf, Founder United Roblox of Indonesia yang juga UGC Community Event Organizer Roblox Corporation, tujuan diciptakannya Roblox adalah untuk membuat sebuah *platform* yang menyediakan banyak jenis *game* yang bisa dimainkan oleh *users* hanya dengan satu akun. Keunggulan *platform* ini adalah *users* atau pengguna aktif tidak hanya bisa bermain *game* saja, tetapi juga bisa membuat *game* sendiri. Selain itu, terdapat juga beberapa komunitas untuk mengajarkan anak-anak membuat *coding*. Sehingga, Roblox sebetulnya memiliki fokus utama pada sisi edukasi dalam bidang teknologi informasi. *Platform* ini ingin memberikan *experience* yang edukatif pada pemain dengan belajar cara mendesain *game* sendiri.

Walaupun memiliki misi untuk menjadi salah satu pelopor lahirnya ide *metaverse*, yaitu sebuah perangkat ruang virtual tempat seseorang dapat membuat dan menjelajah dengan pengguna internet lainnya yang tidak berada pada ruang fisik yang sama, namun sejak awal pembuatannya hingga saat ini, pangsa pasar yang dituju oleh *game* Roblox memang untuk anak-anak. Karena itu, karakter atau *style* dalam permainan Roblox sengaja dibuat dalam bentuk lego, sehingga lebih terlihat kekanak-kanakan. Begitu pula dengan jenis permainan yang ditampilkan. Dalam *room chat*, yaitu tempat para pemain berkomunikasi, Roblox melakukan sensor terhadap kata-kata kasar, sehingga *chat* yang muncul aman dari anak-anak.

Di samping itu, *platform game online* Roblox menyediakan sistem ekonomi di dalamnya. Roblox memiliki mata uang sendiri yang dinamakan Robux. Roblox menjual mata uang Robux kepada pemain, yang dapat digunakan untuk membeli *item-item* dalam berbagai jenis *game* yang ada dalam aplikasi Roblox. Beberapa jenis *game* dalam *platform* ini juga berbayar, sehingga hanya dapat dimainkan dengan melakukan pembelian.

Pada saat yang sama, *users* dalam *game* Roblox dapat membuat *game* sendiri yang dapat

ditampilkan di *platform* Roblox dan dimainkan oleh *users* lainnya. Meski demikian, berbagai *game* hasil karya *users* di *platform* Roblox tidak dapat langsung menghasilkan keuntungan. Keuntungan hanya bisa mereka dapatkan jika *game* yang mereka ciptakan banyak dimainkan oleh *users* lain, serta mampu memperoleh Robux hasil dari *item-item* yang dibeli oleh *users* lain di *game* tersebut. Nantinya, jumlah Robux yang diterima baru dapat dimonetisasi untuk diganti ke dalam bentuk uang. Sehingga, hanya *game-game* buatan *users* yang memiliki jumlah Robux banyak yang bisa dimonetisasi.

Jumlah Robux yang harus dikumpulkan oleh *users* sebagai pembuat *game* diberikan batasan minimal untuk dapat diganti dengan uang rupiah. Pembuat *game* diharuskan memperoleh minimal 100 ribu Robux. Dengan jumlah tersebut, mereka dapat mencairkan Robux ke dalam mata uang asli kepada Roblox. Jika belum mencapai 100 ribu Robux, maka pembuat *game* belum bisa menggantinya menjadi uang asli.

Selain harus membuat *game* sendiri, *users* juga harus pintar dan jeli dalam melihat peluang. Tujuannya agar *game* buatannya dimainkan oleh banyak orang, menjadi populer, dan banyak *item-item* dalam *game* tersebut yang dibeli dengan mata uang Robux. Pembuat *game* tidak akan mendapat keuntungan jika *game* yang ia buat tidak ada yang memainkan dan juga tidak ada yang membeli *item-item* yang ditawarkan hingga mencapai angka 100 ribu Robux.

Setelah berhasil mendapatkan keuntungan, maka pembagian keuntungan dilakukan dengan sistem *sharing profit* antara *users* sebagai pembuat *game* dengan Roblox. Persentase pembagian *profit* adalah 35 persen untuk pembuat *game* dan 65 persen untuk Roblox. Berdasarkan *sharing profit* tersebut, dari 100 ribu Robux yang bernilai 10 juta rupiah, pembuat *game* hanya mendapatkan 3,5 juta rupiah dan Roblox 6,5 juta rupiah.

Ketika pembuat *game* sudah dapat memonetisasi, yaitu saat Robux sudah dapat dicairkan dalam bentuk uang asli, maka pembuat *game* juga berhak untuk mendapatkan hak cipta penuh. Sebelum hal tersebut dapat terpenuhi, maka hak cipta masih dimiliki oleh *platform* Roblox. Meski hak cipta sudah diberikan kepada para pembuat *game*, namun *game online* tersebut

tetap hanya diperbolehkan untuk dimainkan dan tersedia di *platform* Roblox.

Dari sisi penyajian konten yang ditujukan kepada khalayak, walaupun sampai saat ini pangsa pasar *game online* Roblox masih difokuskan untuk anak-anak, namun peneliti menemukan berbagai jenis permainan yang tidak layak dimainkan anak-anak karena mengandung unsur kekerasan, pornografi, dan penistaan agama. Jenis-jenis *game* yang tidak pantas tersebut justru banyak diminati dan dikunjungi *users*.

Sebetulnya, menurut Asgaf, Roblox memiliki kebijakan untuk melindungi anak-anak di dalam permainan. Roblox memiliki peraturan terkait konten atau jenis *game* yang boleh dibuat dan ditampilkan. Konten yang dilarang untuk dibuat adalah konten untuk orang dewasa, konten yang membahas masalah kontroversial, dan konten yang mengandung adegan kekerasan. Namun, menurut Asgaf, karena *game* yang dibuat sangat masif, maka sulit untuk mendeteksi dan melakukan kontrol. Penghapusan konten-konten tersebut baru dapat diproses atau ditindaklanjuti pihak Roblox jika sudah ada *users* yang membuat laporan atau pengaduan.

Dibandingkan dengan jumlah keseluruhan jenis *game online* yang populer di Roblox, yaitu sekitar puluhan ribu, jumlah jenis *game* yang tidak layak dimainkan anak-anak memang sedikit. Namun demikian, tetap saja terdapat potensi munculnya berbagai jenis *game* yang tidak layak lainnya di kemudian hari. Apalagi jenis *game* tersebut ternyata banyak diminati dan untuk dikunjungi oleh *users*.

Peneliti menemukan setidaknya lima jenis *game online* Roblox yang tidak layak untuk dimainkan anak-anak. Pertama, *game* bernama Shower Simulator. *Game* ini dibuat oleh Mr. Kos_YT. *Game* ini telah dikunjungi oleh sekitar 282 ribu orang. Berdasarkan pengamatan peneliti, *game* ini mensimulasikan para pemainnya sedang berada di dalam tempat pemandian bersama para pemain lain, baik laki-laki maupun perempuan. Di dalam tempat pemandian tersebut, karakter yang dimainkan menjadi hanya memakai pakaian dalam saja, bahkan tanpa busana. Sehingga, *game* ini mengandung unsur pornografi.

Kedua adalah *game* dengan nama Survive The Killer. *Game* yang dibuat oleh Slyce Entertainment ini telah dikunjungi oleh 918 juta

orang. *Game* ini mengandung unsur kekerasan. Sebab, dalam permainan, salah satu pemain atau karakter akan memiliki tugas menjadi seorang pembunuh. Misi permainan akan selesai atau dinyatakan sukses jika salah seorang pemain berhasil membunuh semua pemain yang lain.

Ketiga, *game* The Ultimate God Simulation. *Game* yang telah dikunjungi oleh 1,9 juta orang ini mengandung unsur penistaan agama. Dibuat oleh Smoky Studios, *game* ini bertemakan tentang Tuhan. Dalam *game*, karakter yang dimainkan bersimulasi menjadi Tuhan. Pemain dapat menentukan atau memilih suatu agama dalam permainan. Pemain juga akan memiliki jenis kekuatan tersendiri jika memilih suatu agama.

Game yang mengandung unsur pornografi berikutnya yaitu *game* Boys and Girls Dance Club. *Game* yang dibuat oleh Kraehee ini telah dikunjungi oleh 32 juta orang. *Game* ini bertema klub malam atau tempat hiburan malam. Dalam *game*, disediakan tempat untuk berdansa, hingga tempat untuk membeli minuman seperti layaknya bar. Ketika berdansa, karakter yang dimainkan bisa membuat gerakan-gerakan yang sensual.

Terakhir adalah *game* Vibe Hugs. *Game* karya Lost Entertainment ini telah dikunjungi 35 juta orang. *Game* ini juga mengandung unsur pornografi. Dalam *game*, para pemain berkumpul dalam sebuah acara kencan secara *online dating*. Mereka bisa memilih untuk berduaan di tempat yang sepi, hingga tidur bersama dalam satu ranjang.

Menurut MBF, pelajar kelas IX Sekolah Menengah Pertama, Roblox memang berbeda dengan *game online* lainnya karena jenis *game* yang ditawarkan sangat banyak, beragam, dan menarik. Akibatnya, *game online* Roblox kerap kali membuat pemainnya kecanduan. Apalagi, banyak jenis *game* yang selama ini belum pernah dimainkan sebelumnya, sehingga membuat pemain semakin penasaran. Rasa penasaran itu membuat MBF selalu ingin mencoba permainan-permainan yang baru, bahkan permainan yang tidak layak. Sebagai *users* yang masih anak-anak, rasa keingintahuan akan hal baru tersebut datang bersamaan dengan ketidaktahuan MBF terhadap hal-hal yang mengandung unsur pornografi, kekerasan, dan penistaan agama.

Meski hampir seluruh permainan *game online* Roblox gratis, tetapi terdapat pula

beberapa jenis *game* menarik yang berbayar. Setiap *game* di Roblox juga memiliki *item-item* menarik yang harus dibeli dalam permainan. Menurut MBF, terdapat juga *item-item* dewasa yang ditawarkan. Dalam membeli pakaian untuk karakter Roblox, misalnya, terdapat jenis-jenis pakaian yang cenderung terbuka atau berbahan minim.

Di samping itu, pemain juga beberapa kali diminta untuk memberikan *rating* atau nilai ketika sedang bermain. Pada saat yang sama, *rating* atau peringkat aplikasi *game online* Roblox menunjukkan nilai yang cukup baik, yaitu 4,3 dari maksimal 5. Selain itu, terdapat sekitar 25 juta ulasan yang mengomentari aplikasi *game online* ini. Tinggi atau rendahnya *rating* dalam aplikasi Roblox sesungguhnya ditentukan oleh *users* sendiri. Sebab, *users*-lah yang melakukan penilaian.

Berdasarkan hasil penelitian Salim dan Syas yang berjudul Komodifikasi Pertukaran Peran Gender pada Sinetron Dunia Terbalik di RCTI (2019), dalam konteks industri televisi, *rating* memang dapat menjadi momok bagi pihak televisi untuk terus berusaha berada di peringkat satu, karena dengan demikian, klien akan melihat tayangan berdasarkan perolehan *rating* di mana mereka mau memasang produknya untuk diiklankan. Sehingga, hal ini akan membuat pihak televisi mencari cara agar memiliki tayangan yang baru dan disukai oleh masyarakat.

Hal yang sama ditunjukkan pada hasil penelitian Muthmainnah dan Syas yang berjudul Komodifikasi Mistis dalam Program *Reality Show* Pencarian Jodoh Garis Tangan di ANTV (2020). *Rating* memang merupakan sesuatu yang amat penting. Di industri televisi, pihak televisi akan melakukan upaya apapun untuk bisa mendongkrak *rating*. Akibatnya, situasi semacam ini justru melahirkan program-program yang tidak mendidik.

Sementara itu, berdasarkan hasil wawancara dengan psikolog pendidikan, Eka Mitra Rachmawati, dampak *game online* bagi anak-anak memang cenderung negatif. Namun, hal tersebut dikhususkan bagi mereka yang telah mengalami kecanduan. Sebetulnya, ada beberapa *game online* yang edukatif dan dapat memberikan pengalaman, pembelajaran yang menarik, dan menyenangkan bagi anak-anak. Yang perlu diperhatikan para orang tua adalah jangan sampai anak-anak bermain *game* yang

kontennya tidak sesuai dengan usia anak dan jangan sampai anaknya kecanduan.

Dampak negatif bagi anak-anak yang kecanduan *game online* dapat mempengaruhi satu atau lebih dari tiga aspek, yaitu aspek kognitif, fisik, dan sosial emosional. Jika *game online* yang dimainkan anak-anak mengandung unsur kekerasan, pornografi, dan penistaan agama, maka dampaknya akan jauh lebih sulit diatasi. Sebab, anak-anak akan memproses informasi secara konkrit. Apalagi untuk sesuatu hal yang sering mereka lihat. Ketika anak-anak melihat konten *game* kekerasan dan memainkan *game* tersebut, maka dikhawatirkan ketika masuk dan bersosialisasi dengan masyarakat, mereka akan melakukan hal-hal yang mengandung unsur kekerasan juga. Hal yang sama terjadi jika mereka memproses informasi berupa pornografi dan penistaan agama.

George Gerbner dalam teori kultivasi menyatakan bahwa orang yang selalu menonton tayangan tertentu dengan waktu yang lama, akan memiliki sebuah pemahaman bahwa dunia di sekelilingnya terjadi seperti apa yang ditayangkan. Dengan kata lain, efek kumulatif dari terpaan pesan yang dihasilkan media dapat mempengaruhi dan menanamkan kepercayaan serta sikap ke dalam benak khalayak tentang dunia sekitarnya, yaitu ketika seseorang telah kecanduan isi dari media tersebut (West dan Turner, 2017). Dalam hal ini, *game online* Roblox dapat mempengaruhi persepsi pemainnya terhadap realitas dalam dunia nyata, dan membentuk pola kognitif dan perilaku mereka.

Berdasarkan hasil penelitian Anggraini dan Maulidya yang berjudul Dampak Paparan Pornografi pada Anak Usia Dini (2020), akibat paparan konten-konten pornografi pada anak-anak sangat berbahaya. Paparan pornografi pada anak dinilai dapat menyebabkan kerusakan otak, rusak kemampuan konsentrasi dan fokus, serta membuat anak kecanduan video porno, mengalami penyimpangan seks, hingga menjadi pelaku pelecehan atau kekerasan seksual di masa yang akan datang.

Dari sisi emosional, ketika permainan yang dimainkan mengandung kekerasan atau pornografi, emosi yang dominan dirasakan mereka akan cenderung menjadi pemarah. Ketika berhadapan dengan masyarakat, mereka akan kesulitan mengelola emosinya. Dari sisi

kemampuan kognitif, unsur-unsur kekerasan dan pornografi juga akan mempengaruhi penilaian dan cara pandang mereka. Ketika mereka mendapatkan informasi baru, mereka akan mengaitkan informasi tersebut dengan informasi yang salah. Akhirnya akan mempengaruhi kemampuan berpikir mereka.

Temuan penelitian Pratiwi dan Pritanova (2017) yang berjudul Pengaruh Literasi Digital terhadap Psikologis Anak dan Remaja (2017), dunia maya sangat berperan dalam membentuk sisi emosional anak-anak. Dilihat dari dampak psikologi, mereka cenderung menghina orang lain, iri pada orang lain, menjadi depresi, terbawa suasana hati terhadap komentar negatif, serta terbiasa berbicara dengan bahasa kurang sopan.

Jika dikaitkan dengan *game online* Roblox, maka komodifikasi *users* yang terjadi memiliki dampak yang negatif, bahkan cenderung berbahaya bagi anak-anak. Dari sisi khalayak, anak-anak sebagai mayoritas *users* telah menjadi korban komodifikasi. Konten dalam *platform game online* Roblox disajikan dengan beragam, semenarik mungkin, dan sesuai dengan selera pasar, sehingga banyak dilihat dan dikunjungi oleh khalayak. Permasalahannya, konten-konten yang mengandung unsur kekerasan, pornografi, dan penistaan agama juga menjadi beberapa konten yang begitu banyak pengunjung. Artinya, *users* yang mayoritas adalah anak-anak juga kerap mengunjungi permainan ini.

Melihat realita ini, maka sudah seharusnya khalayak mampu menjadi salah satu ujung tombak yang dapat mengontrol konten atau jenis *game online* Roblox, terutama jika ternyata jenis *game* tersebut tidak lagi sesuai dengan norma-norma dalam masyarakat. Permasalahannya, mayoritas khalayak dalam *platform game online* Roblox yang merupakan anak-anak adalah mereka yang masih polos dan membutuhkan edukasi. Karena kepolosan yang dimiliki, anak-anak justru cenderung untuk mencoba suatu hal yang baru, yang belum pernah dimainkan, atau segala sesuatu yang membuat penasaran, termasuk bermain *game* yang mengandung unsur kekerasan dan pornografi.

Selain itu, *users* juga beberapa kali diminta untuk memberikan *rating* atau nilai ketika sedang bermain. *Rating* tersebut nantinya dapat dijual kepada pengiklan dengan menggunakan khayalak sebagai tolok ukur.

Artinya, Roblox telah mengubah nilai guna dari *rating* menjadi nilai tukar kepada pengiklan. Dengan *rating* yang tinggi, para pengiklan akan tertarik untuk mengisi dan membeli slot iklan yang terdapat pada *platform game online* Roblox.

Berdasarkan hasil penelitian Syas, yang berjudul *Political Economy, Television Industry, and Media Ethics: Case Commodification and structurization in Infotainment Programs in Indonesian Television* (2010), dalam konteks industri televisi, contohnya, khalayak akan menjadi korban komodifikasi karena menggunakan waktunya untuk melihat pesan dalam iklan televisi. Kondisi tersebut menyebabkan penguasaan pemasang iklan dalam program tayangan di industri pertelevisian, agar mendapatkan efek dan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Dari sisi ini, maka sesungguhnya anak-anak sebagai khalayak atau penikmat konten tanpa sadar telah melakukan fungsi komodifikasi, karena ukuran bagus atau tidaknya *rating* adalah kehendak para khalayak itu sendiri. Dengan kata lain, konten yang tidak baik, tidak layak, atau tidak memberikan nilai-nilai edukasi sekalipun bisa saja memiliki *rating* yang tinggi jika hal itu memang sesuai dengan selera khalayak yang menjadi pangsa pasar. Menurut Moscow, maka *rating* menjadi unsur penting yang menggabungkan antara komodifikasi konten dan khalayak.

Sementara dari sisi pekerja, komodifikasi yang terjadi adalah dengan menjadikan *users* atau pengguna aktif *platform game online* Roblox sebagai pekerja. Di era kapitalisme digital, para khalayak ini disebut sebagai *playbour*. Apalagi, tidak semua *game online* hasil karya pemain di platform Roblox dapat menghasilkan profit atau keuntungan. Para *users* membuat *game* di *platform* Roblox tanpa dibayar. Keuntungan hanya bisa mereka dapatkan jika *game* yang mereka ciptakan banyak dimainkan oleh *users* lain, serta mampu memperoleh 100 Robux hasil dari *item-item* yang dibeli oleh *users* lain di *game* tersebut. Ketika berhasil mendapatkan *profit* berdasarkan syarat yang telah ditetapkan tersebut, pembagian yang diperoleh pun tidak layak atau hanya hanya sebesar 35 persen saja.

Proses komodifikasi ini seolah menjadi hal yang tidak tampak. *Users* seolah diberikan

wadah untuk berkreasi dan berinovasi dalam menciptakan permainan sendiri, serta bisa menghasilkan *profit* pada saat yang sama. Padahal, sesungguhnya mereka dijadikan sebagai pekerja dengan upah yang tidak layak.

Dari deskripsi tersebut, terlihat bagaimana Roblox Corporation diorganisasi dan dibiayai. Roblox memanfaatkan *users* untuk dijadikan pekerja, yang akhirnya menghasilkan puluhan ribu konten atau jenis *game*. Walaupun mayoritas penggunanya anak-anak, namun *game online* Roblox juga menyajikan konten yang mengandung unsur kekerasan, pornografi, dan penistaan agama. Artinya, Roblox menjadi sebuah wadah atau *platform game online* yang mengeksploitasi *users* untuk dapat memperoleh keuntungan.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Roblox telah melakukan komodifikasi kepada *users*. Roblox Corporation dibiayai dengan cara mengeksploitasi *users* dalam *platform game online* Roblox. Dalam *platform* yang disediakan, *users* dapat dikategorikan dari dua sisi: sebagai khalayak atau penikmat permainan, dan juga sebagai pekerja atau pembuat jenis *game* Roblox itu sendiri. Dari sisi komodifikasi, Roblox menjadikan *users* sebagai pekerja atau pembuat *game* dengan upah yang tidak layak. *Users* juga dimanfaatkan untuk memberikan *rating* yang selanjutnya dapat dijual kepada pengiklan. Beberapa jenis *game online* Roblox menampilkan unsur kekerasan, pornografi, dan penistaan agama yang justru banyak dikunjungi *users*. Padahal, Roblox dimainkan sebagian besar oleh anak-anak.

Anak-anak sebagai khalayak atau penikmat konten tanpa sadar telah melakukan fungsi komodifikasi, karena ukuran bagus atau tidaknya *rating* adalah kehendak para khalayak itu sendiri. Mayoritas khalayak dalam *platform game online* Roblox yang merupakan anak-anak adalah mereka yang masih polos dan membutuhkan edukasi. Karena kepolosan yang dimiliki, anak-anak justru cenderung untuk mencoba suatu hal yang baru, yang belum pernah dimainkan, atau segala sesuatu yang membuat penasaran, termasuk bermain *game* yang mengandung unsur kekerasan dan pornografi. Terlebih, masifnya konten yang muncul menjadi alasan Roblox tidak mampu mendeteksi dan

menghapus konten-konten yang ada. Padahal, jenis *game* tersebut cukup populer karena sering dikunjungi pemain *game online*.

Walaupun tujuan diciptakannya Roblox adalah untuk edukasi berbasis teknologi informasi bagi anak-anak, namun Roblox tidak mampu melindungi anak-anak dari bahaya paparan konten-konten yang negatif seperti kekerasan, pornografi, dan penistaan agama. Meskipun jumlah konten yang tidak layak di aplikasi Roblox sedikit jika dibandingkan dengan konten *game* lainnya, namun kelonggaran yang diberikan Roblox mengkhawatirkan karena berpotensi munculnya berbagai jenis *game* yang tidak layak lainnya di kemudian hari.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan agar *platform game online* Roblox tidak melakukan komodifikasi kepada *users* demi mendapatkan keuntungan semata. Selain itu, orang tua harus mampu mengawasi anak-anak ketika bermain *game online* dan memilihkan *game online* yang sesuai dengan usia mereka, karena anak-anak pada dasarnya adalah khalayak yang masih polos dan membutuhkan edukasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, E. (2013). *Fundamentals of Game Design* (2nd ed). New York: New Riders Publishing
- Anggraini, Trinita dan Maulidya, Erine Nur. (2020). *Dampak Paparan Pornografi pada Anak Usia Dini*. Al Athfaal: Jurnal Ilmiah Pendidikan Anak Usia Dini Vol.3 No.1 (2020) 45-55
- Bestari, N.P. (14 Januari 2022). *Orang Tua Khawatir Soal Roblox, Ini Tanggapan Kominfo*. Cnbcindonesia.com. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220114075241-37-307235/orang-tua-khawatir-soal-roblox-ini-tanggapan-kominfo> diunduh pada tanggal 20 Januari 2022
- Dahwilani, D. (23 Desember 2020). *Survei: 16,5 Persen Masyarakat Habiskan Waktu Main Game Online selama Pandemi Covid-19*. Inews.id. <https://www.inews.id/techno/internet/survei-165-persen-masyarakat-habiskan-waktu-main-game-online-selama-pandemi-covid-19> diunduh pada tanggal 15 Oktober 2021
- Flew, T. (2014). *New media*. Australia: Oxford University Press
- Franedy, R. (28 Oktober 2020). *Kenapa Game Roblox Tiba-tiba Populer?* Cnbcindonesia.com. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20201028130310-37-197727/kenapa-game-roblox-tiba-tiba-populer> diunduh pada tanggal 15 Oktober 2021
- Firmansah, Y.A. (13 September 2020). *Apa Itu Roblox?* Esportsnesia.com. <https://esportsnesia.com/penting/apa-itu-roblox/> diunduh pada tanggal 15 Oktober 2021
- Fuchs, C. (2014). *Digital Prosumption Labour on Social Media in The Context of The Capitalist Regime of Time*. *Time & Society*, 23(1), 97-123
- Hartley, J. (2004). *Case study research*. In: Cassell, Catherine and Symon, Gillian eds. *Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research*. London: Sage Publications Ltd.
- Iqbal, Rizkianur dan Farihanto, Muhammad Najih. (2019). *Komodifikasi Video Game di Sosial Media (Studi Kasus Video Game Resident Evil VII: Biohazard)*. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Seni, Budaya, dan Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan
- Kristianti, L. (28 Desember 2021). *Mobile Game Terpopuler Sepanjang 2021*. Antaranews.com. <https://pon.antarane.ws.com/berita/2611373/mobile-game-terpopuler-sepanjang-2021> diunduh pada tanggal 20 Januari 2022
- Labas, Yessi Nurita dan Yasmine, Daisy Indira. (2017). *Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus YouTube Indonesia*. *Jurnal Pemikiran Sosiologi* Volume 4 No.2, Agustus 2017

- Luthfi, A. (28 Maret 2019). *30 Juta Anak Milenial Gemar Bermain Game Setiap Hari*. Okezone.com. <https://techno.okezone.com/read/2019/03/28/326/2036223/30-juta-anak-milenial-gemar-bermain-game-setiap-hari> diunduh pada tanggal 15 Oktober 2021
- McQuail, D. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Moleong. L.J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication* (2nd ed). London: Sage Publications
- Muthmainnah dan Syas, M. (2020). *Komodifikasi Mistis dalam Program Reality Show Pencarian Jodoh Garis Tangan di ANTV*. Jurnal SCRIPTURA, Vol. 10, No. 2, Desember 2020, 97-110
- Neuman, W.L. (2013). *Social Research Methods: Qualitative and quantitative Approaches*. Pearson Education
- Pratiwi, Nani dan Pritanova, Nola (2017). *Pengaruh Literasi Digital terhadap Psikologis Anak dan Remaja*. Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Vol 6, No 1 (2017)
- Ride, P. dan Dewdney, A. (2013) *The New Media Handbook* (2nd ed). New York: Routledge
- Rusadi, U. (2015). *Kajian Media Isu Ideologis Dalam Perspektif, Teori, dan Metode*. Jakarta: Rajawali Pers
- Salim, A. dan Syas, M. (2019). *Pertukaran Peran Gender pada Sinetron Dunia Terbalik di RCTI*. Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol .41, No. 64, September 2019
- Subandi, Z.E. dan Sadono, T.P. (2018). *Komodifikasi, Spasialisasi, dan Strukturasi dalam Media Baru di Indonesia (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco pada Line Webtoon)*. National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development Universitas Bunda Mulia, Jakarta, 5-6 September 2018, ISSN No: 2622-7436
- Surahman, S. dkk. (2019) *Komodifikasi Konten, Khalayak, dan Pekerja pada Akun Instagram @salman_al_jugjawy*. Nyimak Journal of Communication Vol. 3, No. 1, Maret 2019, pp. 15–29P-ISSN 2580-3808, E-ISSN 2580-3832
- Syas, M. (2010). *Political Economy, Television Industry, and Media Ethics: Case Commodification and structurization in Infotainment Programs in Indonesian Television*. The Indonesian Journal of Communication Studies (IJCS).
- Yin, R. K. (2009). *Case Study Research Design and Methods* (4th ed. Vo). Sage Publication
- West, R. dan Turner, L.H. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Edisi 5, Buku 2. Jakarta: Salemba Humanika.
- Saputro, P. (13 Januari 2022). *Hati-hati! Roblox & Sakura School Simulator Disisipi Adegan Seks*. Detik.com. <https://inet.detik.com/games-news/d-5896634/hati-hati-roblox--sakura-school-simulator-disisipi-adegan-seks> diunduh pada tanggal 20 Januari 2022