

STUDI ETNOGRAFI: ANALISIS PERSEPSI PENGEMAR PLAYSTATION YANG BERMAIN RENTAL PLAYSTATION DI JAKARTA SELATAN

(Case Study Byebeli Experience Internet Café)

Oleh:

Samsul Arifin¹

Muhammad Feyzel Khalfani Putra Ardanesworo²

Abhiyoga Deyandra Putra³

Jerry Heikal⁴

Universitas Bakrie

Alamat: JL. H. R. Rasuna Said No.2 kav c-22, RT.2/RW.5, Karet, Kec. Setiabudi, Kuningan, DKI Jakarta (12940).

Korespondensi Penulis: artman043@gmail.com

Abstract. The rapid and extensive advancement of gaming technology is a testament to the constant evolution in technology and knowledge. This progression brings about both challenges and pleasures for gaming enthusiasts, especially those devoted to PlayStation. The growing community of gaming enthusiasts has piqued researchers' interest in exploring the shared values among gamers, particularly in rental settings, where the purchase experience serves as the focal point of inquiry. Employing a qualitative methodology with an ethnographic approach, this study delves into the perceptions and responses of eight respondents through observation and interviews. These respondents, avid gamers themselves, exhibit a spectrum of values associated with gaming in rental places, which collectively shape the culture of such spaces. Among these shared values are the utilization of PlayStation as a means of relaxation and social interaction, the practicality of gaming rentals in terms of accessibility, and the cultivation of a strong sense of camaraderie through communal play. Moreover, gaming serves as an

STUDI ETNOGRAFI: ANALISIS PERSEPSI PENGEMAR PLAYSTATION YANG BERMAIN RENTAL PLAYSTATION DI JAKARTA SELATAN (Case Study *Byebeli Experience Internet Café*)

educational tool, honing language, strategy, and teamwork skills. Importantly, the rental setting fosters opportunities for forging new friendships and connections within the gaming community. These findings underscore the multifaceted nature of gaming culture, highlighting its social, practical, and educational dimensions within the context of rental spaces.

Keywords: *Etnograpy, PlayStation Enthusiasts, Byebeli Experiences, Shared Values.*

Abstrak. Kemajuan teknologi game yang pesat dan ekstensif merupakan bukti evolusi terus-menerus dalam teknologi dan pengetahuan. Kemajuan ini membawa tantangan dan kesenangan bagi para penggemar game, terutama mereka yang setia pada PlayStation. Meningkatnya komunitas penggemar game telah membangkitkan minat para peneliti untuk mengeksplorasi nilai-nilai bersama di antara para gamer, khususnya dalam lingkungan persewaan, di mana pengalaman pembelian berfungsi sebagai titik fokus penelitian. Dengan menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan etnografi, penelitian ini menggali persepsi dan tanggapan delapan responden melalui observasi dan wawancara. Para responden ini, yang merupakan para gamer, menunjukkan spektrum nilai yang terkait dengan bermain game di tempat persewaan, yang secara kolektif membentuk budaya tempat tersebut. Nilai-nilai bersama tersebut di antaranya adalah pemanfaatan PlayStation sebagai sarana relaksasi dan interaksi sosial, kepraktisan rental game dari segi aksesibilitas, serta penanaman rasa persahabatan yang kuat melalui permainan komunal. Selain itu, game berfungsi sebagai alat pendidikan, mengasah bahasa, strategi, dan keterampilan kerja tim. Yang terpenting, lingkungan persewaan memupuk peluang untuk menjalin persahabatan dan koneksi baru dalam komunitas game. Temuan ini menggarisbawahi sifat budaya permainan yang beragam, menyoroti dimensi sosial, praktis, dan pendidikan dalam konteks ruang sewa.

Kata Kunci: Etnografi, Penggemar PlayStation, *Byebeli Experiences, Shared Values.*

LATAR BELAKANG

Saat ini, kehidupan di Jakarta dipenuhi dengan kesibukan yang intens bagi manusia. Mobilitas yang tinggi, tekanan dari pekerjaan, dan rutinitas harian menambah beban pikiran mereka. Tak jarang, warga perkotaan mengalami stres yang berat, dipicu oleh berbagai faktor seperti tugas, pekerjaan, dan tanggung jawab lainnya. Stres bukan

hanya dialami oleh orang dewasa, tetapi juga remaja, mahasiswa, dan pelajar. Secara umum, individu yang mengalami stres memiliki cara khas untuk mengatasi kondisinya, dan salah satunya adalah dengan bermain game. Saat ini, permainan yang tersedia tidak hanya diminati oleh anak-anak, tapi juga banyak orang dewasa yang menikmati bermain game (Enggano, 2017).

Salah satu permainan yang diminati oleh berbagai generasi atau kalangan usia yaitu adalah sebuah konsol permainan yang bernama PlayStation. Generasi sendiri merupakan suatu konsep sosial yang mencakup kelompok individu dengan rentang usia dan latar belakang sejarah yang serupa, dalam hal ini para generasi tentu pasti membutuhkan sebuah hiburan ketika mengalami stres atau rasa jemu. Ketika bermain PlayStation tersebut tentu masing-masing generasi memiliki persepsi dan rasa antusiasme yang berbeda-beda terhadap permainan tersebut, yang dalam hal ini bahkan tidak jarang membuat mereka rela pergi ke tempat rental PlayStation untuk bisa bermain permainan konsol tersebut tanpa harus merogoh kocek yang mahal untuk membeli konsol PlayStation yang harganya bisa Jutaan rupiah. Oleh karena itu, hal ini membuat kami sebagai peneliti merasa cukup tertarik untuk mencari tau lebih dalam terkait bagaimana persepsi dari setiap generasi yang menggemari permainan PlayStation yang rela meluangkan waktu mereka untuk bermain di tempat rental PlayStation. Kami ingin mencoba menganalisa menggunakan metode etnografi, dimana kami ingin mengklasifikasikan persepsi para penggemar PlayStation yang bermain di rental PlayStation dalam beberapa aspek, yaitu hobi, tujuan serta dampak positif maupun negatif yang mereka dapatkan ketika atau *shared value* ketika mereka bermain PlayStation pada rental PlayStation tersebut.

Penelitian ini berfokus pada sebuah konsol permainan yang diperkenalkan oleh Sony yaitu PlayStation. Sejarah singkat PlayStation dimulai ketika Sony mulai merencanakan konsol game pada tahun 1988. Awalnya, Sony bekerja sama dengan Nintendo untuk mengembangkan konsol game dengan format kaset atau CD, dimana Sony memiliki teknologi untuk membuat CD. Namun, sekitar tahun 1990, Nintendo memutuskan untuk bermitra dengan perusahaan lain, meninggalkan kerja sama dengan Sony. Setelah kepergian Nintendo, Ken Kutaragi, kepala proyek di Sony yang bertanggung jawab atas konsol tersebut, mengambil alih proyek dan menciptakan PlayStation X di bawah naungan divisi baru Sony, yaitu Sony Computer Entertainment.

STUDI ETNOGRAFI: ANALISIS PERSEPSI PENGEMAR PLAYSTATION YANG BERMAIN RENTAL PLAYSTATION DI JAKARTA SELATAN (Case Study Byebeli Experience Internet Café)

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka peneliti berfokus untuk menganalisa persepsi penggemar PlayStation yang bermain di rental PlayStation. Peneliti bermaksud meneliti untuk mengetahui kenapa responden tetap suka bermain PlayStation dan lebih memilih bermain di rental PlayStation. Melalui studi pada jurnal ini, kita dapat melihat bagaimana tren dalam industri ini berkembang seiring dengan evolusi selera dan kebutuhan pasar. Dengan demikian, memahami dinamika generasi yang terlibat dalam permainan PlayStation terkhususnya pada mereka yang suka bermain pada tempat rental PlayStation bukan hanya tentang mengidentifikasi pola bermain mereka, tetapi juga tentang menangkap esensi dari persepsi serta *shared values* yang membentuk cara mereka berinteraksi dengan teknologi dan hiburan permainan konsol ini. Maka dengan persepsi para penggemar PlayStation yang lebih memilih untuk bermain di tempat rental PlayStation saat ini, kami dapat mengetahui *shared values* dari penggemar PlayStation.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi. Etnografi berasal dari dua kata, ethno yang berarti bangsa dan graphy yang berarti menguraikan. Jadi, etnografi adalah upaya untuk menjelaskan budaya atau berbagai aspek budaya (Meilany, Zarkasih, Michael, & Heikal, 2024). Selain itu penelitian etnografi merupakan suatu pendekatan penelitian kualitatif di mana seorang peneliti menggambarkan dan menafsirkan pola-pola bersama serta mempelajari nilai-nilai perilaku, keyakinan, dan bahasa dari berbagai kelompok, baik sebagai proses maupun hasil dari penelitian etnografis, ini merupakan cara untuk memahami kelompok dalam suatu budaya, baik melalui pengalaman langsung maupun melalui tulisan hasil penelitian (Komalasari, Mulyadi, Ishak, & Heikal, 2024). Metode kualitatif itu sendiri bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam terhadap suatu fenomena melalui pengumpulan data secara detail (Wicaksono, Putri, Oktarini, & Heikal, 2024). Etnografi itu sendiri merupakan metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk menjelaskan, menganalisis, dan menafsirkan pola-pola bersama dalam budaya suatu kelompok, termasuk perilaku, kepercayaan, dan bahasa (Creswell, 2012).

Penelitian ini sangat mempercayai kedekatan, pengalaman pribadi, dan keterlibatan aktif dari para peneliti yang terlatih dalam etnografi. Fokus penelitian dapat mencakup studi mendalam tentang budaya dan bahasa, sebuah domain atau wilayah

tertentu, atau menggunakan kombinasi metode historis, observasi, dan wawancara. Desain penelitian etnografi merupakan proses penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan, menganalisis, dan menafsirkan pola kelompok budaya yang beragam, yang tercermin dalam perilaku, kepercayaan, dan bahasa yang berkembang dari waktu ke waktu (Wahab & Heikal, 2024). Metode yang diterapkan melibatkan prosedur kualitatif dan terstruktur yang digunakan oleh peneliti untuk menyusun penjelasan umum berdasarkan perspektif partisipan. Teori ini menggambarkan proses, tindakan, atau interaksi antara individu. Pendekatan etnografi dalam penelitian ini adalah studi kasus, yang berarti melakukan eksplorasi rinci terhadap sistem yang terbatas melalui pengumpulan data yang luas (Creswell, 2007). Data dikumpulkan melalui penggunaan metode pengamatan langsung dan wawancara mendalam dengan narasumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi dan wawancara terhadap delapan responden di tempat rental Byebeli Experience di Jakarta Selatan. Proses ini berlangsung selama beberapa hari. Responden yang diwawancara merupakan penggemar *game* PlayStation yang bermain di rental tersebut dengan rentang usia 23 hingga 33 tahun. Mereka memiliki latar belakang profesi yang beragam dan tinggal di wilayah Jakarta (Lihat Tabel 1).

RESPONDEN (Tabel 1)

No	Nama	Usia	Pekerjaan
1	Yani	23	<i>Marketing</i>
2	Bagus	24	<i>Marketing</i>
3	Adi	32	<i>Business Owner</i>
4	Aga	32	<i>Pegawai Swasta</i>
5	Zandi	33	Karyawan
6	Bati	33	Konsultan
7	Febrian	33	Karyawan Swasta
8	Fendi	32	Wirausaha

STUDI ETNOGRAFI: ANALISIS PERSEPSI PENGEMAR PLAYSTATION YANG BERMAIN RENTAL PLAYSTATION DI JAKARTA SELATAN (Case Study ByeBeli Experience Internet Café)

Penggemar *Playstation* yang bermain di tempat rental tersebut berasal dari berbagai usia dan latar belakang, dengan tujuan bermain *PlayStation* di tempat rental tersebut. Observasi dilakukan selama beberapa hari dengan mengunjungi tempat rental ByeBeli Experience dan melakukan wawancara terhadap responden yang diwawancara. Dari observasi tersebut, teramati bahwa para pemain *game* secara berkelompok memainkan *game* *PlayStation* kesukaan masing-masing di tempat tersebut.

Untuk wawancara mendalam, peneliti menggunakan pertanyaan terbuka yang ditujukan kepada delapan responden yang berada di tempat rental tersebut (**lihat Tabel 2**). Kemudian, peneliti mengintegrasikan hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam dari delapan responden untuk mendapatkan *value* dari masing-masing responden. *Value* yang didapat dari responden Yani misalnya dia merasakan bermain di rental *PlayStation* yaitu untuk *refreshing* dari kejemuhan kerja dan menghabiskan waktu luang dengan teman-teman. Bagus menilai dengan bermain di rental *PlayStation*, *value* yang dia dapat adalah suasana rental yang tidak membosankan, dapat berinteraksi dengan orang lain, dan kebersamaan dengan teman-teman saat bermain. Demikian juga dengan responden yang lain mereka mendapatkan *value* dari bermain di rental *PlayStation* berdasarkan pengalaman dan tujuan mereka masing-masing.

Hasil Wawancara (Tabel 2)					
	PERTANYAAN				
	Anda cenderung lebih menyukai bermain <i>PlayStation</i> sendiri atau dengan orang lain?	Mengapa anda cenderung lebih menyukai bermain <i>PlayStation</i> sendiri atau dengan orang lain?	Manfaat positif apa yang anda dapat dari bermain <i>PlayStation</i> di dalam kehidupan anda saat ini?	Bagaimana tanggapan anda dari pelayanan yang didapatkan dari tempat rental ini?	Apa yang membuat anda lebih memilih bermain <i>PlayStation</i> di tempat rental?

RESPONDEN	Yani, 23 tahun, Marketing	Tergantung game, main sendiri atau dengan lainnya	Karena suasanya seru	Manfaat refreshing untuk mengatasi kejemuhan	Pelayanan OK	Lebih seru suasannya dan mengisi waktu luang
	Bagus, 24 tahun, Marketing	Dengan orang lain	Karena tidak punya PS sendiri	Bisa interaksi dengan orang lain, gameplay dengan strategi membuat kehidupan kita	OK banget, service baik dan menarik, dan susana tidak membosan kan	Karena gak punya ps sendiri, menghabiskan waktu dan komunikasi dengan orang lain, dan juga dapat pesan makanan
	Adi, 32 tahun, Business Owner	Sama temen	Gak perlu repot jika ada kendala di alat , lebih rame, dan banyak makanan jajan	Manfaat refreshing	Makanan lengkap, fasilitas lengkap, dan tempat duduk nyaman	Bisa pindah tempat, ketemu temen - temen, dan praktis juga
	Aga, 32 tahun, Pegawai Swasta	Dengan teman bermain dengan orang lain dan main online	Dekat dengan tempat berkegiatan dan mengisi waktu	Interaksi dengan orang dan juga mempelajari bahasa inggris	Pelayanan dan harga makanan terjangkau	Dekat dengan tempat berkegiatan dan juga mengisi waktu

**STUDI ETNOGRAFI: ANALISIS PERSEPSI PENGEMAR
PLAYSTATION YANG BERMAIN RENTAL PLAYSTATION DI
JAKARTA SELATAN (Case Study Byebeli Experience Internet Café)**

	Zandi, 33 tahun, Karyawan	Sama teman	Di tempat rental bisa main sama temen dan mengurangi resiko konsol sendiri rusak	Menghilangkan stres	Makanan enak, layanan baik, dan admin fast response buat booking room	Bermain game yg lebih competitive
	Bati, 33 tahun, Konsultan	Tergantung game-nya	Karena banyak ketemu orang jadi main bareng lebih seru	Stimulasi otak untuk berpikir cepat, problem solving, banyak belajar bahasa, dan wawasan terhadap negara lain	Pelayanan OK	
	Febrian, 33 tahun, Karyawan Swasta	Sama orang lain, bersosialisasi dan seru	Lebih fokus main dan bisa sparing dengan orang lain di permainan game	Melatih otak dan motorik, mengambil keputusan secara cepat, dan menambah koneksi	Tempatnya nyaman, game updated, dan makan minuman tersedia	Suasana lebih dapat, game-nya update dan baru, dan tidak perlu investasi alat dan merawat
	Fendi, 32 tahun, Wirausaha	Tergantung game-nya	Belum punya konsol sendiri dan suasana lebih enak di rental	Membantu bahasa inggris karena main dari kecil dan hobi ini lebih hemat	Karyawan ramah dan suasana enak	Suasana tempat, pelayanan, ajak temen main bareng, dan mempunyai kenalan baru

Value dari masing-masing responden tersebut kami simpulkan untuk mendapatkan nilai-nilai bersama (*Shared Values*) dan secara keseluruhan menafsirkan pola bersama dari kelompok yang berbagi budaya dari para pemain *Playstation* yang bermain di tempat rental. (**Lihat Tabel 3**).

		Analisis Data Shared Values (Tabel 3)	
		Value	Shared Values
RESPONDEN	Yani, 23 tahun, Marketing	<i>Value</i> yang didapat dari subjek ini adalah untuk <i>refreshing</i> dari kejemuhan kerja, menghabiskan waktu luang dengan teman-teman.	Terdapat beberapa <i>Shared Values</i> yang dapat kami simpulkan mengapa mereka bermain di tempat rental PlayStation yaitu bermain PlayStation untuk <i>refreshing</i> dan interaksi dengan orang lain, bermain di rental lebih praktis, mereka juga memiliki kebersamaan yang besar, dan bermain PlayStation juga menjadi media belajar untuk mengasah bahasa, strategi, dan kerjasama tim, selain bisa mendapat teman baru atau koneksi baru.
	Bagus, 24 tahun, Marketing	<i>Value</i> yang didapat dari subjek ini karena suasana rentalnya dan <i>service</i> nya baik, bisa interaksi dan belajar dari <i>game</i> tersebut, bermain bersama teman di rental.	
	Adi, 32 tahun, Business Owner	<i>Value</i> yang didapat dari subjek ini adalah tidak perlu repot kalau ada kendala alat (praktis), fasilitas lengkap, dan makanan lengkap, <i>refreshing</i> dari kepenatan.	
	Aga, 32 tahun, Pegawai Swasta	<i>Value</i> yang didapat dari subjek ini adalah suka bermain karena pelayanan dan harga makanan terjangkau, Manfaat untuk <i>refreshing</i> dan belajar bahasa Inggris, Bermain bersama teman di tempat rental dan dengan teman <i>online</i> .	
	Zandi, 33 tahun, Karyawan	<i>Value</i> yang didapat dari subjek ini adalah bermain bersama dengan teman, praktis dan hemat mengenai alat-alatnya, menghilangkan stres, pelayanan rental bagus, admin <i>fast response</i> , lebih <i>competitive</i> .	

**STUDI ETNOGRAFI: ANALISIS PERSEPSI PENGEMAR
PLAYSTATION YANG BERMAIN RENTAL PLAYSTATION DI
JAKARTA SELATAN (Case Study Byebeli Experience Internet Café)**

	Bati, 33 tahun, Konsultan	<i>Value</i> yang didapat dari subjek ini adalah karena tempatnya nyaman, <i>game</i> -nya <i>updated</i> , dan makanan tersedia, karena pelayanan rental yang OK, Interaksi sosial dengan teman lainnya.	
	Febrian, 33 tahun, Karyawan Swasta	<i>Value</i> yang didapat dari subjek ini adalah karena tempatnya nyaman, <i>game</i> -nya <i>updated</i> , dan makanan tersedia, Bermain <i>game</i> dapat menstimulasi otak untuk berpikir cepat, <i>problem solving</i> , dan belajar bahasa, menambah koneksi, bermain bersama teman.	
	Fendi, 32 tahun, Wirausaha	<i>Value</i> yang didapat dari subjek ini adalah suasannya dapat di tempat rental, Bermain <i>game</i> dapat membantu belajar bahasa inggris, dapat kenalan baru.	

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa setiap subjek responden memiliki *value* masing-masing. Namun, setiap subjek memiliki irisan *value* yang sangat mirip. Meskipun demikian, peneliti dapat menganalisis dan menafsirkan bahwa para pemain *game* yang bermain PlayStation di tempat rental tersebut memiliki nilai bersama dalam persepsi mereka terkait bermain di tempat rental. *Shared Values* yang dapat kami simpulkan mengapa mereka bermain di tempat rental PlayStation yaitu bermain PlayStation untuk *refreshing* dan interaksi dengan orang lain, mereka sadar dengan kejemuhan kerja dan stress yang tinggi di Jakarta, mereka dapat hilangkan dengan menrefresh diri bermain PlayStation bersama sekaligus menguatkan kembali interaksi kebersamaan mereka. Sahred value lainnya yaitu bermain di rental lebih praktis karena mereka hanya perlu datang, mereka juga memiliki kebersamaan yang besar dengan bermain bersama-sama dan bermain PlayStation juga menjadi media belajar mereka untuk mengasah bahasa, strategi, dan kerjasama tim, selain itu bermain di tempat rental juga bisa mendapat teman baru atau koneksi baru.

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tiap individu atau responden yang kami wawancarai memiliki *value* masing-masing mengenai bermain *games* di tempat rental. *Value* tersebut kami analisis dan simpulkan menjadi *shared values* yang sama dalam tempat rental, yaitu bermain PlayStation untuk *refreshing* dan interaksi dengan orang lain, bermain di tempat rental lebih praktis karena mereka hanya perlu datang untuk bermain, mereka juga memiliki kebersamaan yang besar dengan bermain bersama-sama di tempat rental, dan bermain PlayStation juga menjadi media belajar mereka untuk mengasah bahasa, strategi, dan kerjasama tim, selain itu bermain dirental juga bisa mendapat teman baru atau koneksi baru.

DAFTAR REFERENSI

- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Boston, MA: Pearson.
- Enggano, A. (2017). Pengaruh product quality dan service quality terhadap customer loyalty melalui customer satisfaction sebagai variabel intervening pada pengguna Sony Playstation 4 di Indonesia. (*Doctoral dissertation, Universitas Mikroskil*).
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage.
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2018). Persepsi mahasiswa terhadap pelayanan perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Competence: Journal of Management Studies*, 12(2).
- Komalasari, N. R., Mulyadi, Ishak, F., & Heikal, J. (2024). Analysis of Urban Millennial's Financial Behavior: An Ethnography Study of Javanese and Minangnese on Managing Their Salary in Pursuing Wealth. *ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(1), 96-107.
- Meilany, H., Zarkasih, A. R., Michael, & Heikal, J. (2024). Prinsip Pengelolaan Usaha dalam Mencapai Sustainability pada Culture Pengusaha Chinese-Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 10(1), 88-94.

**STUDI ETNOGRAFI: ANALISIS PERSEPSI PENGEMAR
PLAYSTATION YANG BERMAIN RENTAL PLAYSTATION DI
JAKARTA SELATAN (Case Study Byebeli Experience Internet Café)**

- Wahab, A., & Heikal, J. (2024). Pola Konsumsi, Pola Menabung, dan Pola Investasi Etnis Jawa yang Bekerja sebagai Karyawan dengan Menggunakan Pendekatan Etnografi. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 3745-3750.
- Wicaksono, M. S., Putri, J. H., Oktarini, D. I., & Heikal, J. (2024). ETHNOGRAPHIC STUDY: SHARED VALUES Analysis of Gen Y and Gen Z in Participating in Pound Fit Sports (Case Study Pound Fit Pound Glory Jakarta). *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(1).