

ARTIKEL PENELITIAN

Motivasi Pemain *Genshin Impact* dalam Melakukan *Gacha*

Reihan Muzakki Wisaksono & Endang Retno Surjaningrum*

Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

ABSTRAK

Sistem *gacha* merupakan salah satu mekanisme dalam permainan *Genshin Impact* yang memungkinkan pemain memperoleh karakter maupun senjata melalui sistem berbasis probabilitas. Meskipun bersifat opsional dan dikaitkan dengan berbagai konsekuensi psikologis, seperti *psychological distress* dan *gambling disorder*, banyak pemain tetap melakukan *gacha*. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi motivasi pemain *Genshin Impact* dalam melakukan *gacha*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Partisipan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling yang terdiri atas tiga pemain *Genshin Impact* berusia 21 tahun. Dua partisipan telah bermain sejak perilisan *Genshin Impact*, sedangkan satu partisipan mulai bermain pada tahun 2022. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pedoman umum. Validitas data dilakukan melalui komunikasi validatif. Analisis data menggunakan analisis tematik *theory-driven*, sedangkan hasil penelitian dibahas menggunakan perspektif *Self-Determination Theory* (Ryan & Deci, 2017). Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi pemain dalam melakukan *gacha* terutama dapat dipahami melalui kebutuhan psikologis dasar dalam *Self-Determination Theory*, yaitu *autonomy*, *competence*, dan *relatedness*. Kebutuhan akan *autonomy* tercermin melalui preferensi personal terhadap karakter, seperti desain, *visual aesthetic*, kepribadian, *voice actor*, dan latar cerita karakter, serta diperkuat oleh keterikatan emosional yang muncul pada sebagian responden. Kebutuhan akan *competence* berkaitan dengan kegunaan karakter maupun weapon dalam mendukung performa permainan, meskipun tidak menjadi motivasi utama pada seluruh responden. Sementara itu, kebutuhan akan *relatedness* tidak tampak secara konsisten sebagai motivasi melakukan *gacha*. Paparan konten *gacha* lebih banyak dimanfaatkan sebagai sumber informasi, *Fear of Missing Out* (FOMO) hanya muncul pada sebagian responden, dan aktivitas membagikan hasil *gacha* lebih mencerminkan *social sharing of emotion* dibanding upaya memperoleh validasi sosial. Selain itu, sensasi saat melakukan *gacha*, sistem probabilitas, variasi dan isi *banner*, kondisi finansial, serta marketing tidak menjadi sumber motivasi utama, tetapi berperan sebagai konteks yang mempengaruhi bagaimana motivasi tersebut diwujudkan.

Kata kunci: motivasi, *gacha*, *genshin impact*, pemain.

ABSTRACT

The *gacha* system is a game mechanic in *Genshin Impact* that allows players to obtain characters and weapons through a probability-based system. Although participation in the *gacha* system is optional and has been associated with psychological consequences such as *psychological distress* and *gambling disorder*, many players continue to engage with it. Therefore, this study aims to explore the motivations of *Genshin Impact* players for engaging in the *gacha* system. This study employed a qualitative method with a descriptive approach. Participants were selected using purposive sampling and consisted of three 21-year-old *Genshin Impact* players. Two participants had been playing *Genshin Impact* since its official release, while one participant began playing in 2022. Data were collected through interviews using a general interview guide. Data validity was established through communicative validation. Data were

analyzed using theory-driven thematic analysis, while the findings were discussed using the perspective of Self-Determination Theory (Ryan & Deci, 2017). The findings indicate that players' motivation to engage in gacha can primarily be understood through the three basic psychological needs proposed in Self-Determination Theory, namely, autonomy, competence, and relatedness. The need for autonomy was reflected in players' personal preferences toward characters, including character design, visual aesthetics, personality, voice actor, and backstory, and was further strengthened by the emotional attachment experienced by some participants. The need for competence was associated with the utility of characters and weapons in supporting in-game progression, although it was not the primary motivation for all participants. Meanwhile, the need for relatedness did not consistently emerge as a motivation for engaging in gacha. Exposure to gacha related content was primarily used as a source of game-related information, Fear of Missing Out (FOMO) was observed only among some participants, and sharing gacha results was found to reflect social sharing of emotion rather than a desire for social validation. In addition, gacha related excitement, probability mechanics, banner content and variation, financial conditions, and marketing did not directly serve as primary sources of motivation but instead functioned as contextual factors that influenced how players' motivation was expressed.

Keywords: *motivation, gacha, genshin impact, player.*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri *video game* digital turut diikuti oleh berkembangnya model permainan *free-to-play*, yaitu permainan yang dapat diakses tanpa biaya awal, tetapi menyediakan berbagai bentuk pembelian dalam *game*. Dalam model ini, pemain dapat mengakses permainan secara gratis, namun setelah mencapai tingkat keterlibatan tertentu, pemain dapat terdorong untuk melakukan pembayaran guna melanjutkan progres permainan atau memperoleh item yang menunjang pencapaian dalam permainan (Koeder & Tanaka, 2017). Salah satu bentuk mikrotransaksi yang banyak digunakan dalam model tersebut adalah *loot box* atau *gacha*, yaitu mekanisme yang memungkinkan pemain memperoleh item virtual secara acak melalui penggunaan mata uang tertentu dalam *game* (Gibson dkk., 2022). Dalam praktiknya, mata uang tersebut dapat diperoleh melalui aktivitas bermain maupun melalui pembelian menggunakan uang nyata.

Salah satu permainan *free-to-play* yang menggunakan sistem tersebut adalah *Genshin Impact*. *Genshin Impact* merupakan permainan *action role-playing game* (RPG) yang menempatkan pemain dalam dunia terbuka dengan berbagai aktivitas seperti eksplorasi, penyelesaian *quest*, pertarungan, serta pengembangan karakter (Hoyoverse, 2026). Dalam permainan ini, karakter dan senjata bukan sekadar elemen kosmetik, melainkan komponen penting dalam *gameplay*. Setiap karakter memiliki atribut, elemen, serta kemampuan yang berbeda, sedangkan senjata memiliki jenis, statistik, dan efek tertentu yang dapat menunjang performa karakter dalam pertempuran (Fandom, 2026a; Fandom, 2026b). Dengan demikian, karakter dan senjata yang digunakan pemain berkaitan langsung dengan penyusunan tim, strategi bertarung, serta progres permainan. Posisi karakter dan senjata yang penting dalam pengalaman bermain ini membuat cara memperolehnya menjadi relevan untuk diperhatikan.

Dalam konteks *Genshin Impact*, karakter dan senjata tertentu terutama diperoleh melalui sistem *gacha* yang disebut *wish* (Fandom, 2026c). Melalui sistem ini, pemain menggunakan mata uang virtual tertentu untuk memperoleh karakter atau senjata dengan tingkat probabilitas yang telah ditentukan pengembang. Artinya, pemain tidak dapat secara langsung menentukan hasil yang akan diperoleh pada setiap percobaan, karena hasil *gacha* bergantung pada mekanisme berbasis peluang. Keberadaan mekanisme berbasis peluang tersebut menjadikan unsur ketidakpastian sebagai bagian dari proses transaksi dalam permainan. Dalam perspektif psikologi, mekanisme ini dapat dipahami sebagai bentuk sistem penghargaan berbasis probabilitas yang sejalan dengan konsep *operant conditioning*, khususnya *variable ratio*, yaitu kondisi ketika *reward* diberikan secara acak atau tidak pasti sehingga dapat mendorong individu untuk terus mengulangi perilaku tertentu (Ferster & Skinner, 1957). Kondisi ini juga berpotensi memunculkan antisipasi dan harapan terhadap hasil yang diperoleh, yang pada akhirnya dapat meningkatkan keterlibatan pemain dalam permainan.

Sistem *gacha* pada *Genshin Impact* juga tidak berdiri sebagai mekanisme acak yang sederhana, melainkan diorganisasikan melalui struktur permainan tertentu. Salah satunya adalah keberadaan *limited banner*, yaitu *banner* yang menghadirkan karakter atau senjata tertentu hanya dalam periode waktu terbatas sebelum digantikan oleh *banner* berikutnya (Fandom, 2026c). Karakter atau senjata yang ditampilkan dalam *banner* ini umumnya tidak selalu tersedia secara permanen, sehingga menciptakan eksklusivitas sekaligus batasan waktu bagi pemain yang ingin memperolehnya. Di samping itu, *Genshin Impact* juga menerapkan *pity system*, yaitu sistem jaminan yang meningkatkan kepastian pemain untuk memperoleh *item* dengan tingkat kelangkaan tinggi setelah mencapai jumlah percobaan tertentu (Fandom, 2026c). Kombinasi antara probabilitas acak, keterbatasan waktu melalui *limited banner*, dan jaminan bertahap melalui *pity system* menjadikan *gacha* pada *Genshin Impact* bukan sekadar fitur tambahan, melainkan bagian dari sistem permainan yang dapat membentuk target, harapan, dan pertimbangan tertentu pada pemain ketika mengejar karakter atau senjata tertentu.

Karakteristik tersebut membuat proses memperoleh *reward* dalam *Genshin Impact* tidak berhenti pada satu kali percobaan *gacha*, tetapi berkaitan dengan bagaimana pemain mengelola sumber daya yang

dimiliki untuk melakukan *wish*. Pemain dapat memperoleh mata uang *gacha* melalui aktivitas bermain, seperti menyelesaikan *quest*, mengikuti *event*, melakukan eksplorasi, menyelesaikan komisi harian, atau menukarkan mata uang tertentu dalam permainan, namun pemain juga dapat memperolehnya melalui pembelian menggunakan uang nyata. Dengan demikian, sistem *gacha* tidak hanya berkaitan dengan momen ketika pemain melakukan *pull*, tetapi juga berkaitan dengan perilaku bermain yang menyertainya, seperti menabung *resource*, menunggu banner tertentu, atau bermain secara rutin untuk mengumpulkan *primogem*. Hal yang sama juga ditemukan peneliti dalam wawancara pendahuluan dengan dua pemain *Genshin Impact*, yang menunjukkan bahwa sebelum melakukan *gacha* pemain cenderung mengumpulkan *in-game currency* dan menyiapkan kebutuhan karakter yang ingin diperoleh.

“Ngumpulin in-game currency jauh-jauh hari, karena aku spend uang juga jadi harus menabung, terus menyiapkan hal-hal yang dibutuhkan untuk menaikkan level karakter” (WF, wawancara pendahuluan, 10 Juli 2026).

“Ngumpulin in-game currency dan menyiapkan hal-hal yang dibutuhkan untuk menaikkan level karakter” (AF, wawancara pendahuluan, 10 Juli 2026).

Temuan awal tersebut menunjukkan bahwa keberadaan sistem *gacha* dapat memengaruhi perilaku pemain bahkan sebelum proses *gacha* dilakukan. Pemain tidak hanya menunggu momen untuk melakukan *pull*, tetapi juga menyesuaikan aktivitas bermain, mengumpulkan sumber daya, serta menyiapkan kebutuhan karakter yang ingin diperoleh melalui *gacha*.

Meskipun *gacha* pada *Genshin Impact* pada dasarnya bersifat opsional karena pemain tidak diwajibkan untuk melakukan *wish* dalam setiap kesempatan bermain, pemain tetap dapat terdorong untuk terlibat dengan sistem tersebut. Salah satu hal yang dapat menjelaskan keterlibatan tersebut adalah makna *reward* yang diperoleh melalui *gacha*. Hasil yang diperoleh dari proses *gacha*, terutama ketika pemain berhasil mendapatkan karakter atau item yang diinginkan, dapat menimbulkan perasaan puas dan pencapaian tersendiri, sehingga menjadi sumber pengalaman positif dalam bermain (Woods, 2024). Dalam konteks *Genshin Impact*, *reward* tersebut tidak hanya berkaitan dengan keberhasilan memperoleh item secara acak, tetapi juga dapat berkaitan dengan nilai item tersebut dalam pengalaman bermain pemain. Karakter atau senjata yang diperoleh dapat memiliki nilai fungsional karena digunakan dalam pertarungan dan progres permainan, sekaligus dapat memiliki nilai personal apabila karakter tertentu memang diinginkan oleh pemain. Dengan demikian, *gacha* pada *Genshin Impact* tidak hanya melibatkan peluang memperoleh item, tetapi juga berkaitan dengan makna *reward* yang dikejar pemain melalui sistem tersebut.

Selain berkaitan dengan *reward* yang diperoleh melalui *gacha*, pemilihan *Genshin Impact* sebagai konteks penelitian juga relevan karena keterlibatan pemain terhadap permainan ini tidak hanya ditopang oleh sistem *gacha*-nya, tetapi juga oleh pengalaman bermain yang lebih luas. *Genshin Impact* menawarkan dunia permainan terbuka, cerita yang terus berkembang, desain visual yang khas, serta karakter dengan latar dan tema yang beragam, sehingga alasan pemain tetap bermain *Genshin Impact* tidak selalu dapat dipisahkan dari alasan mereka melakukan *gacha* di dalamnya. Hal ini juga tampak dalam wawancara pendahuluan peneliti dengan salah satu pemain *Genshin Impact*, yang menunjukkan bahwa pemain tetap kembali pada *Genshin impact* meskipun telah mencoba game *gacha* lain karena adanya keterikatan personal dengan permainan tersebut, ketertarikan pada alur cerita, serta preferensi terhadap nuansa visual dan tema dunia yang ditawarkan game tersebut.

“Genshin have special spot si, dia hadir pas covid jadi kesannya game pertama yang menemani pas covid. Lalu gw coba game gacha lain tp gatau kenapa selalu kembali ke genshin, trs meta nya yg ga se powercrept hsr, ... nunggu story nya, base nya gw suka game yg berteman kultur negara yg beda² ... sama warna game nya itu colorfull bgt gt” (WF, wawancara pendahuluan, 10 Juli 2026).

Temuan awal tersebut menunjukkan bahwa alasan pemain tetap bermain *Genshin Impact* tidak hanya berkaitan dengan sistem *gacha*, tetapi juga dengan karakteristik permainan secara keseluruhan. Hal ini

memperkuat relevansi *Genshin Impact* sebagai konteks penelitian dibandingkan permainan *gacha* lain.

Kondisi tersebut membuat motivasi pemain dalam melakukan *gacha* menjadi penting untuk dipahami. Pada *Genshin Impact*, keputusan untuk melakukan *gacha* tidak hanya berkaitan dengan keberadaan item acak, tetapi juga berkaitan dengan *reward* apa yang ingin diperoleh, kapan pemain memutuskan untuk melakukan *wish*, seberapa jauh pemain bersedia mengalokasikan sumber daya, serta alasan apa yang mendorong pemain untuk tetap mengejar karakter atau senjata tertentu. Dengan kata lain, sistem *gacha* dalam *Genshin Impact* tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme monetisasi, tetapi juga sebagai konteks yang dapat membentuk dorongan tertentu pada pemain untuk melakukan *gacha*. Oleh karena itu, memahami motivasi pemain menjadi penting agar keterlibatan pemain dalam sistem *gacha* tidak hanya dipahami dari sisi perilaku pembelian atau frekuensi *pull*, tetapi juga dari sisi alasan, tujuan, dan pertimbangan subjektif yang melatarbelakangi perilaku tersebut.

Mekanisme berbasis peluang seperti *loot box* dan *gacha* tidak hanya dipandang sebagai inovasi monetisasi, tetapi juga telah menjadi perhatian dalam berbagai kajian akademik. Penelitian Wardle dan Zendle (2021) menunjukkan bahwa individu yang membeli *loot box* dengan uang mereka sendiri memiliki kemungkinan yang secara signifikan lebih tinggi untuk terlibat dalam aktivitas perjudian serta mengalami *problem gambling* dibandingkan dengan mereka yang tidak melakukan pembelian. Dalam model regresi tanpa penyesuaian, peluang mengalami *problem gambling* tercatat sebesar 11,4 kali lebih tinggi pada kelompok pembeli *loot box*. Setelah dikontrol berdasarkan partisipasi perjudian lainnya, impulsivitas, serta faktor sosiodemografis, hubungan tersebut memang mengalami penurunan, namun tetap signifikan dengan *odds ratio* sebesar 4,5. Temuan ini menunjukkan bahwa pembelian *loot box* memiliki asosiasi yang kuat dengan risiko perjudian bermasalah, bahkan dengan kekuatan hubungan yang sebanding dengan perjudian kasino daring atau permainan slot (Wardle & Zendle, 2021).

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Drummond dan Hall (2022) turut menemukan adanya hubungan antara pembelian *loot box* dan tingkat *psychological distress*. Studi ini melibatkan 2.432 responden dari Aotearoa Selandia Baru, Australia, dan Amerika Serikat melalui dua survei *cross-sectional* yang dikumpulkan secara daring. Hasil analisis menunjukkan bahwa individu yang membeli *loot box* memiliki risiko sekitar 1,87 kali lebih tinggi untuk mengalami tekanan psikologis berat berdasarkan alat ukur klinis terstandar dibandingkan dengan individu yang tidak melakukan pembelian. Peningkatan risiko tersebut tetap signifikan meskipun telah dikontrol berdasarkan usia, jenis kelamin, pengeluaran untuk pembelian dalam game lainnya, serta status *problem gambling* (Drummond & Hall, 2022). Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan pemain dalam mekanisme berbasis peluang tidak hanya relevan dipahami dari sisi sistem permainan, tetapi juga dari sisi konsekuensi psikologis yang mungkin menyertainya.

Meskipun berbagai penelitian telah menunjukkan adanya hubungan antara pembelian *loot box* dengan *problem gambling* maupun *psychological distress*, sebagian besar kajian tersebut berfokus pada konsekuensi atau dampak negatif dari keterlibatan pemain dalam mekanisme berbasis peluang. Pendekatan yang berorientasi pada risiko ini memberikan kontribusi penting dalam memahami potensi kerugian psikologis yang dapat muncul dari penggunaan sistem berbasis peluang dalam permainan digital. Namun demikian, kajian-kajian tersebut belum secara mendalam menjelaskan faktor-faktor yang mendorong pemain untuk tetap terlibat dalam sistem tersebut. Padahal, untuk memahami keterlibatan pemain dalam *gacha* secara lebih utuh, penting untuk tidak hanya melihat risiko yang mungkin muncul, tetapi juga memahami mengapa pemain tetap terdorong untuk melakukan *gacha*, *reward* apa yang mereka kejar, dan bagaimana mereka memaknai pengalaman tersebut dalam konteks bermain.

Selain dikaitkan dengan risiko psikologis, *gacha* juga kerap dibandingkan dengan perjudian. Namun, meskipun beberapa penelitian mengaitkan mekanisme *gacha* dengan perilaku perjudian, kedua fenomena tersebut memiliki perbedaan mendasar. Salah satu perbedaan utama antara *gacha* dan perjudian terletak pada hasil yang diperoleh pemain, di mana permainan *gacha* tidak memberikan kesempatan bagi pemain untuk memenangkan uang secara langsung sebagaimana yang terjadi dalam aktivitas perjudian (Nguyen, 2025). Perbedaan ini sejalan dengan penelitian Drummond dan Sauer

(2018) yang menyatakan bahwa terdapat enam kriteria *gambling*, yaitu adanya pertukaran uang atau barang berharga, hasil ditentukan oleh peristiwa masa depan yang tidak pasti, unsur peluang memengaruhi hasil, kerugian dapat dihindari dengan tidak berpartisipasi, keuntungan pemenang berasal dari kerugian pemain lain, serta adanya kemampuan untuk menguangkan kemenangan. *Gacha* tidak memenuhi dua dari keenam kriteria tersebut, yaitu pemenang tidak memperoleh keuntungan yang berasal dari kerugian pemain lain, serta hasil *gacha* yang diperoleh dari sistem tersebut tidak dapat diuangkan. Meskipun *gacha* tidak memberikan keuntungan finansial secara langsung seperti yang terdapat dalam aktivitas perjudian, sistem ini tetap dapat memberikan bentuk penghargaan psikologis bagi pemain, terutama melalui pengalaman memperoleh karakter atau item yang diinginkan (Woods, 2024).

Selain perbedaan pada mekanisme hasil, intensi individu dalam berpartisipasi pada permainan *gacha* juga tidak dapat begitu saja disamakan dengan motivasi yang mendasari aktivitas perjudian. Motivasi dalam konteks perjudian telah diidentifikasi melalui penelitian Lee dkk. (2007), yang menunjukkan adanya lima faktor utama, yaitu *socialization*, *amusement*, *avoidance*, *excitement*, dan *monetary motives*. Namun, konteks *gacha* dalam permainan seperti *Genshin Impact* memiliki karakteristik yang berbeda, karena *reward* yang dikejar pemain bukan berupa keuntungan finansial, melainkan karakter atau senjata virtual yang terhubung dengan pengalaman bermain. Di sisi lain, meskipun penelitian tentang motivasi dalam melakukan *gacha* masih terbatas, terdapat beberapa penelitian dalam konteks permainan *gacha* yang menunjukkan bahwa keterlibatan pemain dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis. Kesuma dan Princes (2024), misalnya, mengidentifikasi beberapa aspek yang berperan dalam mendorong pemain untuk bermain game *gacha*, yaitu *hedonic motivation*, *habits*, serta *trust in game developers*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan pemain dalam game *gacha* tidak terlepas dari pengalaman kesenangan dalam bermain, kebiasaan bermain yang berkembang dari pengalaman sebelumnya, serta kepercayaan pemain terhadap pengembang permainan.

Dengan demikian, permasalahan dalam penelitian ini terletak pada belum banyaknya kajian yang secara spesifik mengkaji motivasi pemain dalam melakukan *gacha*, khususnya pada konteks *Genshin Impact*, meskipun mekanisme tersebut telah cukup banyak diteliti dari sisi risiko dan dampak psikologisnya. Padahal, pada *Genshin Impact*, *gacha* terhubung langsung dengan karakter dan senjata yang memiliki peran penting dalam *gameplay*, hadir melalui *banner* terbatas waktu, serta menuntut pemain untuk mengelola sumber daya dan membuat keputusan-keputusan tertentu ketika mengejar *reward*. Kondisi tersebut menjadikan *Genshin Impact* relevan sebagai konteks untuk menelaah motivasi pemain, karena sistem *gacha*nya tidak berdiri sebagai fitur tambahan semata, melainkan menyatu dengan pengalaman bermain pemain secara keseluruhan. Oleh karena itu, motivasi pemain *Genshin Impact* dalam melakukan *gacha*.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan mendeskripsikan motivasi pemain *Genshin Impact* dalam melakukan *gacha* berdasarkan pengalaman partisipan. Dalam pendekatan kualitatif deskriptif, analisis dilakukan dengan tetap mempertahankan kedekatan terhadap data (*stays close to the data*), menggunakan kerangka konseptual secara terbatas (*limited frameworks*) untuk membantu proses analisis, serta mengorganisasikan informasi ke dalam tema-tema yang menggambarkan fenomena yang diteliti (Creswell & Creswell, 2018).

Partisipan

Subjek dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun kriteria subjek dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memiliki minimal 5 karakter limited (*limited 5-star characters*)

Kriteria ini menunjukkan bahwa subjek telah beberapa kali melakukan *gacha* pada banner terbatas, sehingga memiliki pengalaman yang cukup dalam sistem *gacha*, khususnya pada konten

eksklusif yang tidak selalu tersedia.

2. Masih aktif memainkan *Genshin Impact* dalam 3 bulan terakhir dan setidaknya 3 kali dalam seminggu.
Kriteria ini digunakan untuk memastikan bahwa subjek masih terlibat secara aktif dalam permainan, sehingga pengalaman dan persepsinya terhadap *gacha* masih relevan dan aktual.
3. Mempunyai level pemain minimal level 55.
Level pemain (Adventure Rank) menunjukkan tingkat progres dalam permainan. Level 55 ke atas mengindikasikan bahwa pemain telah cukup lama bermain dan memiliki pemahaman yang matang terhadap sistem dalam game, termasuk mekanisme *gacha*.
4. Memahami konsep dasar sistem *gacha* dalam *Genshin Impact*, meliputi:
 - A. Mekanisme 50/50 pada *character event wish* dan mekanisme 75/25 pada *weapon event wish*.
Sistem ini mengatur peluang pemain dalam mendapatkan karakter atau senjata tertentu, sehingga penting untuk memastikan subjek memahami probabilitas dasar dalam *gacha*.
 - B. *Sistem Epitome Invocation* pada weapon banner.
Sistem ini memungkinkan pemain memilih target senjata tertentu dan meningkatkan peluang untuk mendapatkannya setelah beberapa kali percobaan, sehingga relevan dalam memahami strategi pemain saat melakukan *gacha*.

Teknik Penggalan Data

Penelitian ini menggunakan wawancara dengan pedoman umum. Poerwandari (2017) mendefinisikan jenis wawancara ini sebagai wawancara yang menggunakan pedoman yang bersifat fleksibel dan tidak terstruktur secara ketat, di mana pedoman hanya memuat isu-isu atau aspek yang perlu dibahas tanpa menentukan urutan maupun bentuk pertanyaan secara rinci. Dalam penelitian ini, pedoman wawancara disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah dioperasionalisasikan, namun tetap memberikan fleksibilitas bagi peneliti untuk menggali jawaban responden secara lebih mendalam melalui pertanyaan lanjutan (*probing*) sesuai dengan konteks wawancara. Pedoman wawancara dalam penelitian ini disusun berdasarkan komponen dalam *Self-Determination Theory* (Ryan & Deci, 2017), yaitu *autonomy*, *competence*, dan *relatedness*. Berdasarkan ketiga komponen tersebut, peneliti mengembangkan pertanyaan wawancara untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif responden mengenai motivasi dalam melakukan *gacha*. Pertanyaan-pertanyaan tersebut bersifat terbuka sehingga memungkinkan responden menjelaskan pengalaman, alasan, serta pertimbangan mereka secara mendalam sesuai dengan konteks yang dialami.

Teknik Kredibilitas Penelitian

Kredibilitas temuan dalam penelitian ini dijaga melalui penggunaan validasi komunikatif. Validasi komunikatif dilakukan dengan cara mengkonfirmasi kembali data hasil wawancara beserta analisis peneliti kepada responden penelitian (Poerwandari, 2017). Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh serta interpretasi yang dibuat oleh peneliti telah sesuai dengan pengalaman, pandangan, dan maksud yang ingin disampaikan oleh responden. Selain itu, validasi komunikatif juga digunakan untuk meminimalkan kemungkinan terjadinya kesalahan penafsiran maupun subjektivitas peneliti dalam memahami jawaban responden.

HASIL PENELITIAN

Berikut hasil perbandingan temuan dari tiap subjek:

Indikator	Responden 1	Responden 2	Responden 3
Sensasi saat <i>gacha</i>	Responden mengalami reaksi emosional yang cukup kuat saat melakukan <i>gacha</i> , terutama perasaan gugup atau “deg-degan” selama proses berlangsung serta perasaan senang ketika memperoleh karakter yang diinginkan. Namun, perasaan senang tersebut tidak menjadi motivasi utama dalam melakukan <i>gacha</i> dan lebih dipandang sebagai konsekuensi dari hasil yang diperoleh.	Responden merasakan respons emosional seperti perasaan “deg-degan” ketika memperoleh karakter yang diinginkan serta kekecewaan spontan ketika tidak mendapatkan hasil yang diharapkan. Namun, perasaan senang tersebut tidak menjadi motivasi utama dalam melakukan <i>gacha</i> dan lebih dipandang sebagai konsekuensi dari hasil yang diperoleh.	Responden merasakan perasaan senang ketika berhasil memperoleh karakter yang diinginkan. Namun, perasaan tersebut tidak menjadi motivasi utama dalam melakukan <i>gacha</i> dan tidak mendorong responden untuk melakukan <i>gacha</i> demi mengulang pengalaman emosional tersebut.
Impuls Internal	Responden menunjukkan adanya kecenderungan melakukan <i>gacha</i> secara spontan, terutama ketika kebutuhan dalam permainan telah terpenuhi dan masih memiliki currency yang tersedia. Dorongan impulsif ini muncul dalam bentuk keinginan untuk “menghabiskan currency” tanpa tujuan yang spesifik.	Responden menunjukkan adanya dorongan melakukan <i>gacha</i> secara spontan tanpa tujuan yang jelas, terutama ketika memiliki resource yang tersedia. Dorongan tersebut muncul dalam bentuk melakukan <i>gacha</i> secara iseng atau untuk menghilangkan perasaan “tidak sreg” ketika tidak melakukan <i>gacha</i> .	Dorongan impulsif pada responden relatif jarang muncul dan hanya terjadi dalam kondisi tertentu, seperti ketika memiliki resource yang cukup serta tertarik pada desain karakter meskipun bukan prioritas utama. Impulsivitas tersebut bersifat situasional dan tetap berada dalam batas kontrol tertentu.

Sistem probabilitas <i>gacha</i>	Pemahaman terhadap sistem probabilitas <i>gacha</i> memengaruhi cara responden mengelola resource, seperti mengumpulkan currency dan menunda <i>gacha</i> hingga karakter yang diinginkan muncul. Sistem probabilitas tidak menjadi motivator utama, tetapi berperan dalam mengarahkan dan mengatur munculnya motivasi.	Responden memahami mekanisme probabilitas <i>gacha</i> , namun tidak mengaitkannya dengan motivasi melakukan <i>gacha</i> . Sistem probabilitas dipersepsikan secara netral dan diterima sebagai bagian dari mekanisme permainan tanpa dipertimbangkan secara mendalam.	Pemahaman terhadap sistem probabilitas lebih berperan dalam perencanaan dan persiapan <i>gacha</i> , seperti mengumpulkan resource untuk banner yang akan datang. Dalam kondisi tertentu, seperti setelah kalah 50/50, sistem probabilitas dapat memunculkan motivasi untuk kembali mengumpulkan resource karena peluang berikutnya dianggap lebih pasti.
Variasi dan isi banner	Variasi dan isi banner berperan sebagai pemicu munculnya motivasi <i>gacha</i> , terutama ketika terdapat karakter yang sesuai dengan minat responden. Namun, dorongan tersebut tetap bergantung pada ketertarikan terhadap desain dan kebutuhan karakter dalam permainan.	Variasi dan isi banner berperan sebagai stimulus yang memunculkan keinginan untuk melakukan <i>gacha</i> , terutama ketika terdapat karakter yang sesuai dengan minat responden. Namun, pengaruh banner tetap bergantung pada ketertarikan terhadap desain dan kebutuhan karakter dalam permainan.	Variasi dan isi banner berfungsi sebagai pemicu munculnya keinginan untuk melakukan <i>gacha</i> ketika terdapat karakter yang menarik secara desain bagi responden.

Progression demand	Motivasi melakukan <i>gacha</i> dikaitkan dengan kegunaan karakter dan senjata dalam permainan. Responden menjelaskan bahwa karakter atau senjata yang mampu memenuhi kebutuhan permainan dan mendukung performa karakter secara optimal menjadi motivasi mereka melakukan <i>gacha</i> .	Selain ketertarikan terhadap desain karakter, responden juga mengaitkan motivasi melakukan <i>gacha</i> dengan kebutuhan dalam permainan. Meskipun bukan aspek yang paling sering dijelaskan, kebutuhan dalam permainan tetap menjadi alasan melakukan <i>gacha</i> , termasuk ketika responden tidak memiliki ketertarikan terhadap desain karakter. Hal yang sama juga terlihat pada <i>gacha</i> senjata yang dilakukan berdasarkan kebutuhan fungsional dalam mengoptimalkan karakter.	Responden menggambarkan bahwa tuntutan <i>progression</i> dalam permainan tidak banyak dikaitkan dengan motivasi melakukan <i>gacha</i> . Perubahan tantangan yang dianggap terlalu cepat justru membuat responden kurang terdorong untuk mengikuti perkembangan tersebut. Meskipun demikian, responden tetap mengaitkan motivasi melakukan <i>gacha weapon</i> dengan karakter yang disukai, terutama ketika <i>weapon</i> tersebut dinilai sesuai dengan estetika karakter tersebut. Responden juga menjelaskan bahwa kemampuan <i>weapon</i> dalam mengoptimalkan potensi karakter dipandang sebagai nilai tambahan, bukan sebagai bagian utama dari motivasi melakukan <i>gacha</i> .
--------------------	---	--	---

Desain	Responden mengaitkan motivasi melakukan <i>gacha</i> dengan ketertarikan terhadap desain karakter. Ketertarikan tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek visual, tetapi juga tema, latar cerita, dan kemiripan karakter dengan karakter dari game lain.	Responden mengaitkan motivasi melakukan <i>gacha</i> dengan ketertarikan terhadap desain karakter. Ketertarikan tersebut tidak hanya mencakup aspek visual, tetapi juga konsep karakter, pengisi suara, serta kemiripan karakter dengan karakter dari game lain. Di antara berbagai aspek yang dijelaskan responden, desain karakter merupakan aspek yang paling sering dikaitkan dengan motivasi melakukan <i>gacha</i> .	Responden mengaitkan motivasi melakukan <i>gacha</i> dengan ketertarikan terhadap desain karakter. Ketertarikan tersebut mencakup aspek visual, cerita, kepribadian, pengisi suara, serta kesesuaian karakter dengan preferensi pribadi responden.
--------	--	--	--

Finansial	Kondisi finansial juga muncul dalam penjelasan responden mengenai motivasi melakukan <i>gacha</i> . Ketika responden memiliki ketertarikan yang kuat terhadap karakter tertentu, ketersediaan finansial memungkinkan responden melakukan mikrotransaksi untuk memperoleh karakter yang diinginkan.	Kondisi finansial berperan sebagai pembatas dalam perilaku <i>gacha</i> karena responden masih memiliki kebutuhan pokok lain yang perlu diprioritaskan. Responden tidak melakukan spending secara impulsif dan lebih memilih bentuk mikrotransaksi yang dianggap lebih efisien, seperti langganan harian untuk mengumpulkan currency secara bertahap.	Responden juga mengaitkan kondisi finansial dengan motivasi melakukan <i>gacha</i> . Ketika responden memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap karakter tertentu, ketersediaan finansial memungkinkan responden melakukan mikrotransaksi untuk memperoleh karakter yang diinginkan.
Marketing	Marketing atau promosi karakter berperan dalam meningkatkan ketertarikan terhadap karakter tertentu melalui paparan informasi dan iklan. Namun, pengaruh tersebut tetap bergantung pada kesesuaian karakter dengan preferensi dan kebutuhan responden.	Marketing dipersepsikan sebagai sarana awal untuk mengenal karakter dan memunculkan ketertarikan terhadap karakter tertentu. Namun, pengaruh marketing terhadap motivasi tetap bergantung pada kesesuaian karakter dengan preferensi dan kebutuhan responden.	Aspek marketing berfungsi sebagai media eksposur awal terhadap karakter yang kemudian dapat menumbuhkan ketertarikan responden. Namun, munculnya motivasi untuk melakukan <i>gacha</i> tetap ditentukan oleh sejauh mana karakter tersebut sesuai dengan preferensi dan minat responden.

Eksposur konten <i>gacha</i> oleh streamer, youtuber, atau konten kreator di media sosial.	Responden terpapar berbagai konten <i>gacha</i> seperti video pull dan penjelasan karakter, namun paparan tersebut tidak memunculkan motivasi untuk melakukan <i>gacha</i>. Konten lebih dimanfaatkan sebagai sumber informasi dan edukasi terkait karakter, sedangkan aktivitas <i>gacha</i> oleh streamer dipersepsikan sebagai hiburan dan tidak diinternalisasi sebagai dorongan untuk mengikuti perilaku tersebut.	Responden terpapar konten <i>gacha</i> dari media sosial, namun paparan tersebut lebih dimanfaatkan sebagai sumber informasi, seperti memahami kit karakter atau mencari solusi dalam permainan. Konten streamer terkait <i>gacha</i> juga hanya muncul secara pasif melalui FYP dan tidak memunculkan dorongan untuk melakukan <i>gacha</i>.	Responden sesekali terpapar konten <i>gacha</i> melalui media sosial, terutama terkait pengalaman streamer dalam melakukan pull, namun tidak secara aktif mencari konten tersebut. Paparan yang diterima tidak memengaruhi motivasi responden untuk melakukan <i>gacha</i> karena responden telah memiliki perencanaan tersendiri dalam menentukan perilaku <i>gacha</i>.
---	--	--	--

Perasaan tertinggal dibanding orang lain	Responden mengalami perasaan takut ketinggalan (FOMO), terutama akibat ajakan atau dorongan dari teman sebaya untuk melakukan <i>gacha</i> . Perasaan tersebut dapat memunculkan motivasi untuk melakukan <i>gacha</i> meskipun responden tidak memiliki kebutuhan terhadap karakter tertentu.	Responden mengalami perasaan takut ketinggalan (FOMO) ketika melihat orang lain memperoleh karakter yang diinginkan, terutama karakter yang dianggap kuat atau relevan dalam permainan. Namun, perasaan tersebut tidak berkembang menjadi dorongan untuk melakukan <i>gacha</i> .	Responden tidak mengalami perasaan takut ketinggalan (FOMO) ketika melihat orang lain memperoleh karakter yang diinginkan. Hasil <i>gacha</i> orang lain tidak dipersepsikan sebagai tekanan sosial yang perlu diikuti atau dikejar.
Perasaan iri terhadap hasil <i>gacha</i> orang lain	Perasaan iri terhadap hasil <i>gacha</i> orang lain dapat memunculkan motivasi untuk melakukan <i>gacha</i> , terutama ketika responden merasa tertinggal dalam aspek performa atau kepemilikan karakter. Namun, pengaruh perbandingan sosial ini bersifat situasional.	Responden mengalami perasaan iri terhadap hasil <i>gacha</i> orang lain dan memandang perasaan tersebut sebagai sesuatu yang wajar. Responden mengaitkan rasa iri itu dengan kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain. Perasaan iri tersebut juga tidak mendorong responden untuk melakukan <i>gacha</i> .	Responden tidak menunjukkan perasaan iri terhadap hasil <i>gacha</i> orang lain. Meskipun tetap membandingkan hasil <i>gacha</i> dengan pemain lain, respons yang muncul cenderung santai dan tidak disertai dorongan untuk menyamai atau mengejar hasil yang sama.

Keinginan untuk menunjukkan hasil <i>gacha</i> terhadap orang lain untuk validasi.	Responden membagikan hasil <i>gacha</i> kepada orang lain, namun tidak ditujukan untuk memperoleh validasi atau pengakuan sosial. Aktivitas berbagi lebih didorong oleh keinginan untuk berbagi pengalaman dan melihat respons spontan dari orang lain dalam konteks interaksi sosial yang bersifat ringan. Validasi sosial tidak membentuk motivasi untuk <i>gacha</i> .	Responden membagikan hasil <i>gacha</i> kepada teman terdekat, terutama pada fase awal permainan ketika antusiasme masih tinggi. Aktivitas tersebut dilakukan dalam konteks bercanda dan menunjukkan keberuntungan, seperti memperoleh karakter pada pity rendah, namun tidak ditujukan untuk memperoleh validasi atau pengakuan sosial. Validasi sosial tidak membentuk motivasi untuk <i>gacha</i> .	Responden membagikan hasil <i>gacha</i> kepada orang lain sebagai bentuk ekspresi kebahagiaan pribadi, bukan untuk memperoleh pengakuan atau validasi sosial. Respons positif dari orang lain juga tidak memunculkan dorongan bagi responden untuk kembali melakukan <i>gacha</i> .
--	---	--	---

Temuan tambahan	Responden membentuk kedekatan emosional terhadap karakter melalui aspek desain, <i>visual aesthetic</i> , kepribadian, dan latar cerita karakter. Ketika menjelaskan motivasi melakukan <i>gacha</i> , responden juga mengaitkannya dengan keterikatan emosional yang telah terbentuk terhadap karakter tersebut. Kedekatan emosional tersebut membuat responden terdorong untuk memperoleh karakter yang telah memiliki arti personal bagi mereka melalui <i>gacha</i> .	Responden menunjukkan adanya keterikatan emosional terhadap karakter yang berkaitan dengan desain, <i>visual aesthetic</i> , kepribadian, dan <i>lore</i> karakter. Ketika menjelaskan motivasi melakukan <i>gacha</i> , responden juga mengaitkannya dengan keterikatan emosional tersebut. Bagi responden, keterikatan emosional tersebut menjadi bagian dari motivasi untuk memperoleh karakter yang memiliki makna emosional bagi mereka melalui <i>gacha</i> .
-----------------	---	---

PEMBAHASAN

1. *Autonomy*

Temuan penelitian menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan melakukan *gacha* secara spontan dalam kondisi tertentu, seperti ketika masih memiliki resource yang tersedia atau ketika kebutuhan utama dalam permainan telah terpenuhi. Dorongan impulsif tersebut muncul dalam bentuk melakukan pull secara iseng, untuk "menghabiskan *currency*", maupun untuk menghilangkan perasaan "tidak sreg" ketika tidak melakukan *gacha*. Meskipun demikian, impulsivitas pada responden cenderung tidak muncul secara konsisten pada seluruh responden dan masih berada dalam batas kontrol tertentu, karena tidak seluruh responden menunjukkan dorongan impulsif yang kuat atau terus-menerus.

Frijda (2010) menjelaskan bahwa tindakan impulsif tidak muncul secara sepenuhnya acak, melainkan terbentuk melalui interaksi antara kondisi kesiapan individu untuk bertindak (*action readiness*), persepsi individu terhadap peluang tindakan yang tersedia dalam situasi tertentu (*affordances*), serta pola perilaku yang telah familiar bagi individu. Dalam konteks penelitian ini, dorongan spontan untuk melakukan *gacha* tampak muncul ketika responden berada pada kondisi yang memungkinkan munculnya keinginan untuk bertindak, seperti keinginan untuk "menghabiskan *currency*" atau munculnya perasaan "tidak sreg" ketika tidak melakukan *gacha*. Dorongan tersebut kemudian diperkuat oleh situasi permainan yang menyediakan peluang untuk bertindak, terutama ketika responden memiliki resource yang tersedia dan terdapat karakter yang cukup menarik untuk dilakukan pull meskipun bukan prioritas utama. Selain itu, aktivitas *gacha* tampak telah menjadi pola perilaku yang cukup familiar bagi responden, sehingga melakukan pull menjadi respons yang relatif mudah dilakukan ketika dorongan spontan tersebut muncul.

Dalam perspektif *Self-Determination Theory*, keputusan responden untuk melakukan *gacha* tetap merupakan pilihan yang berasal dari diri sendiri. Ryan dan Deci (2017) menjelaskan bahwa *Autonomy* merupakan kebutuhan psikologis dasar untuk mengalami perilaku sebagai sesuatu yang

berasal dari kemauan sendiri (self-endorsed) dan selaras dengan diri individu. Meskipun dorongan melakukan gacha muncul secara spontan, temuan penelitian menunjukkan bahwa responden masih memiliki kontrol terhadap perilakunya, sehingga keputusan untuk melakukan pull tetap merupakan tindakan yang dipilih secara sadar sesuai dengan keinginan dan preferensi masing-masing responden.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa motivasi responden dalam melakukan gacha berkaitan dengan ketertarikan terhadap karakter yang sesuai dengan preferensi personal. Ketertarikan tersebut tidak hanya terbatas pada aspek visual karakter, tetapi juga mencakup cerita, konsep karakter, voice actor, kepribadian karakter, serta kesesuaian karakter dengan preferensi personal responden. Karakter dalam permainan tidak hanya dipersepsikan sebagai alat permainan, tetapi juga sebagai sesuatu yang memiliki daya tarik tersendiri bagi responden. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa perasaan senang setelah berhasil memperoleh karakter yang diinginkan lebih dipersepsikan sebagai konsekuensi emosional dari keberhasilan memperoleh karakter dibanding sebagai motivasi utama dalam melakukan gacha.

Schmitz dkk. (2022) menjelaskan bahwa hedonic motivation berkaitan dengan perasaan senang, gembira, dan enjoyment yang diperoleh individu ketika melakukan suatu aktivitas. Pada penelitian ini, orientasi hedonic tampak melalui ketertarikan responden terhadap berbagai karakteristik karakter yang sesuai dengan preferensi mereka. Dengan demikian, motivasi melakukan gacha tidak hanya berkaitan dengan keinginan memperoleh karakter, tetapi juga dengan kesesuaian karakter tersebut terhadap preferensi personal yang dimiliki masing-masing responden.

Dalam perspektif *Self-Determination Theory*, ketertarikan terhadap karakter yang sesuai dengan preferensi personal menunjukkan adanya pemenuhan kebutuhan akan . Ryan dan Deci (2017) menjelaskan bahwa individu cenderung lebih termotivasi ketika perilaku yang dilakukan selaras dengan minat, nilai, dan preferensi yang dimilikinya. Oleh karena itu, motivasi responden untuk melakukan gacha tidak hanya dipengaruhi oleh daya tarik karakter itu sendiri, tetapi juga karena karakter tersebut sesuai dengan preferensi personal yang dimiliki masing-masing responden.

Temuan lain yang muncul selama proses wawancara menunjukkan adanya keterikatan emosional (emotional attachment) terhadap karakter tertentu, meskipun aspek tersebut tidak secara khusus digali dalam pedoman wawancara. Dua responden secara spontan menggambarkan karakter tertentu menggunakan ungkapan yang bersifat personal dan afektif, seperti menyerupai perasaan "jatuh cinta" maupun first love. Responden menjelaskan bahwa keterikatan emosional tersebut terbentuk melalui berbagai aspek karakter, seperti desain visual, visual aesthetic, kepribadian, voice actor, serta latar cerita karakter. Dalam konteks ini, karakter tidak lagi dipersepsikan sekadar sebagai bagian dari permainan, tetapi sebagai karakter yang memiliki makna personal bagi responden. Kedua responden juga mengaitkan keterikatan emosional tersebut dengan motivasi mereka untuk memperoleh karakter melalui gacha.

Dalam perspektif *Self-Determination Theory*, temuan tersebut dapat dipahami melalui kebutuhan akan *autonomy*. Ryan dan Deci (2017) menjelaskan bahwa *autonomy* berkaitan dengan kecenderungan individu untuk melakukan suatu perilaku berdasarkan minat, nilai, dan preferensi yang berasal dari dirinya sendiri. Pada penelitian ini, motivasi melakukan gacha tidak hanya muncul karena karakter dianggap menarik secara visual atau bermanfaat dalam permainan, tetapi juga karena karakter tersebut telah memiliki makna personal bagi responden. Dengan demikian, keterikatan emosional yang terbentuk terhadap karakter semakin menunjukkan bahwa motivasi melakukan gacha didasarkan pada preferensi dan nilai personal yang dimiliki masing-masing responden.

2. Competence

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa motivasi responden dalam melakukan gacha berkaitan dengan pertimbangan terhadap kegunaan karakter maupun weapon dalam permainan. Dua

responden menunjukkan bahwa kebutuhan gameplay dapat tetap memunculkan motivasi melakukan gacha meskipun karakter tersebut kurang menarik secara desain. Karakter maupun weapon dipandang mampu membantu progression permainan dan mengoptimalkan performa karakter. Akan tetapi, terdapat perbedaan pada salah satu responden yang justru memandang progression demand sebagai sesuatu yang melelahkan karena perubahan tantangan permainan yang terlalu cepat, sehingga kegunaan karakter hanya dipandang sebagai nilai tambahan dibanding motivasi utama. Hal ini menunjukkan bahwa pertimbangan terhadap kegunaan karakter tidak selalu memiliki intensitas yang sama pada setiap responden dan tetap dipengaruhi oleh preferensi personal terhadap karakter. To dkk. (2007) mendefinisikan utilitarian motivation sebagai motivasi yang bersifat rasional, berorientasi pada tujuan, efektif dalam pengambilan keputusan, dan berkaitan dengan kebutuhan tertentu. Pada penelitian ini, orientasi utilitarian terlihat melalui pertimbangan responden terhadap kegunaan karakter maupun weapon dalam membantu progression permainan dan mengoptimalkan performa karakter. Dengan demikian, motivasi melakukan gacha tidak hanya didasarkan pada ketertarikan terhadap karakter, tetapi juga pada pertimbangan mengenai manfaat karakter tersebut dalam mendukung aktivitas bermain.

Ryan dan Deci (2017) menjelaskan bahwa *competence* merupakan kebutuhan psikologis dasar untuk merasa efektif (effectance) dan mampu menguasai tantangan (mastery) dalam suatu konteks. Temuan penelitian menunjukkan bahwa responden mempertimbangkan kegunaan karakter maupun weapon karena keduanya dipandang dapat membantu menyelesaikan tantangan permainan secara lebih efektif. Dengan demikian, motivasi memperoleh karakter yang memiliki kemampuan tertentu dapat dipahami sebagai upaya memenuhi kebutuhan akan *competence*. Namun demikian, kebutuhan akan *competence* tidak selalu menjadi motivasi utama, karena pada sebagian responden preferensi terhadap karakter tetap lebih dominan dibanding pertimbangan kegunaan karakter.

Temuan penelitian juga menunjukkan adanya perbedaan respons ketika responden membandingkan hasil gacha yang diperoleh pemain lain. Dua responden menunjukkan adanya perasaan iri ketika melihat pemain lain memperoleh karakter tertentu, sedangkan satu responden lainnya tidak menunjukkan pengalaman tersebut. Pada salah satu responden, rasa iri muncul ketika responden merasa tertinggal dalam aspek performa maupun kepemilikan karakter, sehingga pada kondisi tertentu dapat memunculkan motivasi untuk melakukan gacha. Sementara itu, responden lainnya memandang rasa iri sebagai sesuatu yang wajar dan mengaitkannya dengan kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain. Namun demikian, pengalaman tersebut tidak berkembang menjadi motivasi untuk melakukan gacha. Di sisi lain, satu responden lainnya tidak menunjukkan perasaan iri meskipun tetap membandingkan hasil gacha dengan pemain lain. Responden memandang hasil gacha orang lain secara lebih santai tanpa adanya dorongan untuk mengejar hasil yang sama.

Crusius dkk. (2022) menjelaskan bahwa rasa iri dapat muncul ketika individu menyadari bahwa dirinya berada pada posisi yang lebih rendah dibanding orang lain dalam aspek karakteristik, pencapaian, maupun kepemilikan tertentu. Dalam konteks penelitian ini, rasa iri muncul ketika responden membandingkan hasil gacha maupun kondisi permainannya dengan pemain lain. Selain itu, Crusius dkk. (2022) juga menjelaskan bahwa social comparison dapat memengaruhi afek dan motivasi individu melalui proses evaluasi terhadap kondisi diri sendiri dibandingkan orang lain. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman membandingkan hasil gacha pemain lain memang dapat memunculkan rasa iri pada sebagian responden. Namun demikian, pengalaman tersebut tidak selalu berkembang menjadi motivasi melakukan gacha karena setiap responden memberikan respons yang berbeda terhadap hasil gacha pemain lain.

Dalam perspektif *Self-Determination Theory*, perasaan iri yang muncul pada sebagian responden dapat dipahami berkaitan dengan kebutuhan akan *competence*. Ryan dan Deci (2017) menjelaskan bahwa *competence* merupakan kebutuhan psikologis dasar untuk merasa mampu (effectance) dan menguasai tantangan (mastery), serta pemenuhannya dapat berkurang ketika individu melakukan social comparison. Oleh karena itu, pada sebagian responden, motivasi melakukan gacha berkembang

sebagai upaya memperoleh karakter yang dipersepsikan mampu meningkatkan performa permainan sehingga individu kembali merasa lebih efektif dalam menghadapi tantangan permainan. Namun demikian, pengaruh tersebut tidak muncul secara konsisten pada seluruh responden. Temuan penelitian menunjukkan bahwa meskipun social comparison dapat memunculkan rasa iri, pengalaman tersebut tidak secara otomatis berkembang menjadi motivasi melakukan gacha dan tetap bergantung pada bagaimana masing-masing responden memaknai hasil gacha pemain lain.

3. *Relatedness*

Temuan penelitian menunjukkan bahwa paparan konten gacha dari YouTube maupun streamer tidak secara langsung memunculkan motivasi responden untuk melakukan gacha. Ketiga responden menjelaskan bahwa konten tersebut lebih banyak dimanfaatkan sebagai sumber informasi mengenai karakter, kit karakter, gameplay, maupun strategi dalam permainan. Selain itu, aktivitas pull yang dilakukan oleh streamer tidak dipersepsikan sebagai sesuatu yang harus diikuti. Salah satu responden juga menjelaskan bahwa keputusan melakukan gacha telah direncanakan sebelumnya berdasarkan karakter yang ingin diperoleh, sehingga paparan terhadap konten gacha tidak memengaruhi keputusan tersebut.

Bandura (2008) menjelaskan bahwa individu dapat memperoleh pengetahuan melalui observational learning, yaitu proses belajar dengan mengamati perilaku orang lain. Dalam konteks penelitian ini, konten gacha dari streamer maupun YouTube lebih banyak dimanfaatkan sebagai media untuk memperoleh informasi mengenai karakter, memahami mekanisme permainan, maupun mempelajari strategi bermain. Dengan demikian, fungsi utama paparan konten tersebut lebih berkaitan dengan proses pembelajaran dibanding sebagai model perilaku yang mendorong responden untuk melakukan gacha.

Dalam perspektif *Self-Determination Theory*, temuan tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan akan *relatedness* tidak tampak sebagai motivasi responden dalam melakukan gacha. Ryan dan Deci (2017) menjelaskan bahwa *relatedness* berkaitan dengan kebutuhan individu untuk merasa terhubung, diterima, dan menjadi bagian dari lingkungan sosial. Namun, responden tidak menunjukkan kecenderungan untuk melakukan gacha karena ingin mengikuti aktivitas pull yang dilakukan streamer maupun pemain lain. Sebaliknya, keputusan melakukan gacha tetap didasarkan pada preferensi pribadi terhadap karakter yang diinginkan. Dengan demikian, meskipun paparan terhadap konten gacha berasal dari lingkungan sosial, temuan penelitian justru menunjukkan bahwa motivasi responden lebih mencerminkan kebutuhan akan , yaitu melakukan gacha sesuai dengan minat dan preferensi pribadi, dibanding kebutuhan akan *relatedness*.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa proses social comparison memunculkan respons yang berbeda pada setiap responden, salah satunya berupa Fear of Missing Out (FOMO). Dua responden menggambarkan adanya kekhawatiran tertinggal ketika melihat pemain lain memperoleh karakter yang dianggap kuat atau ketika teman sebaya mengajak mereka melakukan gacha. Sebaliknya, satu responden tidak menunjukkan pengalaman tersebut dan tidak memandang hasil gacha pemain lain sebagai tekanan sosial yang perlu diikuti. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman FOMO tidak muncul secara konsisten pada seluruh responden.

Crusius dkk. (2022) menjelaskan bahwa social comparison merupakan proses ketika individu mengevaluasi dirinya dengan membandingkan kondisi, kemampuan, maupun pencapaian yang dimiliki dengan orang lain. Proses tersebut dapat memengaruhi pengalaman afektif, penilaian diri, maupun motivasi individu. Dalam konteks penelitian ini, proses social comparison tampak ketika responden membandingkan kepemilikan karakter maupun hasil gacha yang diperoleh dengan pemain lain.

Dalam perspektif *Self-Determination Theory* , pengalaman FOMO tersebut dapat dipahami berkaitan dengan kebutuhan akan *relatedness*. Ryan dan Deci (2017) menjelaskan bahwa individu memiliki kebutuhan untuk merasa terhubung dan menjadi bagian dari kelompok sosialnya. Pada sebagian responden, munculnya kekhawatiran tertinggal ketika melihat pemain lain memperoleh karakter

tertentu maupun ketika mendapatkan ajakan dari teman sebaya menunjukkan adanya keinginan untuk tetap mengikuti dinamika yang terjadi dalam lingkungan sosial tempat mereka bermain. Namun demikian, temuan penelitian juga menunjukkan bahwa kebutuhan tersebut tidak selalu berkembang menjadi motivasi melakukan gacha. Responden tetap mempertimbangkan preferensi maupun kebutuhan pribadinya sebelum memutuskan melakukan gacha, sedangkan satu responden lainnya tidak menunjukkan pengalaman FOMO sama sekali. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *relatedness* terhadap motivasi melakukan gacha tidak muncul secara konsisten pada seluruh responden.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa aktivitas membagikan hasil gacha tidak dilakukan untuk memperoleh validasi sosial, melainkan lebih berkaitan dengan proses social sharing of emotion. Ketiga responden menjelaskan bahwa aktivitas tersebut dilakukan untuk berbagi pengalaman, mengekspresikan kebahagiaan setelah memperoleh karakter yang diinginkan, bercanda dengan teman, maupun melihat respons spontan dari orang lain. Tidak ada responden yang menjelaskan bahwa aktivitas tersebut dilakukan untuk memperoleh pengakuan, persetujuan, maupun penilaian positif atas hasil gacha yang diperoleh.

Rimé (2024) menjelaskan bahwa individu cenderung membagikan pengalaman emosional kepada orang lain melalui proses social sharing of emotion. Salah satu motif yang mendasari perilaku tersebut adalah rehearsing motive, yaitu kecenderungan individu untuk kembali menikmati pengalaman emosional positif dengan menceritakannya kepada orang lain. Dalam konteks penelitian ini, aktivitas membagikan hasil gacha menunjukkan bahwa responden ingin berbagi pengalaman yang telah dialami, bukan untuk memperoleh pengakuan atas hasil gacha yang diperoleh.

Dalam perspektif *Self-Determination Theory*, aktivitas membagikan hasil gacha lebih mencerminkan kebutuhan akan *relatedness* dibanding upaya memperoleh validasi sosial. Ryan dan Deci (2017) menjelaskan bahwa *relatedness* berkaitan dengan kebutuhan individu untuk mempertahankan hubungan sosial yang bermakna dengan orang lain. Oleh karena itu, aktivitas berbagi hasil gacha dapat dipahami sebagai cara responden mempertahankan keterhubungan dan berbagi pengalaman dengan teman sebaya. Temuan ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan *relatedness* lebih tampak melalui aktivitas berbagi pengalaman setelah melakukan gacha dibanding sebagai motivasi yang mendorong responden untuk melakukan gacha.

4. Konteks Gacha

Temuan penelitian menunjukkan bahwa proses melakukan gacha disertai dengan berbagai respons emosional, seperti perasaan deg-degan, senang, maupun kecewa. Meskipun bentuk respons emosional yang dialami berbeda pada setiap responden, ketiganya secara konsisten tidak menjelaskan pengalaman tersebut sebagai motivasi utama dalam melakukan gacha. Pada responden pertama, pengalaman gacha lebih banyak ditandai oleh munculnya perasaan gugup selama proses pull berlangsung serta kesenangan ketika mengumpulkan currency. Sementara itu, responden kedua menggambarkan munculnya perasaan senang, deg-degan, maupun kecewa setelah mengetahui hasil gacha. Responden ketiga juga menjelaskan bahwa perasaan senang muncul ketika berhasil memperoleh karakter yang diinginkan, tetapi tidak melakukan gacha dengan tujuan untuk kembali merasakan pengalaman emosional tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa berbagai respons emosional tersebut lebih banyak dipersepsikan sebagai pengalaman yang menyertai maupun mengikuti proses gacha dibanding sebagai motivasi yang mendorong responden untuk melakukan gacha.

Dengan demikian, sensasi saat melakukan gacha tidak dibahas menggunakan perspektif *Self-Determination Theory*. Ryan dan Deci (2017) menjelaskan bahwa *Self-Determination Theory* berfokus pada pemenuhan kebutuhan psikologis dasar berupa *autonomy*, *competence*, dan *relatedness* sebagai penjelasan mengenai munculnya motivasi. Sementara itu, temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa perasaan deg-degan, senang, maupun kecewa merupakan konsekuensi emosional yang muncul selama atau setelah proses gacha berlangsung, bukan sebagai kebutuhan

psikologis yang mendorong responden untuk melakukan gacha. Oleh karena itu, sensasi saat gacha lebih tepat dipahami sebagai bagian dari pengalaman melakukan gacha daripada sebagai sumber motivasi dalam melakukan gacha.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa sistem probabilitas gacha tidak menjadi sumber motivasi utama responden dalam melakukan gacha. Dua responden memanfaatkan pemahaman terhadap sistem pity maupun mekanisme 50/50 untuk mengatur strategi pengumpulan resource dan menentukan waktu yang tepat untuk melakukan pull. Sementara itu, satu responden memandang sistem probabilitas sebagai bagian dari mekanisme permainan yang diterima sebagaimana adanya sehingga tidak menjadikannya sebagai pertimbangan utama dalam melakukan gacha. Dengan demikian, sistem probabilitas lebih banyak dipersepsikan sebagai strategi dalam merealisasikan motivasi dibanding sebagai sumber motivasi itu sendiri.

Dalam perspektif *Self-Determination Theory*, temuan tersebut dapat dipahami berkaitan dengan kebutuhan akan *competence*. Ryan dan Deci (2017) menjelaskan bahwa *competence* berkaitan dengan kebutuhan individu untuk bertindak secara efektif (effectance) dan menguasai tantangan yang dihadapi. Pada penelitian ini, pemanfaatan sistem pity dan mekanisme 50/50 menunjukkan upaya responden untuk mengelola resource secara lebih efektif dalam memperoleh karakter yang diinginkan. Namun demikian, sistem probabilitas tidak memunculkan motivasi melakukan gacha, melainkan berperan sebagai strategi yang membantu responden mewujudkan motivasi yang telah dimiliki.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa variasi dan isi banner tidak secara langsung memunculkan motivasi melakukan gacha. Keberadaan karakter pada banner hanya menjadi bermakna ketika karakter tersebut sesuai dengan preferensi personal maupun kebutuhan permainan responden. Sebaliknya, apabila karakter yang ditampilkan tidak sesuai dengan preferensi ataupun kebutuhan tersebut, responden cenderung memilih untuk tidak melakukan gacha. Dengan demikian, banner lebih berfungsi sebagai media yang memperkenalkan karakter dibanding sebagai sumber motivasi utama dalam melakukan gacha.

Dalam perspektif *Self-Determination Theory*, temuan tersebut menunjukkan bahwa motivasi melakukan gacha tetap berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan psikologis responden. Ketika karakter pada banner sesuai dengan minat dan preferensi pribadi, motivasi tersebut dapat dipahami melalui kebutuhan akan *autonomy*. Sebaliknya, ketika karakter dipersepsikan mampu membantu progression permainan maupun meningkatkan efektivitas bermain, motivasi tersebut berkaitan dengan kebutuhan akan *competence* (Ryan & Deci, 2017). Dengan demikian, variasi dan isi banner tidak secara langsung membentuk motivasi, tetapi menjadi konteks yang memungkinkan kebutuhan akan *autonomy* maupun *competence* diwujudkan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kondisi finansial tidak menjadi motivasi utama dalam melakukan gacha, tetapi menentukan sejauh mana responden dapat merealisasikan keinginannya untuk memperoleh karakter tertentu. Pada dua responden, ketersediaan finansial memungkinkan dilakukannya mikrotransaksi ketika terdapat ketertarikan yang tinggi terhadap karakter tertentu. Sebaliknya, satu responden tetap memprioritaskan kebutuhan pribadi di luar permainan sehingga pengeluaran untuk gacha dilakukan secara lebih terkontrol dan efisien. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi finansial lebih berperan sebagai pertimbangan dalam mewujudkan motivasi dibanding sebagai sumber motivasi itu sendiri.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa marketing tidak secara langsung memunculkan motivasi melakukan gacha. Responden memanfaatkan trailer, materi promosi, maupun informasi resmi sebagai sarana untuk mengenal karakter yang akan hadir dalam permainan. Namun demikian, eksposur tersebut tidak secara otomatis mendorong responden untuk melakukan gacha. Motivasi baru muncul ketika karakter yang diperkenalkan sesuai dengan preferensi personal maupun kebutuhan permainan yang dimiliki responden.

Dalam perspektif *Self-Determination Theory*, temuan tersebut menunjukkan bahwa marketing lebih berperan sebagai media yang memperkenalkan karakter daripada sebagai sumber motivasi. Ketika karakter yang diperkenalkan sesuai dengan minat dan preferensi pribadi responden, motivasi tersebut berkaitan dengan kebutuhan akan *autonomy*. Sebaliknya, apabila karakter dipersepsikan mampu meningkatkan efektivitas bermain atau membantu menghadapi tantangan permainan, motivasi tersebut berkaitan dengan kebutuhan akan *competence* (Ryan & Deci, 2017). Dengan demikian, marketing tidak secara langsung membentuk motivasi melakukan gacha, tetapi menyediakan informasi yang memungkinkan responden mengevaluasi apakah karakter tersebut sesuai dengan kebutuhan psikologis yang dimiliki.

Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa motivasi responden dalam melakukan gacha lebih didasarkan pada keinginan untuk memperoleh karakter, baik karena kesukaan terhadap karakter tersebut maupun karena kebutuhan karakter untuk menunjang permainan. Dengan demikian, sistem gacha dipandang sebagai mekanisme untuk memperoleh karakter yang diinginkan, bukan sebagai tujuan utama responden dalam melakukan gacha.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi motivasi pemain Genshin Impact dalam melakukan gacha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi pemain dalam melakukan gacha terutama dapat dipahami melalui pemenuhan kebutuhan psikologis dasar dalam *Self-Determination Theory* (Ryan & Deci, 2017), yaitu *autonomy*, *competence*, dan *relatedness*. Sementara itu, aspek-aspek yang berkaitan dengan konteks sistem gacha, seperti sensasi saat melakukan gacha, sistem probabilitas, variasi dan isi banner, kondisi finansial, serta marketing, berperan sebagai konteks yang mempengaruhi bagaimana motivasi tersebut diwujudkan, meskipun tidak secara langsung menjadi sumber motivasi.

Motivasi melakukan gacha terutama berkaitan dengan kebutuhan akan *autonomy*, yang tercermin melalui preferensi personal responden terhadap karakter, seperti desain, visual aesthetic, kepribadian, voice actor, dan latar cerita karakter. Pada dua responden juga ditemukan adanya emotional attachment terhadap karakter tertentu yang semakin memperkuat motivasi untuk memperoleh karakter tersebut melalui gacha. Selain itu, dorongan melakukan gacha secara spontan dapat muncul pada kondisi tertentu, tetapi tetap berada dalam kendali responden.

Kebutuhan akan *competence* tampak melalui pertimbangan responden terhadap kegunaan karakter maupun weapon dalam mendukung progression permainan dan meningkatkan efektivitas bermain. Namun, aspek tersebut tidak menjadi motivasi utama pada seluruh responden karena sebagian tetap lebih mengutamakan preferensi personal terhadap karakter. Selain itu, perasaan iri terhadap hasil gacha pemain lain dapat muncul pada sebagian responden dan pada kondisi tertentu memotivasi mereka untuk memperoleh karakter tertentu, meskipun pengalaman tersebut tidak muncul secara konsisten.

Berbeda dengan *autonomy* dan *competence*, kebutuhan akan *relatedness* tidak tampak secara konsisten sebagai motivasi melakukan gacha. Paparan konten gacha dari streamer maupun media sosial lebih banyak dimanfaatkan sebagai sumber informasi daripada dorongan untuk melakukan gacha, sehingga motivasi responden tetap didasarkan pada preferensi pribadinya. Sementara itu, Fear of Missing Out (FOMO) hanya muncul pada sebagian responden dan tidak selalu berkembang menjadi motivasi melakukan gacha. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa aktivitas membagikan hasil gacha lebih mencerminkan social sharing of emotion untuk mempertahankan interaksi sosial dibanding sebagai upaya memperoleh validasi sosial.

Selain kebutuhan psikologis dalam *Self-Determination Theory*, penelitian ini menunjukkan bahwa sensasi saat melakukan gacha, sistem probabilitas, variasi dan isi banner, kondisi finansial, serta

marketing tidak secara langsung memunculkan motivasi melakukan gacha. Aspek-aspek tersebut lebih berperan sebagai konteks yang memengaruhi bagaimana motivasi diwujudkan. Motivasi melakukan gacha tetap bergantung pada kesesuaian karakter dengan preferensi personal maupun kebutuhan permainan responden.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Allah SWT, Prof. Endang Retno Surjaningrum, M.AppPsych., Ph.D., Psikolog, sebagai dosen pembimbing penulis, keluarga, teman-teman, para partisipan penelitian, dan seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan artikel ilmiah.

DEKLARASI POTENSI TERJADINYA KONFLIK KEPENTINGAN

Reihan Muzakki Wisaksono dan Endang Retno Surjaningrum tidak bekerja, menjadi konsultan, memiliki saham, atau menerima dana dari perusahaan atau organisasi mana pun yang mungkin akan mengambil keuntungan dari diterbitkannya naskah ini.

PUSTAKA ACUAN

- Bandura, A. (2008). Observational learning. *The international encyclopedia of communication*.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). Sage Publications.
- Crusius, J., Corcoran, K., & Mussweiler, T. (2022). Social comparison: Theory, research, and applications. *Theories in Social Psychology*, Second Edition, 165-187.
- Drummond, A., Hall, L. C., & Sauer, J. D. (2022). Surprisingly high prevalence rates of severe psychological distress among consumers who purchase loot boxes in video games. *Scientific Reports*, 12(1), 16128.
- Drummond, A., & Sauer, J. D. (2018). Video game loot boxes are psychologically akin to gambling. *Nature human behaviour*, 2(8), 530-532.
- Ferster, C. B., & Skinner, B. F. (1957). Variable ratio. In C. B. Ferster & B. F. Skinner, *Schedules of reinforcement* (pp. 396-419). Appleton-Century-Crofts. <https://doi.org/10.1037/10627-007>
- Fandom. (2026). *Weapon*. Wiki. Diakses pada 10 Juli 2026, dari <https://genshin-impact.fandom.com/wiki/Weapon>
- Fandom. (2026). *Character*. Wiki. Diakses pada 10 Juli 2026, dari <https://genshin-impact.fandom.com/wiki/Character>
- Fandom. (2026). *Wish*. Wiki. Diakses pada 10 Juli 2026, dari <https://genshin-impact.fandom.com/wiki/Wish>
- Frijda, N. H. (2010). Impulsive action and motivation. *Biological psychology*, 84(3), 570-579.
- Gibson, E., Griffiths, M. D., Calado, F., & Harris, A. (2022). The relationship between videogame micro-transactions and problem gaming and gambling: A systematic review. *Computers in Human Behavior*, 131, 107219.
- HoYoverse. (2026). : *about game*. Diakses pada 26 Februari 2026, dari <https://genshin.hoyoverse.com/en/game>
- HoYoverse. (2026). : *Wish drop rate notice*. Diakses pada 26 Februari 2026, dari <https://genshin.hoyoverse.com/en/news/public?lrsag=1>
- Kesuma, A. E., & Princes, E. (2024). Antecedents of *Gacha* gaming intention: Extending UTAUT2 with structural video game characteristics. *Computers in Human Behavior Reports*, 14, 100405.
- Koeder, M. J., & Tanaka, E. (2017). *Game of chance elements in free-to-play mobile games: A freemium*

business model monetization tool in need of self-regulation?

- Lee, H. P., Chae, P. K., Lee, H. S., & Kim, Y. K. (2007). The five-factor gambling motivation model. *Psychiatry research*, 150(1), 21-32.
- Nguyen, M. Q. (2025). Correlates of *Gacha* Gaming.
- Pamungkas, L. N. (2025). *Hubungan penggunaan loot boxes atau gacha pada game online dengan kecenderungan gaming disorder pada remaja SMA di Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Poerwandari, E. K. (2017). *Pendekatan kualitatif untuk penelitian perilaku manusia*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Rimé, B. (2024). The social sharing of emotions. In J. J. Gross & B. Q. Ford (Eds.), *Handbook of emotion regulation* (3rd ed., pp. 520–526). The Guilford Press.
- Ritchie, J., Ormston, R., McNaughton Nicholls, C., & Lewis, J. (2013). *Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers*.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness. The Guilford Press. <https://doi.org/10.1521/978.14625/28806>
- Schmitz, A., Díaz-Martín, A. M., & Guillén, M. J. Y. (2022). Modifying UTAUT2 for a cross-country comparison of telemedicine adoption. *Computers in Human Behavior*, 130, 107183.
- To, P. L., Liao, C., & Lin, T. H. (2007). Shopping motivations on Internet: A study based on utilitarian and hedonic value. *Technovation*, 27(12), 774-787.
- Wardle, H., & Zendle, D. (2021). Loot boxes, gambling, and problem gambling among young people: Results from a cross-sectional online survey. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 267–274. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0299>
- Woods, O. (2024). The affective embeddings of *gacha* games: Aesthetic assemblages and the mediated expression of the self. *New Media & Society*, 26(2), 823-838.