

- *Community and Social Aspects*

- *Com ADLN - Perpustakaan Universitas Airlangga*

- *PERSONALITY IN AIRLANGGA*

MOTIF REMAJA BERMAIN GAME RAGNAROK ONLINE DI SURABAYA

2008

SKRIPSI



Disusun Oleh :

**WIDYA NINGSIH ROSANTI
NIM 070317095**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

Semester Ganjil 2007/2008



Bagian atau keseluruhan isi Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/ atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ ditulis oleh individu lain selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan dalam isi Skripsi



Surabaya, 14 Desember 2007
Penyusun

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Widya Ningsih Rosanti'. The signature is written in a cursive style with a long horizontal line at the end.

Widya Ningsih Rosanti

MOTIF GAMERS DI SURABAYA BERMAIN GAME RAGNAROK ONLINE

SKRIPSI

Maksud : sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi
S1 pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga.

Disusun oleh

WIDYA NINGSIH ROSANTI
NIM 070317095

Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga

Semester Ganjil 2007/2008

HALAMAN PERSEMBAHAN

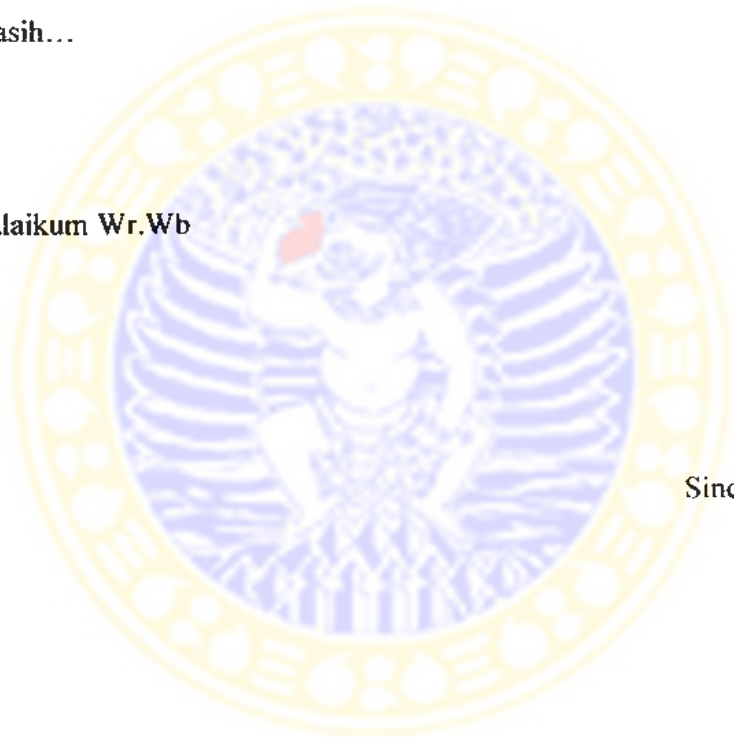
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, akhirnya skripsi ini bisa diselesaikan juga. Puji syukur terutama dihaturkan kepada Allah SWT, karena tanpa rahmat dan berkatMu, tidak mungkin skripsi ini bisa terselesaikan. Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang paling berharga dan berjasa dalam hidup saya :

- ❖ Untuk mama dan papa, terima kasih banyak karena telah banyak memberikan kasih sayang selama ini, untuk kesabaran menghadapi kemandirian Widya selama ini. Semoga mama dan papa selalu diberikan berkah dan rahmat dari Allah SWT.
- ❖ To my 2 beloved sibling, Cc Yuli dan Eka. Makasih udah mau jadi tempat curhat selama ini. Terutama buat Eka yang sudah mau disusahkan sama cc mu ini... ^^
- ❖ Untuk teman-teman baikku satu kos, Rany, Kiki, Diah, Lidya. Thx so much udah mau dengerin keluh kesah dan histeriaku selama ini. I'm glad that I could be with you guys. Sudah lebih dari 6 tahun kita bersahabat. Semoga persahabatan kita selalu bertahan sampe nantinya,
- ❖ Untuk my brother Artha, thx bgt dah mau direpotin. Terutama saat lagi down. U always be there 4 me, giving me support and help. You always be my hero bro 😊
- ❖ For my special person, Koko Miko. I'm happy that I met you. Thx for your care and support, terutama saat-saat mau sidang. Your joking release my stress.

- ❖ Buat teman-teman kampus, Nanda, Icha, Rahma, Ayun, Au, Ario, Dewi, Emon, Shinta, Fifi, dan juga teman-teman lainnya yang tidak bisa kusebutkan satu-persatu di sini. Thx sudah mau kasi masukan dan saran-saran yang sangat berguna.
- ❖ Dan kepada seluruh pihak yang sudah memberikan bantuan, kebaikan serta doa. Terima kasih...

Wassalamu'alaikum Wr.Wb



Sincerely

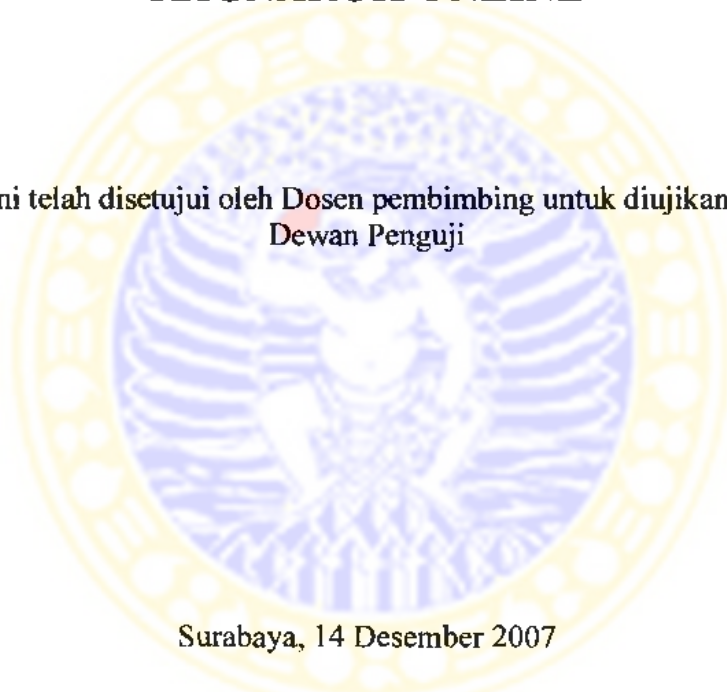
~Widya~

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

MOTIF GAMERS DI SURABAYA BERMAIN GAME RAGNAROK ONLINE

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen pembimbing untuk diujikan di depan
Dewan Penguji



Surabaya, 14 Desember 2007

Dosen Pembimbing

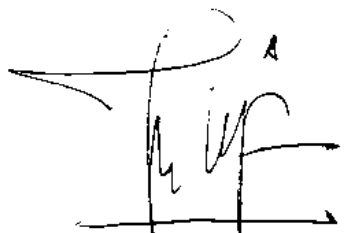
Yuyun W.I. Surya, MA
NIP : 132 164 002

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan dihadapan panitia penguji pada hari Rabu, 16 Januari 2008 pukul 07.30 dengan susuan panitia penguji :

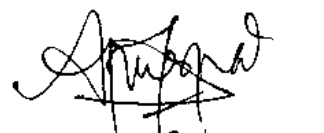


Anggota Penguji I



Yuyun W.I. Surya, MA
NIP : 132 164 002

Anggota Penguji II



Ratih Puspa S.sos, MA
NIP : 132 230 967

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji dipanjatkan kepada Allah SWT. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. Akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Motif Remaja Bermain Game Ragnarok Online di Surabaya”** untuk mencapai gelar sarjana komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Airlangga.

Adapun isi dari skripsi ini adalah untuk menjawab permasalahan mengenai motif remaja gamers Ragnarok Online di Surabaya, karena melihat fenomena maraknya perkembangan game online berapa tahun belakangan ini di Indonesia, terutama di Surabaya sebagai salah satu kota yang mempunyai jumlah gamers online terbesar. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teori Uses and Gratification. Hasil dari penelitian ini yaitu didapat motif terbanyak dari remaja gamers adalah motif hiburan (diversi).

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari pihak-pihak yang telah member banyak bantuan kepada peneliti. Oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti dengan tulus hati ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. I Basis Susilo, Drs., MA. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Airlangga.

2. Yuyun W.I. Surya, MA selaku selaku dosen pembimbing utama yang telah berkenan meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan petunjuk dan bimbingan.
3. Dra. Sri Moerdijati, MS dan Ratih Puspa S.sos, MA selaku dosen penguji atas masukan yang telah diberikan untuk menyempurnakan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi peneliti.
5. Kepada mama dan papa, Cc Yuli dan Eka yang telah memberikan banyak dukungan selama ini.
6. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah melimpahkan karunia-Nya sebagai balasan atas kebaikan dan bantuan yang telah diberikan. Atas segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini saya mohon maaf. Tidak ada manusia yang sempurna. Kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT semata. Semoga skripsi ini berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surabaya, Januari 2008

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	I-1
1.2 Perumusan Masalah	I-11
1.3 Tujuan Penelitian	I-11
1.4 Manfaat Penelitian	I-12
1.5 Kerangka Konseptual	I-12
1.5.1 Uses and Gratifications	I-12
1.5.2 Khalayak Dalam Media Baru	I-16
1.5.3 Interaktifitas Sebagai Salah Satu Ciri Media Baru	I-19
1.5.4 Game Online Sebagai Perkembangan Teknologi Media Internet	I-21
1.5.5 Karakteristik Psikologis Remaja	I-23
1.6 Metodologi Penelitian	I-25
1.6.1 Operasionalisasi Konsep	I-25
1.6.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	I-29
1.6.2.1 Uji Validitas	I-29
1.6.2.2 Uji Realibilitas	I-31
1.7 Populasi dan Sampel	I-32
1.7.1 Populasi Penelitian	I-32
1.7.2 Sampel Penelitian	I-33
1.7.3 Unit Analisis	I-34
1.7.4 Teknik Pengumpulan Data	I-35
1.7.5 Teknik Analisis Data	I-35
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	
2.1 Game Online	II-36
2.2 Ragnarok Online	II-37
2.3 Efek Permainan Ragnarok Online Bagi Gamers	II-44
BAB III HASIL TEMUAN DAN ANALISIS DATA	
3.1 Hasil dan Analisis Data Kepuasan Remaja Surabaya Bermain Ragnarok Online	III-51
3.1.1 Identitas Responden	III-52
3.1.1.1 Jenis Kelamin Responden	III-52

3.1.1.2	Usia Responden	III-53
3.1.1.3	Pendidikan yang Sedang Ditempuh	III-54
3.1.1.4	Pengeluaran Tiap Bulan Untuk Memainkan Game Ragnarok Online	III-56
3.1.2	Kebiasaan Memainkan Ragnarok Online	III-57
3.1.2.1	Lama Memainkan Ragnarok Online	III-58
3.1.2.2	Penuh atau Tidaknya Waktu Tersebut Digunakan	III-59
3.1.2.3	Tempat Memainkan Ragnarok Online	III-60
3.1.2.4	Mengenal Ragnarok Online	III-61
3.1.2.5	Hal-Hal yang Dilakukan Saat Bermain Ragnarok Online	III-62
3.1.3	Analisis Tabel Distribusi Identitas Responden Dengan Kebiasaan Bermain Ragnarok Online	III-63
3.1.3.1	Analisis Tabel Distribusi Lama Bermain Dengan Jenis Kelamin	III-64
3.1.3.2	Analisis Tabel Distribusi Usia Responden Dengan Lama Bermain	III-65
3.1.3.3	Analisis Tabel Distribusi Hal-Hal Yang Dilakukan Dengan Jenis Kelamin	III-67
3.1.4	Motif Yang Diperoleh Setelah Bermain Ragnarok Online	III-69
3.1.4.1	Motif Informasi	III-69
3.1.4.2	Motif Identitas Pribadi (Personal Identity or Individual Psychology)	III-74
3.1.4.3	Motif Integration and Social Interaction (Personal Relationship)	III-78
3.1.4.4	Motif Diversi (Hiburan)	III-83
3.1.5	Tabulasi Distribusi Motif Dengan Identitas Responden	III-88
3.1.5.1	Analisis Tabel Distribusi Motif Informasi dengan Jenis Kelamin Responden	III-89
3.1.5.2	Analisis Tabel Distrbusi Motif Informasi Dengan Lama Bermain	III-90
3.1.5.3	Analisis Tabel Distribusi Motif Identitas Pribadi dengan Jenis Kelamin Responden	III-92
3.1.5.4	Analisis Distribusi Motif Identitas Pribadi Dengan Lama Bermain	III-93
3.1.5.5	Analisis Distribusi Motif Integrasi dan Social Interaction dengan Jenis Kelamin Responden	III-94
3.1.5.6	Analisis Distribusi Motif Integrasi dan Social Interaction dengan Lama Bermain	III-96

3.1.5.7 Analisis Distribusi Motif Diversi dengan Jenis Kelamin Responden	III-97
3.1.5.8 Analisis Distribusi Kepuasan Diversi Dengan Lama Bermain	III-98
BAB IV PENUTUP	
4.1 Kesimpulan	IV-100
4.2 Saran	IV-101
DAFTAR PUSTAKA	xii



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jenis Kelamin Responden	III-52
Tabel 3.2	Usia Responden	III-53
Tabel 3.3	Pendidikan Yang Sedang Ditempuh	III-55
Tabel 3.4	Pengeluaran Perbulan Bermain Ragnarok Online	III-56
Tabel 3.5	Lama Bermain Ragnarok Online	III-58
Tabel 3.6	Penggunaan Waktu Bermain	III-59
Tabel 3.7	Tempat Bermain	III-60
Tabel 3.8	Mengenal Ragnarok Online	III-61
Tabel 3.9	Kegiatan yang dilakukan saat bermain Ragnarok Online	III-62
Tabel 3.10.1	Distribusi Lama Bermain Dengan Jenis Kelamin	III-64
Tabel 3.10.2	Distribusi Usia Responden Dengan Lama Bermain	III-66
Tabel 3.10.3	Distribusi Hal – Hal Yang Dilaku Dengan Jenis Kelamin	III-68
Tabel 3.11	Motif Informasi	III-71
Tabel 3.12	Motif Identitas Pribadi	III-75
Tabel 3.13	Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	III-80
Tabel 3.14	Motif Diversi	III-85
Tabel 3.15.1	Distribusi Motif Informasi dengan Jenis Kelamin Responden	III-89
Tabel 3.15.2	Distribusi Motif Informasi dengan Lama Bermain	III-91
Tabel 3.15.3	Distribusi Motif Identitas Pribadi dengan Jenis Kelamin Responden	III-92
Tabel 3.15.4	Distribusi Motifn Identitas Pribadi dengan Lama Bermain	III-94
Tabel 3.15.5	Distribusi Motif Integrasi dan Social Interaction dengan Jenis Kelamin Responden	III-95
Tabel 3.15.6	Distribusi Motif Integrasi dan Social Interaction dengan Lama Bermain	III-96
Tabel 3.15.7	Distribusi Motif Diversi dengan Jenis Kelamin Responden	III-97
Tabel 3.15.8	Distribusi Motif Diversi Dengan Lama Bermain	III-99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Perhitungan Validitas
Lampiran Perhitungan Realibilitas
Lampiran Kuesioner
Lampiran Buku Koding
Lampiran Buku Koding Untuk Validitas
Lampiran Buku Koding Untuk Reliabilitas



ABSTRAK

Game Online merupakan teknologi dari media baru yang cukup digemari saat ini. Game Online yang paling populer dan fenomenal di Indonesia adalah Ragnarok Online. Ragnarok Online menyuguhkan suatu permainan dengan komunitas yang besar, yang merupakan karakteristik utama dari sebuah media baru yaitu interaktifitas. Karena banyaknya gamers yang menyukai game ini, maka peneliti memutuskan untuk meneliti apakah motif yang mendasari gamer. Tentunya gamers mempunyai motif tersendiri dalam memilih game ini.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teori *Uses and Gratification*. Teori ini digunakan untuk mencari motif yang didapat dari para gamers. Adapun alasannya karena selama ini media-media baru telah banyak melakukan *study* dengan menggunakan teori *uses and gratification*. Karena dari media baru ini dapat diketahui motivasi baru dan juga kepuasan yang diperoleh oleh penggunanya. Teori yang digunakan untuk mengukur motif dalam penelitian ini adalah teori kategori motif dari McQuail yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif *integration dan social interaction*, dan motif diversifikasi. Subjek penelitian ini adalah remaja SMP dan SMU berusia 13 – 17 tahun yang berlokasi di Surabaya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan secara primer, yaitu melalui kuesioner dengan daftar pernyataan yang disusun secara berstruktur.

Dari hasil kuesioner yang telah disebarakan didapatkan hasil motif yang dimiliki remaja gamers Ragnarok Online adalah motif hiburan (diversi) dengan deskripsi motif yang paling dirasakan yaitu dapat bersantai sejenak, motif dapat mengisi waktu luang, motif kenikmatan akan seni, dan motif dapat menghilangkan kemarahan yang dirasakan di dunia nyata. Responden sebagian besar bermain karena ingin mencari kesenangan selepas dari peranan mereka sebagai pelajar.

Keywords : Motif gamers, Ragnarok Online, motif remaja.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Saat ini seringkali ditemukan warnet-warnet (warung internet) *multiplayer* di Indonesia. Hampir di setiap ruas jalan terdapat 1 warnet *multiplayer* games bahkan bisa lebih terutama di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya dan Bandung. Tapi tidak semua orang mengetahui apakah warnet *multiplayer* ini. Kebanyakan dari mereka masih mengira warnet *multiplayer* sama saja dengan warnet biasa.

Dari warnet *multiplayer* ini, kita bisa menemukan *game-game* yang tidak hanya dapat dimainkan secara individual, melainkan dapat dimainkan secara massal (*online*) dengan orang-orang se-Indonesia. Mereka menyebutnya dengan *game online*. *On line gaming* ini menjadi sarana bagi para *gamers* untuk saling bertukar pengalaman, strategi, tips dan trik atau hanya membuka wawasan sosial dengan orang lain dengan minat yang sama. Dan disitulah awal terbentuk komunitas *on line gaming*. Di Indonesia, komunitas *online gaming* mulai muncul ketika era Nexia (*game online* pertama di Indonesia), walaupun kemunculannya kurang bisa dikatakan fenomenal, dan hanya terbentuk komunitas-komunitas kecil. Tetapi walaupun begitu Nexia merupakan *game online* pertama yang muncul di Indonesia pada pertengahan 90an kemarin. Sampai pada saat era munculnya *game online* Ragnarok Online. Ragnarok Online (RO) adalah sebuah *game* yang cukup



fenomenal karena tak hanya booming di Indonesia, tetapi juga di seluruh dunia. Menurut **Alvanov RO** sangat digemari karena menawarkan kekuasaan penuh atas karakter yang diciptakan dan memberikan banyak pilihan, apakah karakter tersebut akan menjadi karakter yang beruntung, lemah, pemurah atau yang lainnya. Pemain dapat menciptakan karakter sesuai dengan keinginan, bahkan terkadang sifat pemain dapat tercermin dalam karakter yang diciptakannya. (www.kompas.com/teknologi/news/0404/15/110906).

Begitu mewabahnya *on line gaming*, membuat para pengusaha warnet memakainya sebagai salah satu penarik minat *gamers* untuk mengunjungi tempat mereka. Saat ini banyak bermunculan warnet-warnet *multiplayer* yang hanya menawarkan permainan *multiplayer*. Banyak pelajar dan mahasiswa yang menghabiskan waktunya di warnet hanya untuk bermain game. Mereka seringkali tidak mau diganggu, bahkan untuk makan ataupun oleh dering telepon sekalipun. (www.kompas.com/teknologi/news/0404/15/110906).

Multiplayer game atau *game on-line* ini juga biasa disebut dengan istilah game jaringan. Jenis "*multiplayer game*" sesuai dengan namanya, pada dasarnya adalah jenis game (permainan) yang harus dimainkan lewat beberapa komputer yang saling terkoneksi.

Definisi *Multiplayer* menurut Tomy Manninen menyebutkan:

"Multiplayer games enable players to communicate and collaborate in joint game sessions. Whether the activity is about shooting each other with rocket launcher or arranging virtual weddings, the underlying theme is about togetherness. Players may have different reasons for playing these games, but they all still want to play with - or against - other people. (www.game-studies.org/0401)

Berdasarkan definisi diatas dapat diketahui bahwa dari *multiplayer games* kita bisa saling berkomunikasi dalam sebuah games. Dari kegiatan saling menembak dengan menggunakan senjata sampai kepada kegiatan menyusun pernikahan secara virtual pun bisa kita lakukan melalui *multiplayer games*. Pada intinya kita pasti mempunyai banyak motif saat memainkan *games* yang kita inginkan. Mulai dari sekedar untuk memperoleh hiburan, memperoleh uang, mencari teman/sahabat, ataupun sampai mencari jodoh.

Dari *multiplayer games* kita juga bisa menemukan tingkatan komunikasi yang sangat beragam, dimulai dari *chatting* secara tekstual, melalui *gesture* dengan bentuk interaksi yang cukup tinggi berkaitan dengan aksi dan tujuan yang spesifik, seperti definisi yang disebutkan di bawah ini:

The level of communication support in these games varies greatly. Most of them support textual chatting, some of them enable communicative gestures, while others concentrate on interaction forms that are highly action – specific and goal – oriented. However, the players have attempted to overcome the apparent limitations by using external communication support (TeamSpeak voice-over-IP software), or, by arranging the game event in LAN environment (e.g., all the players within the same physical room)” (www.game-studies.org/0401)

Begitu juga dengan yang dikatakan oleh Eddy Liem, Direktur Indonesia Gamer, sebuah komunitas pencinta game di Indonesia, sebenarnya *online game* itu adalah sebuah game yang dimainkan secara *online* via Internet. Tidak peduli menggunakan PC (*personal computer*), atau konsol game biasa (seperti PS 2, X Box, dan sejenisnya). Berbeda dengan *off-line game* yang hanya dimainkan bisa dimainkan secara bersama tanpa koneksi internet, game *on-line* saat ini sudah menjadi suatu trend karena dengan

koneksi internet setiap orang bisa bermain bersama dalam waktu dan tempat yang berbeda sekalipun. Game-game *on-line* hanya memerlukan koneksi internet agar bisa terhubung dan merasakan sensasi dunia permainan via *on-line*. Bedanya dengan game *off-line* biasa, dalam game *on-line* setiap orang bisa bermain sambil berinteraksi dengan orang lain. Dengan dimainkan secara *massive* alias bersama-sama dengan puluhan orang lain yang berbeda tempat, tentunya hal ini menjadi nilai lebih sebuah online game. (www.kompas.com/kompas-cetak/0311/14/muda/686761.htm)

Untuk memainkan game online dibutuhkan koneksi internet. Internet dapat memungkinkan hampir semua orang di belahan dunia mana pun untuk saling berkomunikasi dengan cepat dan mudah. Fitur Internet yang paling populer adalah email, sebuah fitur yang dipakai oleh para pengguna Internet untuk bertukar pesan dengan orang lain yang memiliki alamat **e-mail**, dan **world wide web (www)**, sebuah sistem situs komputer yang sangat luas yang dapat dikunjungi oleh siapa saja dengan program browser dan dengan menyambungkan komputer pada Internet (Severin&Tankard,2001:444)

Tetapi sekarang era Internet tak lagi hanya berurusan dengan *browsing* dan *chatting*. Saat ini para *developer* game melirik internet sebagai suatu pilihan untuk mengembangkan game yang lebih menarik, menantang, dan imajinatif. Dengan internet, mereka dapat terus-menerus melakukan perbaikan dan inovasi baru, hal yang sulit dilakukan pada *off-line game* (game yang tidak memerlukan koneksi Internet, misal seperti PS). Sifat *on-line game* yang *real time* membuka kesempatan luas para *gamers* untuk berinteraksi dengan orang

lain, bahkan dengan orang di belahan dunia manapun. Kelebihan-kelebihan tersebut membuat *on-line* game makin digemari. Menurut Alvanov Zpallanzani, asisten dosen di Desain Komunikasi Visual ITB yang selalu mengikuti perkembangan dunia animasi, komik dan games, *on-line game* berkembang di Amerika. Ide awalnya adalah bagaimana orang-orang bermain bersama di waktu yang sama dan dalam satu komunitas. (www.kompas.com/teknologi/news/0404/15/110906). Dalam pemakaian umum saat ini, dunia maya adalah istilah komprehensif untuk world wide web, Internet, milis elektronik, kelompok-kelompok dan forum diskusi, ruang ngobrol (*chatting*), permainan interaktif *multi-player*, dan bahkan *e-mail* (Turkle dalam Severin&Tankard,1988:446)

Saat ini game online yang sangat populer di Indonesia adalah game-game yang berjenis petualangan/*fantasy* seperti kemunculan game Ragnarok Online. Ragnarok Online merupakan game *online* yang temanya diambil berdasarkan komik Ragnarok yang dibuat oleh Lee- Myung Jin yang berasal dari negara Korea. Ragnarok Online pertama kali diluncurkan pada 26 Mei 2003 lalu dan dalam waktu kurang lebih sebulan user aktif Ragnarok sudah mencapai sekitar 100 ribu orang. Angka itu tersebar pada beberapa kota di Indonesia. Jakarta, Surabaya, Bandung, Yogyakarta, Medan, dan Makassar. (www.kompas.com/kompas-cetak/0311/14/muda/686761.htm)

Pada awalnya game Ragnarok online diedarkan masih gratis. Siapa saja bisa bermain dengan bebas, tanpa harus dipungut bayaran. Tetapi ketika diberlakukannya masa komersial, di mana pemain harus mendaftar dan

membayar keanggotaan agar bisa bermain, jumlah user mengalami penurunan sekitar 20%. Menurut Andi Suryanto, Direktur PT Lyto Indonesia, *user* awal mencapai 100 ribu sebelum komersial, dan pada bulan November 2003 mulai dipungut bayaran, jumlahnya sempat turun sekitar 20 persen. Tetapi walaupun begitu, setelah dipungut bayaran jumlah per hari user Ragnarok semakin meningkat mencapai sepuluh ribu orang lebih. (www.kompas.com/kompas-cetak/0311/14/muda/686761.htm).

Pada akhir tahun 2004, ditemukan setidaknya ada sekitar 20 ribu pemain per detik dan hingga tahun 2006 jumlah pemainnya sudah mencapai lebih dari 26.000 orang di seluruh Indonesia. (www.swa.co.id/swamajalah/tren/details.php?cid=1&id=5352&pageNum=)

Di beberapa warnet banyak ditemui remaja bahkan orang dewasa yang bermain *game online* ini. Di Indonesia sebagian besar pemain *game Ragnarok Online* adalah pria. Siswa sekolah menjadi pasar potensial dari usaha *games online* ini, karena pada usia itulah anak-anak dan remaja menyalurkan hobinya akan *games* sekaligus berinteraksi dengan orang lain. (www.harianbatampos.com). Berdasarkan data dari iGames, sebanyak 74% pemain *Ragnarok online* di Indonesia adalah pelajar SMP-SMA, sebanyak 11% merupakan mahasiswa dan sekitar 10% gabungan karyawan dan pengusaha. (http://www.sda-indo.com/sda/news/psecom,id,6024,_language,Indonesia,nodeid,1,xv_query,warnet,xv_numresults,35,xv_sortvalue,0.html)

Di Surabaya, kepopuleran Ragnarok Online terasa. Pameran dan kompetisi sering diadakan di Surabaya. Pameran RO yang pertama diadakan

di Surabaya dan bahkan kesuksesan RO pun berawal dari kota ini. Gamers di Surabaya juga sangat beragam dan memiliki antusiasme yang cukup tinggi terhadap kemunculan game online ini. (Omega Magazine, vol 13:150). Berdasarkan alasan ini maka peneliti akan mengambil Surabaya sebagai sasaran wilayah penelitian.

Dalam *game online* sangat ditekankan pada sisi interaksi antara para gamers. Interaksi telah menjadi salah satu karakteristik utama dari *game online*. Bahkan setelah dilihat dari polling-polling yang diadakan dari salah satu forum mengenai apa saja daya tarik Ragnarok Online, hasilnya yang tertinggi adalah karena adanya komunitas didalam *game* ini.

1. komunitasnya sebesar 41% (59 responden),
 2. untuk mencari item (barang) dan equipment (perlengkapan) yang mantap sebesar 11% (17),
 3. karena adanya fasilitas WOE (War Of Emperium=sejenis kompetisi untuk memperjuangkan kastil yang dapat membuktikan kekuatan guild-guild tertentu) sebesar 37 % (53),
 4. mobilitas hunting (perburuan) yang seru sebesar 2% (4),
 5. untuk meningkatkan level sebesar 6% (10).
- (forum.ragnafilia.com/viewtopic.php?t=28408&postdays=0&postorder=asc&start=240&sid=627999e)

Interaksi dari komunitas yang ditemukan pada *game online* ini bisa dilihat dari pernyataan Sheizaf Rafaeli yang mendefinisikan *intercativity* sebagai atribut alami dari konversasi secara tatap muka, tetapi juga bisa muncul dalam komunikasi di media seperti dari *video games* interaktif.(http://gsb.haifa.ac.il/~sheizaf/interactivity/Rafaeli_interactivity.pdf)

Pernyataan lain juga menyebutkan bahwa interaktifitas merupakan karakteristik nilai dari media baru. Dimana media lama lebih menawarkan konsumsi secara pasif, sedangkan media baru menawarkan interaktifitas.

"At the ideological level, interactivity is understood a one of the key 'value added' characteristics of new media. Where 'old' media offer passive consumption new media offer interactivity."
(Lister,2003:20)

Pada game Ragnarok Online ini, pemain tentunya tidak hanya berpusat pada pengembangan karakter saja, tetapi para gamers justru dituntut untuk berinteraksi dengan gamers yang lain, karena sama halnya dengan kehidupan sosial di dunia nyata, gamers di dalam game Ragnarok Online ini akan lebih mendapatkan kemudahan dalam meningkatkan *level* karakternya jika tingkat interaksi mereka tinggi. Interaksi antar pemain ini otomatis akan membuat sebuah rasa ikatan antar pemain yang berkembang menjadi sebuah pertemanan. Direktur PT Lyto Datarindo Fortuna, Andi Suryanto menjelaskan inti dari game Ragnarok online adalah sebuah online game yang mengembangkan komunitas. (<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0311/14/muda/686761.htm>).

Contohnya saja di dalam Ragnarok online terdapat komunitas-komunitas yang membentuk suatu kelompok kecil yang dinamakan dengan *guild*. Mereka yang tergabung dalam *guild* belum tentu saling kenal karena masih berhubungan melalui internet. Jadi, sahabat di dunia maya belum tentu kenal apabila bertemu di dunia nyata. Tetapi perlakuan sebuah *guild* pun tidak berbeda jauh dengan perlakuan peer grup yang jamak kita jumpai di lingkungan sosial pada umumnya. Ada unsur perkawanan yang kuat sehingga

gesekan atau hinaan terhadap sebuah *guild* bisa berubah menjadi perkelahian. Bahkan perang pun bisa terjadi walau tidak harus bertemu face to face. Perang antar *guild* cukup dilakukan di sebuah fasilitas khusus dalam game Ragnarok. Masing-masing anggota *Guild* yang bersitegang bisa saling mencaci dan adu kekuatan (tentunya dengan segala skill yang mereka miliki). *Guild* yang menang biasanya akan diakui sebagai *Guild* yang lebih hebat, dan bisa saja beberapa barang yang dimiliki *Guild* yang kalah diambil sebagai "pampasan perang". Komunitas ini tidak hanya terbatas pada sekedar pertikaian antara pemain tetapi ada juga diantara mereka yang bersahabat baik bahkan ada pasangan yang pada akhirnya bisa menikah di dunia nyata. (<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0311/14/muda/686761.htm>).

Selain komunitas yang terbentuk dalam bentuk *guild*, ada pula komunitas virtual yang bermunculan di situs-situs internet. Komunitas ini tidak hanya membicarakan seputar dunia game, tetapi tema-tema lain dari *anime*, *manga*, komik sampai hal-hal yang tidak ada hubungannya dengan *games* pun tetap dibahas. Selain berdampak pada kehidupan sosial para pemainnya, komunitas ini juga menjadi arena feedback untuk perusahaan game atau pemegang lisensi game. Di komunitas ini para *gamers* dapat berkomunikasi tentang *game* itu sendiri, memberikan opini, mengetahui karakter apa yang disukai, bagaimana cara mengembangkan *game* berikutnya, apa yang harus dilakukan apabila terjadi masalah, atau menuntut perusahaan *game* untuk melakukan pembaharuan yang diperlukan pemain. Manfaat komunitas ini tidak hanya untuk ajang *chatting* belaka, tetapi juga sebagai

ajang bisnis dan aktualisasi diri. Bertemu dengan orang-orang dengan minat yang sama, bukan tidak mungkin memunculkan satu kelompok dengan visi yang sama tentang membuat game yang sukses dan meniti karir bersama-sama sebagai desainer game yang handal. ([http://www.kompas.com/teknologi/news/0404/15/110906 .htm](http://www.kompas.com/teknologi/news/0404/15/110906.htm))

Sisi interaktifitas yang menjadi karakteristik *game online* ini diakui telah menyita waktu dari para *gamers*. Kebanyakan mereka bisa sampai lupa waktu jika telah menyentuh *game* ini. Satu pemain biasanya bisa menghabiskan waktu sampai 5 jam untuk sekali mainnya. (www.harianbatampos.com/index2.php). Hal ini lah yang mendorong penulis ingin mengetahui motif apa yang sebenarnya mendasari gamer dalam memainkan *game online* ini, apalagi jika kita melihat intensitas bermain *gamers* yang dalam sehari bisa bermain sampai dengan 5 jam bahkan lebih.

Penelitian ini akan menggunakan teori Uses and Gratification untuk mencari motif yang didapat para *gamers*. Adapun alasannya karena selama ini media-media baru telah banyak melakukan study dengan menggunakan teori uses and gratification. Karena dari media baru ini dapat diketahui motivasi baru dan juga kepuasan yang diperoleh oleh penggunanya. (<http://iml.jou.ufl.edu/projects/Fall99/Hur/paradigm.html>)

Selain itu Rafaeli juga menyatakan bahwa hubungan *user* dan media interaktif ini harus dipahami dari teori perilaku audiens *uses and gratification*. Dimana audiens tidak dilihat sebagai konsumen yang pasif tetapi sebagai subjek yang mempunyai kebutuhan sosial yang spesifik seperti kebutuhan

akan informasi, hiburan, pencarian identitas dan komunikasi. (Lister, 2003:184)

Penelitian ini akan menggunakan purposive sampling yaitu ke warnet-warnet multiplayer besar di Surabaya. Dipilihnya sampling ini karena dianggap bisa mewakili dalam pencarian responden yaitu remaja, karena remaja gampang untuk ditemui di warnet-warnet terutama setelah jam-jam usai sekolah, tetapi adapula kelemahan sampling ini yaitu tidak bisa menggeneralisir karena peneliti mendapatkan kesusahan dalam menentukan jumlah populasi secara pasti dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimanakah bentuk motif dalam bermain *game online* yaitu *Ragnarok Online*.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

Apakah motif paling tinggi dari *gamers* dalam bermain *game Ragnarok online* di Surabaya?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu :

Untuk mendeskripsikan motif paling tinggi *gamers* dalam bermain *game Ragnarok Online* di Surabaya.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dari penelitian ini adalah :

Memberikan data tentang motif remaja bermain game Ragnarok Online di Surabaya.

1.5 KERANGKA KONSEPTUAL

1.5.1 *USES AND GRATIFICATIONS*

Uses and gratifications merupakan sebuah perspektif yang lebih menekankan kepada konsumen/ pengguna media. Pendekatan ini menjelaskan bagaimana khalayak menggunakan media dan kepuasan yang mereka cari dan peroleh dari perilaku mereka menggunakan media. Para peneliti *Uses & Gratifications* berasumsi bahwa para khalayak lebih berhati-hati dan dapat memberikan alasan mengapa mereka mengkonsumsi berbagai isi media (Wimmer&Dominick,2000:385).

Menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch, *Uses & Gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak kita inginkan.

Berbeda dengan penelitian-penelitian tentang media massa sebelumnya yang lebih menekankan kepada isi media, *Uses & Gratifications* lebih memfokuskan kepada audiens dalam menggunakan media. Hal ini disarankan oleh Elihu Katz (1959) bahwa kita seharusnya mengurangi perhatian tentang apa yang media lakukan terhadap khalayak, dan memberi perhatian lebih terhadap apa yang khalayak lakukan terhadap media (McQuail&Windahl,1993:132).

Pendekatan ini juga berasumsi bahwa khalayak bertindak aktif menggunakan media dalam pemenuhan kebutuhannya, berdasarkan pengalamannya dengan media.

Audiens diasumsikan aktif dan bertujuan dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Audiens sangat bertanggung jawab dalam memilih media untuk mempertemukan kebutuhan-kebutuhan serta mengetahui kebutuhannya itu sendiri dan bagaimana mempertemukan kedua hal tersebut. (Littlejohn,1999:350).

Dennis McQuail dan Sven Windahl juga berasumsi bahwa:

“Media use is only one way amongst others of satisfying needs which are experienced in everyday life.” (McQuail&Windahl,1993:134)

Khalayak berharap dengan menggunakan media, mereka dapat memenuhi sebagian kebutuhannya. Sehingga gamers dalam hal ini memilih Ragnarok online dengan harapan agar kepenuhannya dapat terpenuhi, dengan kata lain gamers mendapatkan kepuasan nyata dari media tersebut.. Harapan (*expectancy*) khalayak dalam menggunakan media tersebut

merupakan dasar ide dari teori ini. Teori *Uses and Gratifications* merupakan perluasan dari ide dasar bahwa rangkaian kepercayaan dan evaluasi melatarbelakangi suatu tindakan. Disini, perilaku individu terhadap beberapa segmen dari media ditentukan oleh kepercayaan dan evaluasi individu terhadap segmen tersebut. Dan gratifikasi (kepuasan) yang dicari dari media ditentukan oleh perilaku individu terhadap media – kepercayaannya terhadap apa yang dapat diberi oleh sebuah medium dan evaluasi mereka terhadap material tersebut (Littlejohn,1999:350). Sedangkan kebutuhan khalayak dalam kaitannya dengan penggunaan media massa, dideskripsikan oleh Katz, Gurevitch, dan Haas (1973) sebagai berikut :

1. *Cognitive Needs* : kebutuhan yang berkaitan dengan penambahan informasi, pengetahuan dan pemahaman atas lingkungan. Kebutuhan ini didasari oleh dorongan untuk memahami dan menguasai lingkungan serta memuaskan dorongan keingintahuan
2. *Affective Needs* : kebutuhan yang berkaitan dengan penambahan pengalaman, estetika, kesenangan, dan emosional.
3. *Personal Integrative Needs* : kebutuhan yang berkaitan dengan penambahan kredibilitas, rasa percaya diri, stabilitas, dan status individu.
4. *Social Release Needs* : kebutuhan yang berkaitan dengan pelarian diri, mengurangi ketegangan, dan keinginan mendapatkan hiburan.
(Severin&Tankard,1988:304)

Untuk mencari motif dalam penelitian ini akan menggunakan kategori motif dari McQuail yaitu :

1. Informasi (*Surveillance*)

- Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia.
- Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
- Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
- Belajar, pendidikan diri sendiri.
- Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.

2. Hiburan (*Diversion*)

- Melepaskan diri atau terpisah dari permasalahan
- Bersantai
- Memperoleh kenikmatan jiwa estetik
- Mengisi waktu
- Penyaluran emosi
- Membangkitkan gairah seks

3. Identitas Pribadi (*Personal Identity or individual psychology*)

- Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi
- Menemukan model perilaku
- Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain
- Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri

4. Integrasi dan Interaksi Sosial (*Personal Relationship*)

- Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain; empati sosial

- Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki
- Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial
- Memperoleh teman selain manusia
- Membantu menjalankan peran sosial
- Memungkinkan seseorang untuk dapat menghubungi sanak-keluarga, teman dan masyarakat.

(McQuail,1996:72)

Dari kategori di atas dapat diketahui motif-motif itulah yang mendorong individu untuk mengkonsumsi media dengan tujuan dan cara yang berbeda bagi setiap individu. Motif antara satu individu dengan individu lainnya akan berbeda walau mereka menggunakan media yang sama. (Littlejohn,1999:354). Oleh karena motif antar individu tidak sama ini maka kepuasan yang diperoleh oleh audience pun pastinya tidak sama pula, karena adanya perbedaan latar belakang budaya ataupun berbedanya kondisi sosial diantara audience.

1.5.2 KHALAYAK DALAM MEDIA BARU

Khalayak adalah sekumpulan individu yang mengharapkan sesuatu dari komunikasi yang menerpa mereka dan cenderung menyeleksi semua yang dirasa berguna bagi dirinya (Severin&Tankard,1990:34). Dalam penelitian media massa, terdapat 2 konsep khalayak, yaitu khalayak aktif dan khalayak pasif. Audiens pasif adalah khalayak yang mudah dipengaruhi

secara langsung oleh media, sedangkan audiens aktif melihat khalayak lebih membuat keputusan tentang bagaimana menggunakan media. (Littlejohn,1999:337)

Frank Bioca mengungkapkan mengenai 5 karakteristik audiens yang aktif, yaitu :

1. *Selectivity*, active audiences are considered to be selective in the media they choose to use
2. *Utilitarianism*, active audiences are said to use media to meet particular needs and goals
3. *Entertainment*, implies the purposeful use of media content
4. *Involvement or Effort*, audiences are actively attending, thinking about, and using the media
5. *Impervious to influence*, active audiences are believed to be impervious to influence or not very easily persuaded by the media alone (Littlejohn,1999:337)

Pada media baru ada karakteristik lain yang bisa ditemukan dari khalayaknya yaitu dari sisi interaktifitas. Dimana khalayak bisa berperan lebih aktif di dalamnya. Adapun ciri dari khalayak ini adalah :

1. *By mutual discourse*, dalam artian dimana tindakan komunikasi terjadi berdasarkan adanya serangkaian kejadian komunikasi, misalnya respon A tergantung pada respon dari B sebelumnya terhadap tindakan komunikasi dari A pada awalnya.

2. *By exchange of roles*, yaitu kemampuan si A untuk mengambil posisi si B dan melakukan tindakan komunikasi dari si B. Siapapun bisa mengambil peranan dari pelaku komunikasi yang lainnya.
3. *By having control*, yaitu dimana individu dapat memilih waktu, isi, dan urutan dari kejadian komunikasi. Individu dapat memiliki kontrol untuk menentukan pilihannya.
4. *By participants*, yaitu paling tidak seseorang akan berkomunikasi sedikitnya dengan satu sumber informasi ataupun dengan dua atau lebih dari individu yang menggunakan medium. Dalam media baru individu-individu ini lebih disebut dengan partisipan, bukannya sumber dan penerima (*sources and receivers*), karena mereka memiliki peranan yang sama dalam memberikan informasi dan membangun makna. (Williams, 1988:10-11)

Dalam pengertian khalayak media baru ini dapat ditemukan pemahaman bahwa khalayak itu bersifat aktif dan selektif terhadap isi media. Selektif adalah kecenderungan khalayak untuk membuka dirinya atau menghadiri isi pesan media yang dirasa sesuai dengan perilaku mereka sebelumnya. Dengan selektivitas ini, terjadi sebuah proses keterlibatan seleksi nonrandom dari satu atau lebih perilaku, persepsi ataupun kognitif hal lain yang berhubungan dengan media (Levy&Windahl,1985:112). Khalayak aktif dan selektif ini didasari pada asumsi bahwa setiap individu memiliki motif-motif dan harapan-harapan tertentu dalam mengkonsumsi media massa untuk pemenuhan kepuasan mereka secara pribadi.

1.5.3 INTERAKTIFITAS SEBAGAI SALAH SATU CIRI DARI MEDIA BARU

Media baru (New media) bisa didefinisikan dalam beberapa pengertian yaitu :

- Sebagai *new textual experiences* : yaitu semacam genre baru, bentuk tekstual, hiburan, kesenangan dan bentuk dari konsumsi media (games komputer, *hypertexts*, *special effect cinema*).
- Sebagai *new ways of representing world* : dimana media tidak bisa didefinisikan secara jelas dan menawarkan representasi kemungkinan dan pengalaman (seperti di dunia virtual, multimedia interaktif)
- Sebagai *new relationship between subjects (users and consumers) and media technologies* : perubahan dalam penggunaan dan penerimaan dari gambaran dan media komunikasi dalam kehidupan sehari-hari serta dalam teknologi media.

(Lister, 2003:12)

Lister mengungkapkan bahwa *interactivity* merupakan karakteristik nilai dari new media. Dimana media lama lebih menawarkan konsumsi secara pasif, sedangkan media baru menawarkan interaktifitas.

“At the ideological level, interactivity is understood a one of the key ‘value added’ characteristics of new media. Where ‘old’ media offer passive consumption new media offer interactivity.”

(Lister,2003:20)

Kemudian pernyataan dari Pavlik juga menyebutkan bahwa interaktifitas pada teknologi media baru sebagai hal yang paling banyak ditemukan. Seperti pernyataan di bawah ini :

“Interactivity has been one of the most sought-after goals of the new media age.” (Pavlik, 1996:135).

Sheizaf Rafaeli mendefinisikan interactivity sebagai atribut alami dari konversasi secara tatap muka, tetapi juga bisa muncul dalam komunikasi di media seperti dari *video games* interaktif

“Interactivity is generally assumed to be a natural attribute of face-to-face conversation, but it has been proposed to occur in mediated communication setting as well. For example, interactivity is also one of the defining characteristics of two way cable systems, electronic text systems, and some programming work, as in interactive video games” (http://gsb.haifa.ac.il/~sheizaf/interactivity/Rafaeli_interactivity.pdf)

Dalam interaktifitas siapapun bisa menjadi sumber dan juga penerima (Source and receiver), sama halnya ketika seseorang menggunakan telepon. Dalam interaktifitas, para pelaku akan menemukan banyak kesempatan untuk bisa menjadi lebih partisipan aktif di dalam dunianya. (Pavlik, 1996:135)

Seseorang yang menjadi interaktif bisa dinyatakan sebagai seorang *users* (pengguna). Mereka mempunyai kemampuan untuk turut serta secara langsung dan mengubah gambaran serta teks yang mereka akses. Jadi audiens dari new media menjadi seorang “*user*” daripada hanya sekedar menjadi “*viewer*” dari budaya visual, film, tv, atau pembaca literatur. (Lister, 2003:20-21)

1.5.4 GAME ONLINE SEBAGAI PERKEMBANGAN TEKNOLOGI MEDIA INTERNET

Marshall McLuhan menyatakan bahwa saat ini kita hidup dalam sebuah “*Global Village*”, dimana media komunikasi modern memungkinkan jutaan orang di seluruh dunia berhubungan dengan hampir semua wilayah di dunia ini. (Littlejohn, 1999:327). Begitu pula dengan semakin berkembangnya internet sebagai *new mass media communication*, seperti yang dikemukakan oleh John Chambers mengenai “*Internet Revolution*” :

The internet will change how people live, work, play, and learn. The Industrial Revolution brought together people with machines in factories, and the Internet revolution will bring together people with knowledge and information in virtual companies. And it will have every bit as much impact on society as the Industrial Revolution. It will promote globalization at an incredible pace. But instead of happening over 100 years, like the Industrial Revolution, it will happen over seven years. (Baran,1999:414)

Internet dikenal sebagai “*network of networks*” yang berkembang dengan sangat pesat. Jaringan ini terdiri dari LANs (Local Area Networks), yang menghubungkan dua atau lebih komputer, biasanya dalam bangunan yang sama, dan WANs (Wide Area Network), menghubungkan beberapa LANs dalam lokasi yang berbeda. (Baran,1999:414). Salah satu bentuk perkembangan dari internet yaitu ditemukannya game online, dimana permainan atau *game* bisa dimainkan secara massal atau bersama-sama.

Online games refer to video games that are played over some form of network, most commonly the Internet. The expansion of online gaming has reflected the overall expansion of the Internet. Online games can range from simple text based games to games incorporating complex graphics and virtual worlds populated by many players simultaneously. Many different styles of play are available online.

Many online games have associated online communities, making online games a form of social activity beyond single player games.
(http://en.wikipedia.org/wiki/Online_game)

Dari definisi diatas dapat diperoleh pengertian bahwa game online dimainkan melalui jaringan (*network*) internet, yang membuktikan bahwa internet telah melakukan perluasan. Online game memiliki banyak variasi permainan, mulai dari games yang berbasis *simple text* (game yang sederhana seperti permainan kata-kata) sampai pada permainan yang menyediakan grafis yang kompleks dan secara virtual dimainkan oleh banyak pemain. Dari game online ini banyak terbentuk komunitas online, yaitu sebuah bentuk aktifitas sosial secara online.

Diantara banyaknya jenis game online, yang paling banyak dimainkan secara massal dalam waktu bersamaan yaitu MMORPG (*Massively multiplayer online games*), yaitu sebuah game berbasis Role Playing Games (permainan yang memberikan peranan-peranan tertentu pada pemainnya) yang dimainkan secara *massive* atau massal.

With the growth of broadband Internet access in many developed countries, the types of online games playable over the Internet exploded. Massively multiplayer online games were made possible with expanding Internet access, using the Internet to allow hundreds of thousands of players to play the same game together. Many different styles of massively multiplayer games are available:

MMORPG (Massively multiplayer online role-playing game)

MMORTS (Massively multiplayer online real-time strategy)

MMOFPS (Massively multiplayer online first-person shooter)

(http://en.wikipedia.org/wiki/Online_game)

1.5.5 KARAKTERISTIK PSIKOLOGIS REMAJA

Dick Hebdige dalam *Hiding in the Light* (1988) menyatakan bahwa remaja telah dikonstruksikan dalam wacana “masalah” dan “kesenangan” (remaja sebagai pembuat masalah dan remaja yang hanya gemar bersenang-senang). (www.kunci.or.id/teks/0607rem.htm)

Pengkonstruksian kesenangan ini bisa dikaitkan dengan konsep bermain, yaitu suatu hal yang seringkali dilakukan oleh remaja. Adapun arti dari bermain menurut James Sully adalah adanya rasa senang yang ditandai oleh tertawa. Sedangkan menurut Elizabeth B Hurlock bermain adalah semua aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan kesenangan, dan tanpa memperhitungkan hasil akhir dari aktivitas tersebut. Piaget berpendapat bahwa bermain terdiri dari respon yang dilakukan berulang-ulang untuk mendapatkan kesenangan secara fungsional. Bettelheim juga menambahkan bahwa aktivitas bermain adalah aktivitas yang tidak dibatasi oleh peraturan-peraturan, yang hanya mementingkan keterlibatan pemainnya. (www.e-psikologi.com/anak/index.htm)

Andi Mappiare membagi rentangan usia berdasarkan klasifikasi dari Elizabeth B. Hurlock bahwa terlihat jelas rentangan usia remaja antara 13-21 tahun, yang dibagi pula dalam masa remaja awal usia 13/14 tahun sampai 17 tahun, dan remaja akhir 17 sampai 21 tahun (Mappiare, 1986:25). Penelitian ini memfokuskan pada remaja awal, yaitu remaja berusia 13-17 tahun.

Dalam parohan akhir periode pubertas atau parohan awal masa remaja awal, terdapat gejala-gejala yang disebut gejala-gejala “*negative*

phase.” Menurut Hurlock gejala-gejala itu sebagai berikut : keinginan untuk menyendiri (*desire for isolation*), berkurang keamuan untuk bekerja (*disinclination to work*), kurang koordinasi fungsi-fungsi tubuh (*incoordinations*), kemajuan (*boredom*), kegelisahan (*restlessness*), pertentangan sosial (*social antagonism*), penantangan terhadap kewibawaan orang dewasa (*resistance to authority*), kepekaan perasaan (*heightened emotionality*), kurang percaya diri (*lack of self-confidence*), mulai timbul minat pada lawan seks (*preoccupation with sex*), dan kesukaan berkhayal (*day dreaming*). (Mappiare, 1986:32)

Menurut Allison Davis dalam gagasannya mengenai *socialized anxiety*, remaja berkembang sesuai dengan yang diharapkan oleh lingkungan budayanya. Kepribadiannya dibentuk oleh gagasan-gagasan, kepercayaan-kepercayaan, nilai-nilai dan norma yang diajarkan kepada si remaja oleh lingkungan budayanya. Dorongan yang menyebabkan remaja mau mengikuti yang dituntukan oleh lingkungannya adalah kecemasan akan menghadapi hukuman, ancaman dan tidak adanya kasih sayang dari orang lain. Kalau kecemasan ini terlalu berat, akibat yang ditimbulkan adalah hambatan tingkah laku. (Sarwono, 2002:38).

Dalam diri remaja proses perubahan merupakan hal yang harus terjadi karena dalam proses pematangan kepribadiannya remaja sedikit demi sedikit memunculkan kepermukaan sifat-sifatnya yang sesungguhnya harus berbenturan dengan rangsangan-rangsangan dari luar. menurut Richmond dan Sklansky inti dari tugas perkembangan seseorang dalam periode remaja

awal dan menengah adalah memperjuangkan kebebasan.
(Sarwono,2002:74).

1.6 METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teori *Uses and Gratification*. Tipe penelitian ini adalah deskriptif dengan metode penelitian survey.

1.6.1 OPERASIONALISASI KONSEP

Untuk memberikan arah yang lebih jelas dalam penelitian ini, maka konsep-konsep yang ada perlu untuk dioperasionaliasikan.

Motif adalah sesuatu yang mendasari/ melatarbelakangi seseorang dalam melakukan suatu hal. Untuk mengukur motif gamers dalam penelitian ini maka akan digunakan indikator yang bisa dilihat dari kategori motif menurut McQuail, yaitu :

1. Informasi (*Surveillance*)

- Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar gamers dalam dunia RO
- Mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah pribadi, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan pengambilan keputusan dari dunia RO.

- Mencari kepuasan akan rasa ingin tahu dan minat berhubungan dengan RO
- Mencari sesuatu yang berkaitan dengan proses pembelajaran serta pendidikan dalam dunia RO.
- Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan yang diperoleh dari dunia RO.

2. Identitas pribadi (*Personal Identity or individual psychology*)

- Memperoleh penunjang nilai-nilai pribadi setelah bermain RO
- Memperoleh model perilaku dari dunia RO
- Dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain yang ada di masyarakat yang diperoleh setelah bermain RO.
- Mendapatkan peningkatan akan pemahaman tentang diri sendiri setelah bermain RO.

3. *Integration and Social Interaction (Personal Relationship)*

- Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain dan bisa merasakan empati sosial setelah bermain RO.
- Dapat mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa saling memiliki dari dunia RO.
- Mendapatkan bahan percakapan dan interaksi sosial dari dunia RO
- Memperoleh teman selain manusia di dunia RO
- Dapat membantu menjalankan peranan gamers dalam lingkungan masyarakat setelah bermain RO

- Dapat membantu menghubungi sanak-keluarga, teman dan masyarakat dalam dunia RO.

4. Hiburan (*Diversion*)

- Dapat melepaskan diri gamers dari permasalahan sosial setelah bermain RO
- Dapat bersantai sejenak
- Mendapatkan kenikmatan jiwa estetik dalam dunia RO
- Dapat mengisi waktu dengan bermain RO
- Dapat melepaskan emosi yang dialami
- Dapat membangkitkan gairah seks selama bermain RO

Bermain didefinisikan sebagai suatu kegiatan dimana pemainnya saling terlibat dan terkait satu sama lain yang dilakukan untuk mencari kesenangan. Sedangkan *game* adalah sebuah permainan *interactive* yang membutuhkan komputer untuk bermain. Arti dari gamer pun adalah seseorang yang memainkan permainan komputer ataupun *video game*. Dan pengertian dari remaja didefinisikan sebagai masa peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa.

Sehingga definisi dari bermain games oleh gamers remaja dalam penelitian ini merujuk kepada kontak permainan antara gamer dengan gamer lainnya dalam Ragnarok Online. Dengan kata lain gamers dikatakan bermain saat mereka melakukan kontak secara langsung (berinteraksi) dengan gamers lainnya yaitu melalui komputer online.

Dalam penelitian ini, untuk mengukur tingkat kepuasan gamers digunakan model skala Likert (skala sikap) dengan meniadakan pilihan jawaban ragu-ragu. Adapun alasannya yaitu :

1. Kategori ragu-ragu (*undecided*) memiliki arti ganda, bisa diartikan belum dapat memberikan jawaban, netral, dan ragu-ragu. Kategori jawaban yang memiliki arti ganda (*multi interpretable*) ini tidak diharapkan dalam instrumen.
2. Tersedianya jawaban ditengah menimbulkan kecenderungan menjawab ke tengah (*central tendency effect*), terutama bagi mereka yang ragu-ragu akan kecenderungan jawabannya.
3. Disediakan jawaban ditengah akan menghilangkan banyaknya data penelitian, sehingga mengurangi banyaknya informasi yang dapat dijangkau oleh responden. (Hadi, 1986:20)

Untuk melakukan pengskalaan, responden diberi daftar pernyataan *close-ended question* yang akan mempermudah responden dalam menjawab kepuasan gamers ketika memainkan game Ragnarok online. Setiap pernyataan akan disediakan jawaban yang harus dipilih oleh responden untuk menyatakan kesetujuan atau ketidaksetujuannya. Pilihan jawaban masing-masing digolongkan ke dalam 4 kategori yaitu : “Sangat Setuju (SS), “Setuju” (S), “Tidak Setuju” (TS), “Sangat Tidak Setuju” (STS). Setiap kategori dari jawaban akan diberi skor yaitu :

- Sangat Setuju (SS), skor 4
- Setuju (S), skor 3

- Tidak Setuju (TS), skor 2
- Sangat Tidak Setuju (STS), skor 1

Skoring dilakukan dengan cara menjumlahkan skor tiap item dari tiap-tiap kuesioner, sehingga diperoleh skor total dari kuesioner tersebut untuk masing-masing individu, selanjutnya hasil yang diperoleh akan diinterpretasikan.

1.6.2 UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS

Untuk mengukur keabsahan dari penelitian ini yang menggunakan alat ukur berupa kuesioner, maka uji validitas dan realibilitas perlu dilakukan. Uji validitas dan realibilitas ini dilakukan dengan memberikan kuesioner yang dirancang kepada sejumlah responden yang memiliki karakteristik yang sama dengan responden asli, yaitu remaja gamers Ragnarok Online di Surabaya, jumlah responden yang disarankan untuk diuji adalah minimal sebanyak 30 responden. Karena dengan jumlah minimal 30 responden ini maka distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurve normal. Asumsi kurve normal ini sangat diperlukan di dalam perhitungan statistik. (Ancok, dalam Singarimbun, 1995:137)

1.6.2.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Sekiranya peneliti menggunakan kuisisioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuisisioner yang

disusun harus mengukur apa yang ingin diukur. (Ancok, dalam Singarimbun, 1997:124)

Uji validitas dilakukan dengan memberikan daftar pernyataan (kuisisioner) kepada sejumlah responden yang memiliki karakteristik sama dengan responden asli. Selanjutnya adalah menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[(N\sum X^2 - (\sum X)^2) [N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

X adalah skor pernyataan no. 1

Y adalah skor total

XY adalah skor pernyataan no. 1 dikalikan skor total.

Dengan menggunakan perhitungan melalui SPSS 12.0 for windows, maka dari uji validitas yang telah dilakukan didapatkan hasil yaitu angka korelasi dari pernyataan nomor 1 sampai dengan pernyataan nomor 21 berada di atas angka kritik taraf signifikansi 5% dan 1 % yaitu 0,361 dan 0,463. Maka pernyataan nomor 1 sampai dengan pernyataan nomor 21 adalah signifikan. Hal ini berarti pernyataan yang digunakan dalam kuesioner ini telah valid.

1.6.2.2 Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. (Ancok, dalam Singarimbun, 1997:140).

Makin kecil kesalahan pengukuran, makin reliabel alat pengukur. Sebaliknya makin besar kesalahan pengukuran, makin tidak reliabel alat pengukur tersebut. Besar kecilnya kesalahan pengukuran dapat diketahui antara lain dari indeks korelasi antara hasil pengukuran pertama dan kedua. (Ancok, dalam Singarimbun, 1997:141).

Untuk uji realibilitas dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan metode pengukuran ulang, yaitu dengan meminta responden yang sama agar menjawab semua pertanyaan dalam alat pengukur sebanyak dua kali. Selang waktu antara pengukuran pertama dan pengukuran kedua adalah 15 hari, karena menurut Ancok, selang waktu antara pengukuran pertama dan pengukuran kedua sebaiknya tidak terlalu dekat dan tidak terlalu jauh. Selang waktu antara 15-30 hari pada umumnya dianggap memenuhi persyaratan tersebut. Kalau selang waktu terlalu dekat, responden masih ingat dengan jawaban yang diberikannya pada waktu pengukuran yang pertama. Sedangkan kalau selang waktu terlalu lama, kemungkinan terjadi perubahan pada fenomena yang diukur. Kedua hal ini akan mempengaruhi pengujian reliabilitas. Hasil pengukuran

pertama dikorelasikan dengan teknik korelasi *product moment* seperti pada saat pengujian validitas. (Singarimbun, 1997:142).

Selanjutnya hasil pengukuran I dikorelasikan dengan pengukuran II dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* yang sama saat pengukuran validitas. Pengukuran I disebut X dan pengukuran II disebut Y (bias dilihat di lampiran). Cara penghitungannya persis sama dengan contoh pada perhitungan validitas sebelumnya. Dengan menggunakan penghitungan melalui SPSS 12.0 for windows maka diperoleh hasil yaitu sebesar 0,724. Angka ini berada diatas angka kritik dalam tabel nilai r untuk taraf signifikansi 5% yaitu 0,361. Sehingga pernyataan-pernyataan dalam kuesioner penelitian ini telah reliabel.

1.7 POPULASI DAN SAMPEL

1.7.1 POPULASI PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini yaitu remaja gamers Ragnarok Online di Surabaya. Berdasarkan data yang diperoleh dari www.swa.co.id dimana pemain rame Ragnarok Onlines pada tahun 2006 kemarin yang telah mencapai 26.000 orang perdetiknya, dan dari data iGames, 74% pemain *games Ragnarok online* di Surabaya adalah pelajar SMP-SMA, 11% merupakan mahasiswa dan sekitar 10% gabungan karyawan dan pengusaha (http://www.sda-indo.com/sda/news/psecom,id,6024,language,Indonesia,nodeid,1,xv_query,warnet,xv_numresults,35,xv_sortvalue,

0.html). Dari perhitungan 74% dari jumlah *user Ragnarok online* yaitu 26.000 orang adalah sebanyak 19.240.

1.7.2 SAMPEL PENELITIAN

Sampel penelitian ini adalah remaja gamers Ragnarok Online di Surabaya yang berusia antara 13-17 tahun. Adapun alasan mengapa Surabaya yang dipilih sebagai wilayah penelitian karena kepopuleran Ragnarok Online begitu terasa di Surabaya. Pameran dan kompetisi sering diadakan di Surabaya. Pameran RO yang pertama diadakan di Surabaya dan bahkan kesuksesan RO pun berawal dari kota ini. Gamers di Surabaya juga sangat beragam dan memiliki antusiasme yang cukup tinggi terhadap kemunculan game online ini. (Omega Magazine, vol 13:150).

Untuk pengambilan data di lapangan, peneliti menggunakan purposive sampling, yaitu dengan menyebarkan kuesioner ke beberapa warnet-warnet multiplayer terbesar di Surabaya. Adapun alasan pemilihan sampling ini karena warnet-warnet multiplayer banyak yang tersebar di Surabaya, dan remaja SMP dan SMU sering mengunjungi warnet-warnet ini. Sehingga purposive sampling ini dianggap cocok sebagai ukuran dalam pengambilan sample penelitian

Sedangkan untuk memperoleh jumlah sample yang dibutuhkan dalam penelitian ini maka akan digunakan perhitungan sampel yang diperoleh melalui rumus Yamane dengan selang kepercayaan 95% dan presisi ditetapkan 10% sehingga didapatkan jumlah 100 orang sebagai

ukuran sampel yang cukup mewakili populasi penelitian (Rakhmat,2001:82).

Maka perhitungan jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

$$Nd^2 + 1$$

$$n = \frac{19.240}{19.240 (0,1)^2 + 1}$$

$$19.240 (0,1)^2 + 1$$

$$n = \frac{19240}{193,4}$$

$$193,4$$

$$n = 99,48$$

$$\approx 100$$

N merupakan jumlah pemain game online di Indonesia, sehingga dari penghitungan di atas diperoleh jumlah responden sebanyak 100 orang. Oleh karena itu sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 orang dari jumlah populasi yang telah ditentukan.

1.7.3 UNIT ANALISIS

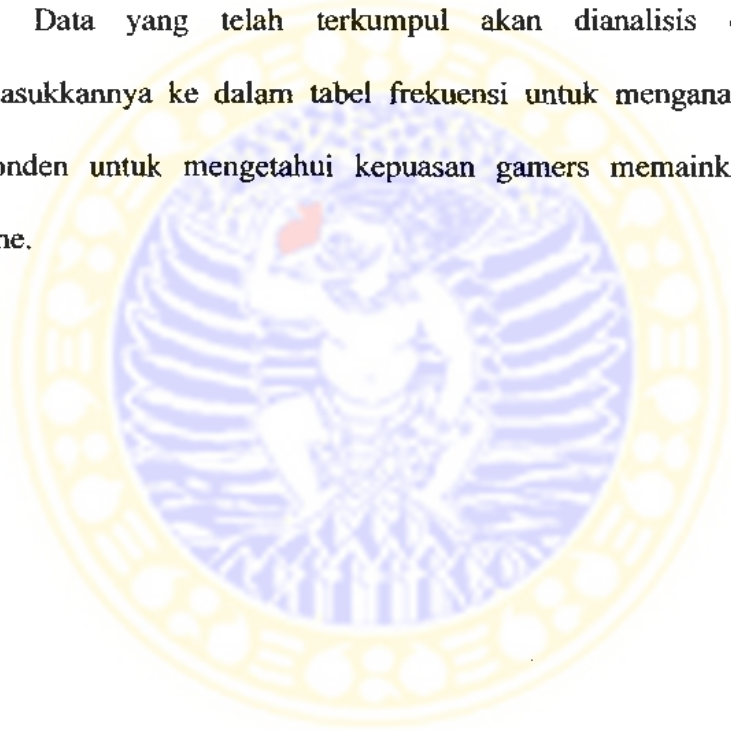
Unit analisis dari penelitian ini adalah individu yaitu remaja yang berusia antara 13-17 tahun dan merupakan gamers Ragnarok Online di Surabaya. Peneliti memilih usia ini karena melihat banyaknya pengguna game online merupakan anak usia SMP dan SMU.

1.7.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilaksanakan secara primer, yaitu melalui kuesioner dengan daftar pernyataan yang disusun secara berstruktur.

1.7.5 TEKNIK ANALISIS DATA

Data yang telah terkumpul akan dianalisis dengan cara memasukkannya ke dalam tabel frekuensi untuk menganalisis jawaban responden untuk mengetahui kepuasan gamers memainkan Ragnarok Online.



BAB II

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

2.1 Game Online

Perkembangan internet beberapa tahun belakangan ini mengalami kemajuan yang cukup pesat. Berbagai fitur-fitur telah ditemukan dan dikembangkan. Internet saat ini tidak hanya berurusan dengan sekedar *chatting* ataupun *email* saja. Tetapi melalui internet saat ini seseorang bisa bermain *game* secara *online* dengan masyarakat di berbagai belahan wilayah di dunia. Permainan yang bisa dimainkan secara online biasa disebut dengan game online atau bisa juga disebut dengan *multiplayer game*. Untuk jenis permainannya tidak berbeda jauh dengan *game* biasa dimulai dari jenis *sport*, strategi sampai dengan *role playing game* bisa ditemukan di *game online*.

Game Online merupakan suatu jenis permainan yang melibatkan banyak pemain atau bahkan ratusan hingga ribuan pemain sekaligus dengan menggunakan fasilitas LAN (*Local Area Network*) maupun Internet. Para pemain juga dapat saling berinteraksi satu sama lain seraya menjalankan permainan bersama-sama. (<http://www.jurnal-kopertis4.org/file/kopwil4-281.doc>). Berdasarkan data dari www.beritaindonesia.com, diperkirakan jumlah pemain *online game* di Indonesia mencapai tiga juta orang. CEO PT Mythic Perspektif Indonesia Christopher Chandra menyebutkan Ada tiga juta *Online Gamers* dari sekitar 20 juta pengguna internet, namun baru ada lima

penerbit Online Game di Indonesia. Dia menerangkan permainan Online umumnya berasal dari luar negeri terutama China Korea dan Taiwan. Bahkan semua jenis MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) di datangkan dari Korea. Menurut Christopher, tiga juga pemain *online game* itu berusia antara 6 tahun sampai 40 tahun, mereka rata-rata menghabiskan Rp 150.000 per bulan untuk memainkan perusahaan. (http://www.beritaindonesia.co.id/data/arsip/2006/07/08/pengguna_online_game_capai_3_juta.php#006159)

Game-game online yang saat ini terdapat di Indonesia sangat beragam, awalnya dari Nexia, Counter Strike, Ragnarok Online, saat ini sudah bermunculan banyak judul dan jenis *game online* yang lebih bervariasi seperti Gunbound, PangYa, Tantra, Risk Your Life, Lineage, RF Online sampai ke jenis *game dance simulation* Ayo Dance.

2.2 Ragnarok Online

Di Indonesia perkembangan *game online* mulai marak semenjak kemunculan Ragnarok Online. Kemunculan Ragnarok Online menjadi fenomenal semenjak tanggal perilisannya di Indonesia pada 26 Mei 2003. Pendahulunya yaitu *game online* yang berjudul Nexia : Kingdom of the Winds yang menjadi pelopor dari *game Online* di Indonesia telah lengser ketika diberlakukan pengenaan biaya dari penggunaan jasa permainan online ini. Namun berbeda halnya dengan Ragnarok Online. Walaupun penggunaanya sempat menurun sebanyak 20 persen namun pengenaan biaya terhadap

permainan ini tidak menyurutkan minat para penggemar loyalnya untuk terus menjadi bagian dari permainan ini. (<http://www.jurnal-kopertis4.org/file/kopwil4-281.doc>)

Ragnarok online adalah MPOCG (*Multi Player Online Community Game*) yang dibuat berdasarkan cerita dan latar belakang yang sama dari komik terkenal berjudul Ragnarok yang ditulis oleh komikus Korea, Lee Myoung-Jin. Komik ini kemudian dikembangkan menjadi sebuah *game online* yang memfokuskan fitur komunitas antar pemainnya. Dengan jalan cerita yang sama dengan versi komiknya, Ragnarok Online mempunyai tema utama cerita berdasarkan mitos bangsa Norse yang banyak terpengaruh dengan kebudayaan Jepang dan Kristen.

Cerita Ragnarok Online ini dimulai pada saat peperangan yang panjang dan sangat melelahkan terjadi selama bertahun-tahun. Peperangan yang panjang antara dewa, manusia dan iblis ini mengakibatkan kehancuran setiap makhluk dan terjadi kerusakan dimana-mana. Akhirnya mereka mengadakan gencatan senjata dan perang pun berakhir. Keadaan damai ini berlangsung selama beberapa tahun. Setelah keadaan menjadi damai dan aman, di dunia Midgard, manusia akhirnya mulai dapat melupakan kesulitan dan kesakitan pada waktu perang. Namun lama kelamaan mereka menjadi angkuh dan egois dan melupakan pengalaman mereka sewaktu perang di masa lalu.

Kejadian yang aneh mulai terjadi dan mengacaukan keadaan yang tadinya damai di beberapa tempat di Midgard. Monster-monster liar tiba-tiba muncul dan menyerang manusia, terjadi serangan bersamaan dengan gempa

bumi dan air pasang yang menggulung, melanda sebagian besar Midgard. Daerah-daerah yang tadinya damai mulai mengalami kerusakan. Di suasana kacau itu, muncul cerita legenda tentang munculnya iblis yang misterius, yang diceritakan dengan berbagai macam petualangan yang menarik, juga cerita tentang Ymir, kepingan yang dapat menjaga kedamaian. Petualangan yang menarik dimulai dengan mencari kepingan-kepingan tersebut. Ada yang mencarinya untuk kekayaan, atau yang lainnya untuk ketenaran namanya sendiri dan beberapa lagi untuk tujuan pribadinya. Pencarian dimulai tanpa ada seorangpun yang tahu kebenaran utama dari kepingan-kepingan Ymir. (www.ragnarok.co.id)

Dengan fasilitas utama yaitu menekankan unsur *chatting* dan bermain bersama, menjadikan Ragnarok Online mempunyai motto utama yaitu “*Sejuta Sahabat Sejuta Rasa*”. selain bisa *chatting* bersama dengan *gamers* di seluruh Indonesia, *gamers* juga bisa membentuk suatu organisasi atau biasa juga disebut dengan *guild* dan dapat mengadakan aktifitas bersama seperti *hunting* (meningkatkan level) bareng sampai dengan perang antar *guild* untuk memperebutkan kastil yaitu *War of Emperium* yang diadakan 2 kali dalam sepekan. (www.ragnarok.co.id)

Pada dasarnya *Game Online* ini bertipe RPG (*Role Playing Game*) yang *gameplay* sistemnya menarik karena mempunyai sistem profesi dan bermacam-macam kemampuan khusus (*skill*) yang bermacam-macam. Ragnarok Online yang aslinya dikembangkan oleh Gravity Corp di Korea, dan di Indonesia disediakan oleh PT Lyto Datarindo Fortuna, mempunyai tampilan

yang unik, setiap pemain (*gamers*) bisa memodifikasi jenis kelamin dan tampilan gaya dan warna rambut sesuai dengan selera *gamers*, tampilan ini menghasilkan 72 kombinasi ditambah dengan aksesoris yang bisa dibeli di toko2 di dalam permainan menjadikan tiap *gamers* menjadi suatu pribadi yang unik. (<http://ragnarok.webgaul.com/apaituro.php>)

Dunia Ragnarok Online dinamakan dengan Rune Midgard. Dalam *game online* ini tidak terdapat jalan cerita sehingga pemain bebas melakukan apa yang diinginkan walaupun ada beberapa cerita sampingan atau *quest* yang dibuat oleh pengembang *game*. Sistem tanpa cerita ini membuat pemain sangat leluasa. Walaupun demikian, seperti pada umumnya *game online*, yang dikejar oleh pemain adalah kenaikan *level* (atau lebih dikenal dengan istilah *leveling*) sampai *level* maksimal, dalam Ragnarok Online yang resmi, batas maksimal adalah 99. *Level* pemain dalam RO terbagi 2, yaitu *base level* dan *job level*. *Base level* adalah *level* karakter seseorang yang berpengaruh pada statusnya sedangkan *job level* mempengaruhi kemampuan profesi karakter pemain. Dalam Ragnarok Online terdapat beberapa macam *job*, di awal permainan *gamers* akan menjadi seorang pemula yang biasa disebut dengan *novice*, setelah melewati *job* ini maka *gamers* bisa memilih *job* berikutnya diantaranya yaitu Swordsman, Thief, Acolyte, Mage, Merchant, Archer, Wizard, Knight, Priest, Assassin, Hunter, Rogue, Monk, Crusader, Dancer/Bard, Sage, Alchemist dan masih banyak *job* lainnya.

Status karakter ada 6 macam yaitu STR (*Strength*), INT (*Intelligence*), DEX (*Dexterity*), LUK (*Luck*), VIT (*Vitality*), AGI (*Agility*) dan pemain bebas

menaikkan status yang ia mau. Kenaikan *level* (level up) dapat dicapai dengan cara membunuh monster-monster yang tersebar di berbagai tempat, lazimnya ada 2 tipe tempat, yang paling mudah dikenalin adalah tempat yang "tertutup" atau lebih sering disebut sebagai *dungeon* dan tempat terbuka. Membunuh monster memberi pemain 2 macam experience (exp) point, yang dihitung ke *base level* dan *job level*. Apabila karakter sudah mengumpulkan exp yang cukup maka *level* karakter akan naik. Sistem ekonomi RO dijalankan dengan mata uang *Zeny* dan berjalan sesuai dengan hukum pasar, terutama oleh penjualan barang-barang langka yang tidak bisa ditemukan di toko yang berputar di kalangan pemain berlevel tinggi. (http://id.wikipedia.org/wiki/Ragnarok_Online).

Ragnarok Online di Indonesia terbagi ke dalam 3 server utama yaitu Chaos, Loki dan Fenrir. Selain itu ada juga server Sakray, di mana semua *beta tested* nya dilakukan di *server* ini. Sebelum sebuah versi terbaru dari Ragnarok Online diluncurkan akan dicoba di *server* ini dulu. Sehingga ketika terjadi *bug* (kerusakan) akan bisa diantisipasi, singkatnya seperti sebuah *server* uji coba. Ragnarok Online juga mempunyai fasilitas yang disebut dengan Player Vs Player atau biasa disebut dengan PVP, di mana para pemainnya bisa saling menyerang antar individu dengan menggunakan skill dari masing-masing *gamers*. Fasilitas ini cukup digemari para *gamer* karena mempunyai keunikan sendiri. Untuk menjaga ketertiban dan mengantisipasi berbagai macam bentuk kecurangan selama bermain, pihak Lyto juga menyediakan tim dengan sebutan Game Master yang mempunyai tugas untuk mengawasi tindakan dari

para gamer, karena di dunia Ragnarok Online pun ada beberapa peraturan/ tata krama yang wajib untuk dipatuhi para pemainnya contohnya seperti dilarang untuk berkata kasar sampai ke dalam bentuk penipuan, sehingga bila ada yang menyimpang akan diberikan sangsi. Seperti halnya petugas keamanan yang biasa ditemui di kehidupan sosial.

Dalam Ragnarok Online, gamers tidak hanya dibatasi aktifitasnya dalam segi leveling saja, tetapi dalam *game* ini justru lebih ditekankan pada aspek interaktifitasnya. Walaupun *gamers* bisa memilih bermain secara solo, tetapi bermain secara bersama justru terasa lebih meringankan beban para gamers karena mereka bisa saling membantu baik dalam meningkatkan *level* ataupun saat mencari *rare item* (barang langka). Sama halnya dengan kehidupan di dunia nyata, gamers dalam Ragnarok Online bisa mencari teman, sahabat ataupun musuh, bahkan banyak yang mendapatkan pasangan dari *game online* ini. Dengan merambahnya *game online*, banyak pula bermunculan komunitas-komunitas baik itu yang bisa ditemukan di situs-situs ataupun komunitas di dunia nyata. Komunitas ini tak hanya membicarakan tentang games saja, tema-tema lain yang masih berhubungan seperti anime, manga, komik sampai yang tak ada hubungan dengan *games* pun akan dibahas. (www.kompas.com/teknologi/news/0404/15/110906).

Ragnarok Online cukup populer dan memiliki kemajuan yang pesat. Dalam waktu yang cukup singkat, pada tanggal 5 Februari 2006, *franchise game* ini telah tersebar ke beberapa negara yaitu Korea Selatan, Jepang, China, Taiwan, Thailand, Indonesia, Malaysia, Filipina, Brazil, Singapore,

Russia, India dan Oceania. Untuk negara bagian Eropa yaitu Jerman, Italia, Austria, Turki, Prancis, Inggris dan Switzerland. Sistem permainannya pun juga berstandar *pay-to-play*, yaitu kita harus membayar akun (semacam voucher bisa dalam bentuk jam, hari ataupun bulanan) untuk bisa bermain. (http://id.wikipedia.org/wiki/Ragnarok_Online)

Walaupun usia Ragnarok Online di Indonesia telah berjalan selama 4 tahun semenjak tahun 2003 kemarin, sampai saat ini masih banyak *game* yang setia memainkan Ragnarok Online. Andi Suryanto, presiden PT Lyto Datarindo Fortuna menyebutkan bahwa hingga tahun 2006 kemarin jumlah pemain Ragnarok Online telah mencapai lebih dari 26.000 orang. Sebuah kemajuan yang cukup signifikan, jika dilihat perkembangannya dari tahun 2003 yang baru menjangkit sekitar 5.000 gamer perdetiknya, kemudian di tahun 2004 meningkat tajam menjadi 20.000 orang. Padahal awalnya *game* ini diluncurkan masih gratis, setelah diberlakukan masa komersial timbul kekhawatiran jumlah *gamers* akan menurun, tetapi yang terjadi ternyata jumlah *gamers* semakin meningkat. (<http://www.swa.co.id/swamajalah/tren/details.php?cid=1&id=5352&pageNum=>)

Sebagai *game* yang menitikberatkan pada sisi interaktifitas, Ragnarok Online mempunyai fitur yang mendukung untuk membangun sebuah komunitas di dalam dunianya, yaitu fasilitas *guild*. Fungsi teknis dari *Guild* ini adalah untuk membagi *experience point* yang di dapatkan melalui pertarungan yang dilalui oleh kerjasama *Guild* tersebut. Selain itu fungsi teknis lainnya adalah membagi item-item, uang, dan lain sebagainya. Namun terlepas dari

fungsi teknisnya, Guild terbentuk atas kesadaran jenis, persamaan kepentingan pribadi maupun kepentingan bersama, hubungan sosial, dan ikatan organisasi formal. Adapula tujuan yang lain yang lebih kompleks dari pembentukan Guild ini adalah suatu tujuan pengikatan kepada suatu jaringan yang akan bersifat *interdependent*. (<http://www.jurnal-kopertis4.org/file/kopwil4-281.doc>.)

Format guild ini hampir sama halnya dengan pembentukan komunitas di masyarakat nyata, yang membedakan hanya dari segi medinya saja. Fasilitas ini membantu gamers agar bisa saling mempererat hubungan, sehingga kekompakkan antar anggotanya semakin kuat. Bahkan dari fasilitas guild ini pada akhirnya sering dijadikan ajang perlombaan, yang dinamakan RIC (Ragnarok Indonesia Championship), dimana setiap guild bisa saling bertarung untuk membuktikan guild mana yang terkuat. Perlombaan ini sifatnya berskala besar, dimana pemenangnya tidak hanya mendapatkan hadiah tapi juga berhak untuk menjadi wakil dari Indonesia untuk di perlombakan di tingkat internasional.

2.3 Efek Permainan Ragnarok Online Bagi Gamers

Dengan adanya fenomena-fenomena beragam yang bisa ditemukan di Ragnarok Online, banyak gamers yang mempunyai beragam motif dalam memainkan game online ini. Ada yang karena hanya sekedar untuk mencoba-coba saja, ingin mendapatkan teman, untuk menghibur diri, bahkan sampai dengan motif untuk mencari penghasilan. Terbukti dengan banyaknya bentuk

penjualan karakter, zeny (mata uang di dunia Ragnarok Online) sampai dengan penyediaan jasa BOT, di mana dengan sistem ini para gamers bisa meningkatkan levelnya dengan mudah dan mendapatkan item-item tertentu dengan kemungkinan yang lebih tinggi, walaupun sistem ini sama sekali tidak disetujui oleh pihak Lyto, tetapi tetap saja masih banyak yang menawarkan jasa ini.

Dari hasil polling yang diadakan dalam sebuah forum di internet mengenai daya tarik dari Ragnarok Online dengan hasil :

1. komunitasnya sebesar 41% (59 responden),
 2. untuk mencari item (barang) dan equipment (perlengkapan) yang mantap sebesar 11% (17),
 3. karena adanya fasilitas WOE (War Of Emperium=sejenis kompetisi untuk memperjuangkan kastil yang dapat membuktikan kekuatan guild-guild tertentu) sebesar 37 % (53),
 4. mobilitas hunting (perburuan) yang seru sebesar 2% (4),
 5. untuk meningkatkan level sebesar 6% (10).
- (forum.ragnafilia.com/viewtopic.php?t=28408&postdays=0&postorder=asc&start=240&sid=627999e)

Banyak dari gamers Ragnarok Online yang merasakan pengaruh setelah bermain game ini, baik itu hal-hal yang positif ataupun yang negatif. Berdasarkan situs-situs dan forum-forum di internet banyak yang mengatakan dampak positif itu seperti bisa mendapatkan teman-teman baru melalui fasilitas chattingnya, bahkan ada yang mengatakan bahwa dari Ragnarok Online bisa mengajarkan bagaimana caranya berkomunikasi dengan sesama walaupun hanya sebatas permainan. Ragnarok Online bisa dijadikan sebagai ajang untuk bersosialisasi, sama halnya dengan yang ditemukan di dunia nyata. Ada dari gamers yang bahkan menganggap bahwa Ragnarok Online ini merupakan hidup ke-2 nya, karena bisa melakukan hampir semua aktifitas

yang biasa dilakukan sehari-harinya mulai dari makan, minum, mencari uang, menipu, mengejek orang lain, bertarung, dan mendapatkan pacar. (http://www.pintunet.com/lihat_opini.php?pg=2007/02/11022007/52121)

Dengan beragam karakter yang bisa gamer ciptakan sendiri, banyak dari mereka yang merasakan bisa mengekspresikan dirinya melalui permainan ini. Ada yang awalnya *nobody* di dunia nyata bisa menjadi *real somebody* di dunia Ragnarok Online. Seperti yang ditemukan dari situs [pintunet.com](http://www.pintunet.com) ada seorang gamer yang memiliki nickname Ibrahim ini bisa melakukan sesuatu di dalam game yang tidak bisa dilakukan di dunia nyata, kalau di dunia nyata, ia tidak bisa menjadi leader di kelompoknya, maka di dalam dunia Ragnarok ia bisa menjadi seorang leader dalam suatu guild untuk memenangkan peperangan. Ibrahim mengaku tidak mengalami kebosanan walaupun telah bermain selama kurang lebih 4 tahun lamanya. (http://www.pintunet.com/lihat_opini.php?pg=2007/07/05072007/60308)

Dalam game ini tidak ada tujuan khusus, tapi gamer sendirilah yang bisa menetapkan tujuan utama mereka memainkan game ini. Dari Ragnarok Online juga para gamers mengaku mendapatkan tambahan pengetahuan dan informasi-informasi yang dibutuhkan seputar dunia games. Gamer pun mengaku dengan bermain Ragnarok Online bisa mengurangi stress yang didapat dari kehidupan nyata. (<http://forum.webgaul.com/archive/thread/t-22841-perubahan-yang-dirasakan-setelah-mengenal-Ragnarok-Online.html>)

Ada pula yang merasakan dampak positif itu dari segi pendidikan, yaitu dirasa cukup bagus untuk merangsang kemampuan otak dalam mengatur

strategi yang tepat dalam menghadapi suatu masalah. Karena dalam game Ragnarok Online terdapat beberapa fitur-fitur di mana para pemainnya harus bisa mengatur strategi untuk bisa mencapai tujuan yang diinginkan, diantaranya seperti fasilitas perang guild, dimana guild yang bisa memenangkan peperangan akan mendapatkan kastil. Gamers menjadi terbiasa untuk berpikir bagaimana mengatur suatu strategi yang bisa tepat dan jelas.

Dampak lain yang bisa dirasakan gamer selama bermain yaitu bagi mereka yang ingin mencari jodoh, Ragnarok Online bisa menjadi ajang untuk pencarian pasangan yang diinginkan. Apalagi ada fasilitas yang disuguhkan untuk pasangan di dunia Ragnarok Online, mereka bisa menikah bahkan mempunyai anak juga bisa dilakukan. Apalagi ada pasangan yang akhirnya bertemu dan menikah di dunia nyata. (http://www.pintunet.com/lihat_opini.php?pg=2003/06/18062003/15471)

Game online tidak selalu memberikan dampak positif seperti tersedianya fasilitas chatting di mana komunitas bisa terbentuk melalui *online*, tetapi dampak negatifnya juga cukup banyak dirasakan. Yang paling utama adalah kecenderungan gamer untuk *connect* ke *game*-nya terus-terusan. *Game online* memang unik akan interaksi sosial dan kehidupan virtual 24 jam. Karena ditambah dengan permainan yang menarik sering membuat gamer betah bermain berjam-jam. Apalagi dengan banyaknya pilihan kali ini membuat gamer semakin lupa waktu. Ini yang kurang baik karena bisa berpengaruh terhadap kondisi kesehatan dan psikologis gamer itu sendiri.

Apalagi kalau sampai mengganggu pendidikan mereka.
(<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0412/24/muda/1459940.htm>)

Dari forum webgaul bahkan ada gamer yang bermain selama 20 jam nonstop, sampai ke pemain yang mengaku begitu maniaknya sampai harus menginap di warnet dan melupakan makan. (http://www.pintunet.com/lihat_opini.php?pg=2007/07/05072007/60308). Hal ini yang membuat gamer menjadi kecanduan dan selalu terbayang dengan permainan Ragnarok Online, kebanyakan waktunya dihabiskan untuk bermain dan berpikir bagaimana caranya untuk selalu bisa connect selama mungkin di depan komputer ataupun bagaimana caranya bisa cepat menaikkan level dan status di dalam permainan. Hal ini juga menyebabkan timbulnya gangguan kesehatan, seperti pusing, maag sampai dengan rusaknya mata (bertambah minus) yang kerap kali dirasakan oleh gamer Ragnarok online yang sudah kecanduan. Bahkan ada juga gamer yang mengaku menjadi jauh dari Tuhan karena waktunya tidak ada lagi diluangkan untuk beribadah, sebagian besar waktunya hanya tersita untuk bermain saja. Dengan tersitanya waktu ini juga para pelajar kebanyakan mengalami penurunan nilai pelajaran, bahkan mereka kadang bolos dari jam sekolah.

Selain itu dampak yang paling dirasakan adalah timbulnya budaya konsumerisme, di mana dari bermain Ragnarok Online selain gamers harus membayar biaya internet selama beberapa jam, gamer juga wajib untuk membayar voucher keanggotaan agar bisa mengakses Ragnarok Online. Sehingga banyak sekali ditemukan kasus anak-anak sekolahan yang

menghabiskan uang sakunya hanya untuk bermain game online ini, mengabaikan waktu makan, bahkan sampai menggunakan uang sekolah hanya demi memuaskan keinginan untuk bermain. (<http://forum.webgaul.com/archive/thread/t-22841-perubahan-yang-dirasakan-setelah-mengenal-Ragnarok-Online.html>)

Selain itu dampak negatif yang dirasakan juga adanya perubahan kepribadian dari gamer. Dari forum-forum banyak yang mengaku selama memainkan Ragnarok Online, sering membuat mereka menjadi tidak sabaran dan suka mengumpat yaitu mengeluarkan kata-kata yang kasar. Gamer juga sering tidak sabar saat terjadi lag (kemacetan) saat bermain, perilaku mereka menjadi berubah dan melakukan perusakan seperti membanting mouse ataupun memukul-mukul keyboard. Selain itu banyak juga oknum-oknum yang sering melakukan penipuan. Apalagi banyak yang melakukan jual-beli karakter ataupun zenny (mata uang Ragnarok Online). Dari kejadian ini banyak gamer yang sering tertipu. Padahal jual-beli seperti ini telah dilarang oleh pihak LYTO. (<http://forum.webgaul.com/archive/thread/t-22841-perubahan-yang-dirasakan-setelah-mengenal-Ragnarok-Online.html>)

Seperti contohnya hasil wawancara dari majalah Game Station, salah seorang gamer asal Surabaya yang bernama Dedi Krisnawan dari warnet multiplayer yang bernama Extreme mengaku telah bermain Ragnarok Online selama 3 bulan berturut-turut semenjak perilisan Ragnarok Online. Awalnya bermain Ragnarok Online hanya karena iseng diajak sama teman, setelah mencoba ternyata cukup asik dan menjadi keterusan. Dedi menyukai

Ragnarok Online karena tertarik dengan sosialisasinya, dari Ragnarok Online dia bisa mendapatkan banyak kenalan dan bisa bercanda bersama gamers lain. Dedi juga mengaku tidak terhitung lagi berapa jam yang dia habiskan saat ditanya waktunya bermain Ragnarok Online dalam sehari, karena selama bermain Ragnarok Online Dedi menyebutkan bahwa dia tidak pernah merasa bosan. Selain Dedi masih banyak gamer lainnya di warnet *multiplayer* ini yang juga bisa menghabiskan waktu berjam-jam untuk memaikan Ragnarok Online. (Gamestation, Oktober 2003)

Efek utama dari Ragnarok Online inilah yang menimbulkan kecanduan diantara pemainnya. Fenomena game online menyuguhkan beragam varian fitur yang tidak bisa ditemui dari chatting biasa di internet. Adanya keunikan dimana gamer bisa bermain bersama yang menekankan pentingnya interaksi dan kebersamaan inilah yang menimbulkan kecanduan diantara gamer. Tetapi terlepas mengenai masalah kecanduan ini, semuanya kembali kepada para penggunanya masing-masing. Selama gamer bisa menahan diri dan mengatur jadwalnya sebaik mungkin secara positif dan memikirkan game ini sebagai pengisi waktu luang tentunya tidak akan meimbulkan kecanduan yang berlebihan.

(http://www.pintunet.com/lihat_opini.php?pg=2003/12/07122003/20273)

BAB III

HASIL TEMUAN DAN ANALISIS DATA

3.1. HASIL DAN ANALISIS DATA MOTIF REMAJA SURABAYA BERMAIN RAGNAROK ONLINE

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas sebelumnya, didapatkan hasil bahwa pengukuran yang digunakan di dalam penelitian ini telah valid dan reliable, kemudian peneliti melakukan penelitian sebenarnya ke lapangan. Berikut ini adalah hasil temuan data dari kuesioner yang disebar ke remaja gamers yang bermain game Ragnarok Online di beberapa warnet yang ada di Surabaya yaitu dengan total sebanyak 100 responden.

Warnet-warnet yang dikunjungi adalah warnet Trinity, Xeon I, Xeon II, Conqueror, Corner, Matrix, Next, Novice, Uranus, Heaven, dan Stalion. Dari kuesioner yang telah disebar, diperoleh data-data tentang identitas responden, kebiasaan bermain Ragnarok Online dan motif dari bermain Ragnarok Online. Data yang diperoleh dalam penelitian ini selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan tabel frekuensi.

3.1.1 IDENTITAS RESPONDEN

Data mengenai identitas responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin responden, usia, pendidikan yang ditempuh, dan pengeluaran setiap bulannya untuk memainkan Ragnarok Online.

3.1.1.1 Jenis Kelamin Responden

Jumlah kuesioner yang dibagikan kepada responden adalah sebanyak 100 orang melalui perhitungan yang telah ditetapkan sebelumnya. Data mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 3.1

Jenis Kelamin Responden

n=100

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	94	94%
Perempuan	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber : kuesioner no. 1

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat responden sebagian besar berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 94%. Setiap warnet yang dikunjungi didominasi oleh gamer laki-laki, gamer perempuan masih minim jumlahnya, total yang bisa ditemui dari penelitian ini hanya sebesar 6%. Hal ini bisa dimaklumi mengingat game online di Indonesia memang masih didominasi oleh kaum laki-laki, terutama game Ragnarok Online yang ternyata telah merebut hati pemain lokal terutama laki – laki. (www.jawaragaktakutjerawat.com). Hal ini justru berbanding terbalik dengan negara Amerika Utara dimana gamer wanita ternyata mendominasi

jumlah gamer online. Terhitung jumlah pemain wanita adalah 64% dari 117 juta gamer. (www.ketok.com/index.php?news_id=608&start=0&category_id=12&parent_id=0&arcyyear=&arcmonth=).

Selain itu definisi permainan video games masih diidentikkan sebagai permainan bagi para kaum laki – laki. Dimana teknologi seperti komputer distereotypekan sebagai konsumsi laki – laki, sedangkan perempuan lebih lekat dengan permainan yang dianggap lebih feminin seperti boneka. (http://findarticles.com/p/articles/mi_m2294/is_9-10_53/ai_n16084036/pg_3)

3.1.1.2 Usia Responden

Rentang usia responden dalam penelitian ini yang disebarkan kepada 100 orang adalah mereka yang berusia remaja awal antara 13 – 17 tahun. Perhitungan ini sebelumnya didapatkan dari data dimana jumlah gamer terbanyak yang memainkan game online adalah remaja SMP dan SMU. Sehingga perolehan data mengenai usia responden dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 3.2

Usia Responden

n=100

Usia	Frekuensi	Persentase
13	9	9%
14	15	15%
15	23	23%
16	18	18%
17	35	35%

Jumlah	100	100%
--------	-----	------

Sumber : kuesioner no.2

Berdasarkan tabel 3.2 penelitian ini ditujukan kepada responden yang merupakan masa remaja awal dengan rentang usia 13 – 17 tahun. Dimana pengguna Ragnarok Online terbesar didominasi oleh pelajar SMP-SMU yaitu sebesar 74% (http://www.sda-indo.com/sda/news/psccom,id,6024,_language,Indonesia,nodeid,1,xv_query,warnet,xv_numresults,35,xv_sortvalue,0.html). Setelah dilakukan penyebaran kuesioner didapatkan hasil bahwa usia responden remaja yang paling besar adalah remaja berusia 17 tahun dengan persentase sebesar 35 %, kemudian remaja berusia 15 tahun dengan persentase 23%, 16 tahun dengan persentase 18%, 14 tahun dengan persentase 15%, dan yang paling sedikit adalah remaja berusia 13 tahun dengan persentase 9%.

Berdasarkan perkembangan psikoseksual dari Freud, remaja akan mengalami tahap pendaman yaitu tahap hubungan sosial melalui interaksi sosial di dalam lingkungannya yang lebih meluas. Ciri interaktif merupakan salah satu karakteristik yang ditawarkan oleh *new media*, dimana dalam hal ini rentang usia remaja akhir 17 tahun merupakan usia dimana remaja mempunyai tingkat interaktifitas yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan usia dibawahnya.(<http://www.psikologi-freud-fies.blogspot.com>)

3.1.1.3 Pendidikan yang Sedang Ditempuh

Data yang diperoleh mengenai pendidikan responden yaitu :

Tabel 3.3**Pendidikan yang Sedang Ditempuh**

n=100

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SMP	25	25%
SMU	75	75%
Jumlah	100	100%

Sumber : Kuesioner no. 3

Berdasarkan data dari tabel 3.3, responden penelitian ini lebih didominasi oleh anak SMU dengan persentase 75%, sedangkan responden yang masih duduk di bangku SMP hanya sebesar 25%. Hal ini sesuai dengan temuan data sebelumnya yaitu tentang usia responden, dimana rentang usia 15 – 17 tahun yang merupakan usia anak SMU pada umumnya, yang paling banyak ditemukan bermain Ragnarok Online. Banyaknya anak SMU yang bermain Ragnarok Online ini disebabkan karena dalam penggunaan media khususnya new media seperti game online ini diperlukan kemampuan untuk memahami permasalahan informasi teknologi. Adanya perbedaan dalam memaknai informasi juga dipengaruhi oleh faktor pendidikan seseorang. Pendidikan merupakan faktor yang menentukan dalam mendapat pengetahuan dan melengkapi segmen – segmen tertentu dengan keterampilan komunikasi yang diperlukan. (Jahi, 1988:33). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin tinggi pula preferensi mereka dalam menyaring informasi teknologi terutama dari new media.

3.1.1.4 Pengeluaran Tiap Bulan Untuk Memainkan Game Ragnarok Online

Berikut adalah data pengeluaran yang dikeluarkan responden untuk memainkan game Ragnarok Online.

Tabel 3.4

n=100

Pengeluaran Perbulan Bermain Ragnarok Online

Pengeluaran	Frekuensi	Persentase
< Rp 100.000,00	11	11%
Rp 100.000,00 – Rp 200.000,00	42	42%
Rp 200.000,00 – Rp 300.000,00	23	23%
Rp 300.000,00 – Rp. 400.000,00	17	17%
> Rp. 400.000,00	7	7%
Jumlah	100	100%

Sumber : Kuesioner No. 4

Untuk memainkan game Ragnarok Online tentunya dibutuhkan biaya ekstra, tidak seperti game *offline* (console game seperti Playstation, X Box,dll) yang hanya memerlukan uang untuk membayar kaset saja. Game Online membutuhkan biaya koneksi internet yang tergolong masih mahal untuk di Indonesia, gamer selain harus membayar koneksi internet juga diwajibkan untuk membeli voucher yang disediakan PT LYTO (dapat diisi ulang) agar bisa memainkan game Ragnarok Online. Pada intinya game ini tidak gratis. Sehingga berdasarkan tabel 3.4 diperoleh data terbesar adalah pengeluaran sebesar Rp 100.000,00 - Rp 200.000,00 dengan persentase 42%. Hal ini sesuai dengan data yang menyatakan bahwa 3 juta pemain online game yang berusia 6 tahun sampai 40 tahun rata – rata menghabiskan Rp. 150.000,00 perbulannya untuk memainkan

game online. (<http://www.beritaindonesia.co.id/data/arsip/iptek>). Data ini sesuai pula dengan jangkauan usia responden dalam penelitian ini. Selain itu remaja didefinisikan mempunyai kecenderungan untuk berperilaku konsumtif, dalam hal ini remaja bermain game Ragnarok Online rela menyisihkan uangnya untuk mencapai kepuasan yang diinginkan. Apalagi dalam mengkonsumsi jenis new media seperti game online dibutuhkan uang lebih yang akan semakin memacu perilaku konsumtif remaja. Dimana usia remaja merupakan usia belum produktif untuk menghasilkan uang. (<http://www.e-psikologi.com/remaja/191101.htm>)

Kemudian pengeluaran terbesar berikutnya berjumlah Rp 200.000,00 – Rp 300.000,00 sebesar 23%, Rp 300.000,00 – Rp 400.000,00 dengan persentase 17%, pengeluaran di bawah Rp 100.000,00 dengan persentase 11%. dan yang paling terkecil adalah pengeluaran di atas Rp 400.000,00 sebesar 7%. Gamer selain membayar voucher dan koneksi internet, terkadang harus mengeluarkan uang lebih untuk membeli item, character, Zeny (mata uang Ragnarok Online), ataupun jasa BOT yang bisa mempermudah mereka dalam memainkan game online ini.

3.1.2 KEBIASAAN MEMAINKAN RAGNAROK ONLINE

New media merupakan media baru dengan karakteristik utamanya yaitu interaktifitas. Sehingga data – data berikut ini yang menyajikan tentang kebiasaan responden dalam memainkan Ragnarok Online dapat

menunjukkan seberapa besar tingkatan interaktifitas dari responden tersebut.

3.1.2.1 Lama Memainkan Ragnarok Online

Data di bawah ini adalah lama waktu responden dalam memainkan game Ragnarok Online dalam seharinya, yaitu:

Tabel 3.5

Lama Bermain Ragnarok Online

n=100

Lama bermain	Frekuensi	Persentase
< 3 jam	25	25%
3-5 jam	45	45%
> 5 jam	30	30%
Jumlah	100	100%

Sumber : Kuesioner No. 5

Berdasarkan tabel 3.5 diperoleh lamanya responden bermain Ragnarok Online yang paling tertinggi adalah antara 3 – 5 jam sebesar 45%, lebih dari 5 jam dengan persentase 30%, dan kurang dari 3 jam sebesar 25 %. Rata-rata 3-5 jam ini bisa dimaklumi karena para pelajar SMP – SMU ini tentunya baru bisa memainkan Ragnarok Online setelah jam sekolah berakhir. Apalagi saat ini banyak sekali jenis game online selain Ragnarok Online, sehingga gamer tidak hanya cenderung memilih Ragnarok Online saja untuk dimainkan. Selain itu jika semakin lama waktu remaja dihabiskan untuk bermain maka akan memberikan dampak negatif terhadap perkembangan remaja tersebut, karena waktu yang mereka butuhkan untuk mengerjakan kewajiban sebagai pelajar menjadi tersita. (<http://www.e-psikologi.com/remaja/060802.htm>)

3.1.2.2 Penuh atau Tidaknya Waktu Tersebut Digunakan

Data di bawah ini berkaitan dengan pertanyaan no.8 mengenai penuh atau tidaknya waktu yang digunakan untuk bermain (apakah terus digunakan untuk bermain atau ada terputus oleh kegiatan lain), yaitu :

Tabel 3.6
Penggunaan Waktu Bermain

n=100

Penuh/tidak	Frekuensi	Persentase
Ya	53	53%
Tidak	47	47%
Jumlah	100	100%

Sumber : Kuesioner No. 6

Berdasarkan tabel 3.6 sebesar 53 % responden menggunakan waktu bermainnya secara penuh (tanpa terputus oleh kegiatan lain), dan 47 % menyatakan mereka bermain sambil diselingi oleh kegiatan lain seperti makan, sambil bermain game online yang lain (DotA, Counter Strike, AyoDance, Seal), mandi, dan sholat. Sehingga bisa disimpulkan bahwa remaja saat memainkan Ragnarok Online memanfaatkan waktu yang ada, tanpa terganggu oleh kegiatan lainnya. Remaja saat terlibat kedalam kegiatan yang menyenangkan maka mereka akan cenderung untuk mengabaikan kegiatan lainnya.

(<http://www.brunet.bn/news/pelita/26apr/remaja.htm>)

3.1.2.3 Tempat Memainkan Ragnarok Online

Berikut ini adalah data tempat responden biasanya memainkan game Ragnarok Online, yaitu:

Tabel 3.7

Tempat Bermain

n=100

Tempat	Frekuensi	Persentase
Rumah	10	10%
Warnet multiplayer	90	90%
Rumah saudara	0	0%
Rumah teman	0	0%
Jumlah	100	100%

Sumber : Kuesioner No. 7

Berdasarkan tabel 3.7, sebesar 90 % responden memainkan game Ragnarok Online di warnet multiplayer, 10 % bermain di rumah, tidak ada responden yang pernah memainkan Ragnarok Online di rumah saudara ataupun rumah teman. Hal ini bisa dimaklumi mengingat koneksi internet di Indonesia yang masih relatif mahal. Kebanyakan dari para gamer remaja hanya bisa memainkan game online di warnet multiplayer yang menyediakan berbagai macam jenis game online dengan harga yang relatif murah dan terjangkau untuk kalangan remaja SMP dan SMU, apalagi banyak paket-paket hemat yang ditawarkan.

Remaja dalam proses kemandiriannya melalui proses sosialisasi yang terjadi antara remaja dan teman sebayanya. Kelompok teman sebaya merupakan lingkungan sosial pertama dimana remaja belajar untuk hidup bersama dengan orang lain terlepas dari keluarganya. (<http://www.e->

psikologi.com/remaja/290702.htm) Sehingga warnet yang dijadikan tempat untuk bersosialisasi dalam hal ini dapat dimaklumi, karena mereka bisa menemukan kelompok remaja yang sebaya di sana.

3.1.2.4 Mengenal Ragnarok Online

Berikut ini adalah data dari siapa responden mengenal Ragnarok Online, yaitu

Tabel 3.8
Mengenal Ragnarok Online

n=100

Mengenal RO	Frekuensi	Persentase
Dari teman	79	79%
Dari Saudara	12	12%
Lainnya	9	9%
Jumlah	100	100%

Sumber : Kuesioner No. 8

Dari tabel 3.8, diperoleh data sebesar 79% responden mengenal Ragnarok Online dari teman mereka. Hal ini bisa mengindikasikan bahwa teman bisa menjadi sosok yang penting dan memberikan pengaruh cukup besar terhadap suatu individu terutama dalam menentukan media mana yang akan dipilih. Pada masa remaja, individu sudah memasuki dunia pergaulan yang lebih luas di mana pengaruh teman – teman dan lingkungan sosial akan sangat menentukan. Pada usia remaja ini kelompok teman sebaya juga merupakan lingkungan sosial pertama mereka. (<http://www.e-psikologi.com/remaja/290702.htm>)

Selanjutnya responden menyatakan mengenal dari saudara mereka dengan jumlah sebesar 12%, dan dari sumber lainnya sebesar 9% dengan variasi jawaban seperti mengenal dari majalah game, dari coba-coba sendiri, saat memainkan game Counter Strike, dan ada pula yang mengenal dari pacar.

3.1.2.5 Hal-Hal yang Dilakukan Saat Bermain Ragnarok Online

Berikut ini adalah data mengenai hal-hal yang paling sering dilakukan responden saat memainkan game Ragnarok Online, yaitu :

Tabel 3.9

Kegiatan yang dilakukan saat bermain Ragnarok Online

n=100

Hal-hal yang dilakukan	Frekuensi	Persentase
Hunting/ levelling	36	36%
Hunting item	8	8%
Chatting dengan teman/pacar	17	17%
Mengikuti WOE	24	24%
Mengikuti PVP	9	9%
Vending	3	3%
Lainnya	3	3%
Jumlah	100	100%

Sumber : Kuesioner No. 9

Berdasarkan tabel 3.9, hal-hal yang paling sering dilakukan oleh responden saat bermain game Ragnarok Online adalah hunting (berburu untuk meningkatkan level karakter) sebesar 36%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang melakukan kegiatan hunting/levelling adalah untuk memperkuat karakter yang mereka miliki. Semakin tinggi level seseorang maka semakin kuat dan berpengaruh karakter

tersebut. Gamer Ragnarok Online mempunyai kecenderungan untuk berlomba agar karakternya bisa menjadi yang terkuat, yaitu dari sisi levellingnya yang menjadi salah satu daya tarik dari permainan Ragnarok Online.

(forum.ragnafilia.com/viewtopic.php?t=28408&postdays=0&postorder=asc&start=240&sid=627999e)

Kemudian kegiatan lain yang paling banyak dilakukan adalah untuk mengikuti WOE (War of Emperium) sebesar 24%. WOE merupakan ajang bagi para pemain untuk menunjukkan keunggulan dan kekuatan guildnya (kelompok) agar bisa memenangkan sebuah kastil dari masing – masing kota yang ada di dalam dunia Ragnarok Online. Fasilitas ini telah menjadi keunggulan dari Ragnarok Online, terbukti ramainya server saat WOE dilaksanakan dengan jadwal setiap hari Selasa dan Jumat dimulai dari pukul 18.00 – 20.00. Selain itu kegiatan chatting dengan teman/pacar mendapatkan besar persentase 17%, untuk hunting item dengan persentase sebesar 8%, mengikuti PVP (Person Vs Person) 9%, vending (berjualan item/weapon) sebesar 3%, dan lainnya 3 % dengan jawaban yaitu MVP (Monster Vs Person), menempa senjata, dan melakukan jasa jual/beli (makelar).

3.1.3 ANALISIS TABEL DISTRIBUSI IDENTITAS RESPONDEN DENGAN KEBIASAAN BERMAIN RAGNAROK ONLINE

Untuk mengetahui hubungan antara identitas responden dengan kebiasaan bermain Ragnarok Online maka akan dilakukan analisis berdasarkan tabulasi distribusi. Dari tabulasi ini selanjutnya akan dapat dilihat bagaimanakah hubungan diantaranya. Karena new media merupakan media baru dimana ciri audiensnya sebagai *user* yang mempunyai kemampuan secara langsung untuk berpartisipasi dalam media ini. Selain itu new media juga mempunyai karakteristik utama interaktifitas. (Lister, 2003: 20-21). Sehingga pendistribusian ini sangat penting untuk melihat bagaimana responden yang dalam hal ini sebagai user dilihat dari identitas dikaitkan dengan kebiasaan bermainnya yang menunjukkan level interaktifitasnya.

3.1.3.1 Analisis Tabel Distribusi Lama Bermain Dengan Jenis Kelamin

Berikut ini adalah tabulasi distribusi antara lama bermain dengan jenis kelamin dari responden. Laki – laki dan perempuan tentunya mempunyai waktu bermain yang berbeda. Sehingga dari tabulasi ini maka akan dapat dilihat jenis kelamin mana yang lebih lama bermain Ragnarok Online.

Tabel 3.10.1

Tabel Distribusi Lama Bermain Dengan Jenis Kelamin

n=100

Lama bermain	Jenis kelamin	
	Laki-laki	Perempuan
	F	F
< 3 jam	25%	0%
3 – 5 jam	41%	4%
> 5 jam	28%	2%

Total	94%	6%
	100%	

Sumber : Kuesioner No. 1 dan 5

Berdasarkan tabulasi silang diatas dapat dilihat bahwa baik laki – laki maupun perempuan sama – sama mempunyai kecenderungan memainkan game Ragnarok Online selama 3 – 5 jam dalam sehari. Laki – laki yang bermain di bawah 3 jam sebanyak 25 %, dan di atas 5 jam sebesar 28%. Sedangkan perempuan bermain di atas 5 jam hanya sebesar 2 %, dan tidak ada perempuan yang memainkan Ragnarok Online di bawah 3 jam.

Hal ini mengindikasikan bahwa antara laki – laki dan perempuan sama – sama mempunyai kecenderungan untuk bermain dalam jangka waktu yang sama panjangnya. Saat mereka tergabung dalam suatu permainan, remaja baik laki – laki maupun perempuan menghabiskan waktu yang tidak berbeda jauh dan cenderung untuk mengabaikan kegiatan lainnya. Antara laki – laki dan perempuan saat tergabung dalam permainan, saat mereka sudah terlarut dan mendapatkan hiburan, mereka cenderung bisa bertahan dalam jangka waktu yang cukup lama hanya untuk menghabiskan waktunya. (<http://www.brunet.bn/news/pelita/26apr/remaja.htm>)

3.1.3.2 Analisis Tabel Distribusi Usia Responden Dengan Lama Bermain

Berikut ini adalah tabulasi distribusi antara usia responden dengan lama bermainnya. Tentunya usia – usia responden dalam penelitian ini juga memiliki waktu yang bermain tidak sama antara usia satu dengan usia lainnya. Sehingga dari tabulasi dibawah ini dapat dilihat usia mana yang mempunyai kecenderungan untuk memainkan Ragnarok Online lebih lama.

Tabel 3.10.2

Tabel Distribusi Usia Responden Dengan Lama Bermain

n=100

Usia Responden	Lama Bermain		
	< 3 jam	3 – 5 jam	> 5 jam
	F	F	F
13 tahun	3%	4%	2%
14 tahun	5%	4%	5%
15 tahun	6%	12%	6%
16 tahun	6%	7%	4%
17 tahun	5%	18%	13%
Total	25%	35%	30%
		100%	

Sumber : Kuesioner No. 2 dan 5

Berdasarkan tabulasi silang di atas bisa dilihat bahwa remaja berusia 17 tahun paling banyak menghabiskan waktu untuk bermain Ragnarok Online antara 3 – 5 jam dengan persentase sebesar 18 % dan bermain lebih dari 5 jam dengan persentase sebesar 13%. Data ini memperlihatkan bahwa responden berusia 17 tahun paling banyak menghabiskan waktunya untuk bermain Ragnarok Online, bila

dibandingkan dengan responden remaja lainnya yang relatif berjumlah lebih sedikit menghabiskan waktu bermain Ragnarok Online.

Usia remaja merupakan usia dimana permainan merupakan hal yang paling sering dilakukan, dan usia 17 tahun di sini merupakan usia dimana remaja memiliki tingkatan yang tinggi dalam waktu bermain. Usia 17 tahun yang telah memasuki tahap usia remaja akhir memiliki ciri tingkatan interaktifitas yang lebih tinggi. Karena pada usia ini mereka mengalami tahap kedewasaan lebih tinggi bila dibandingkan dengan usia di bawahnya. Sehingga Ragnarok Online yang menekankan unsur interaktifitas ini dirasa cocok bagi remaja usia ini untuk berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. (<http://www.psikologi-freud-fies.blogspot.com>)

3.1.3.3 Analisis Tabel Distribusi Hal-Hal Yang Dilakukan Dengan Jenis Kelamin

Berikut ini adalah tabulasi distribusi antara jenis kelamin dengan hal yang dilakukan selama bermain Ragnarok Online. Laki – laki dan perempuan mempunyai kegiatan yang berbeda saat mengkonsumsi media baru ini.

Tabel 3.10.3

Tabel Distribusi Hal – Hal Yang Dilakukan Dengan Jenis Kelamin

n=100

Hal yang dilakukan	Jenis Kelamin	
	Perempuan	Laki-laki
	F	F
Hunting/Leveling	2%	34%
Hunting item	0%	8%
Chatting dengan teman/pacar	4%	13%
Mengikuti WOE	0%	24%
Mengikuti PVP	0%	9%
Vending	0%	3%
Lainnya	0%	3%
Total	6%	94%
	100%	

Sumber : Kuesioner No. 1 dan 9

Berdasarkan tabulasi diatas bisa dilihat bahwa laki-laki lebih banyak menggunakan waktunya saat bermain Ragnarok Online untuk melakukan hunting/ levelling yaitu dengan persentase sebesar 34%, bila dibandingkan dengan wanita yang lebih menghabiskan sebagian besar waktunya untuk chatting dengan teman atau pacar saat bermain dengan persentase sebesar 4%.

Remaja laki – laki lebih mempunyai kecenderungan untuk bersenang – senang saat melakukan permainan, saat melakukan permainan laki laki lebih straight pada tujuan yang mereka inginkan sesuai dengan apa yang ditawarkan dari permainan itu, apalagi laki – laki lebih cenderung untuk menonjolkan kemampuan mereka dalam suatu permainan, sehingga levelling dalam Ragnarok Online di sini bisa

dianggap sebagai ajang untuk menunjukkan kemampuan dari setiap gamersnya. Bila dibandingkan dengan laki – laki, wanita lebih memiliki tingkatan sosialisasi yang lebih tinggi dan kesenangan dalam mengobrol saat berkumpul dalam permainan. Mereka lebih mengutamakan hubungan antar individu dan mengharapkan bisa lebih mendapatkan hubungan yang diinginkan melalui permainan yang mereka lakukan tersebut. (<http://wrm-indonesia.org/content/view/1176/1>)

3.1.4 MOTIF YANG DIPEROLEH SETELAH BERMAIN RAGNAROK ONLINE

Inti dari penelitian ini adalah mencari motif, yaitu motif yang melatarbelakangi responden remaja gamers Ragnarok Online dalam memainkan Ragnarok Online tersebut. Bentuk motif yang diperoleh akan dibagi ke dalam 4 kategori yaitu :

3.1.4.1 Motif Informasi

Motif informasi (surveillance) adalah motif yang mendasari responden berkenaan dengan kebutuhan akan informasi tambahan tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar, motif akan pembelajaran pengambilan keputusan, pemenuhan minat dan rasa ingin tahun, motif akan perolehan sesuatu yang berkaitan dengan proses pembelajaran, serta motif akan rasa damai melalui penambahan ilmu pengetahuan.

Untuk mengetahui tingkatan motif dari motif informasi ini, maka akan dibagi ke dalam tiga kategori yaitu motif rendah, motif sedang, dan motif tinggi yang dilihat melalui jawaban dari kuesioner yang terbagi ke dalam 5 pernyataan motif informasi tersebut. Penentuan rentangnya diperoleh melalui :

$$\text{Range} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Jenjang yang diinginkan}}$$

Pernyataan motif informasi pada kuisisioner mendapat skor 4 untuk jawaban sangat setuju, 3 untuk jawaban setuju, 2 untuk jawaban tidak setuju, dan 1 untuk jawaban sangat tidak setuju, maka dari 5 pernyataan yang diajukan akan diperoleh nilai tertinggi adalah 20 dan skor terendah adalah 5. Dari rumus tersebut didapatkan penghitungan sebagai berikut :

$$R = \frac{20 - 5}{3} \\ = 5$$

Sehingga diperoleh rentang motif sebagai berikut :

$$\text{Motif rendah} = 5 - 9$$

$$\text{Motif sedang} = 10 - 14$$

$$\text{Motif tinggi} = 15 - 20$$

Berdasarkan kuesioner yang telah dihitung dengan rentang motif di atas maka diperoleh skor motif informasi sebagai berikut

Tabel 3.11**Tabel Motif Informasi**

n=100

Skor Motif Informasi	Frekuensi	Persentase
Rendah	2	2%
Sedang	61	61%
Tinggi	37	37%
Jumlah	100	100%

Sumber : pernyataan no. 1 – no.5

Secara keseluruhan dilihat dari tabel 3.10. Sebagian besar responden merasakan motif dari segi informasi dengan tingkat motif yang sedang yaitu sebesar 61%. Motif tinggi terhadap motif informasi ini cukup besar jumlahnya yaitu sebesar 37% dan motif rendah dengan besar persentase 2%. Responden cukup merasakan motif dari penambahan informasi ini. Dengan kata lain dalam perolehan motif informasi ini responden tidak berada di tingkat rendah ataupun tinggi. Tapi bukan berarti responden tidak merasakan sama sekali dari motif ini. Responden hanya merasakan motif informasi ini tidak secara signifikan.

Berikut ini adalah penghitungan deskripsi dari motif kepuasan informasi.

Tabel Diskripsi Motif Informasi

No	Motif Informasi	Rata-rata
1	Saya mendapatkan informasi tambahan tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar saya dalam dunia RO	2,75
2	Saya bisa belajar mengambil keputusan tentang masalah pribadi dari RO.	2,71

3	Saya bisa memenuhi minat dan rasa ingin tahu saya terhadap RO	3,12
4	Saya mendapat sesuatu yang berkaitan dengan proses pembelajaran serta pendidikan dalam dunia RO	2,49
5	Saya bisa merasa lega setelah mendapatkan tambahan pengetahuan yang diperoleh dari dunia RO	2,69
	Rata-rata total	2,75

Berdasarkan tabel dari deskripsi motif informasi di atas, deskripsi motif yang tertinggi adalah motif akan minat dan rasa ingin tahu terhadap Ragnarok Online dengan nilai rata – rata yaitu 3,12. Bentuk kepuasan ini berada di atas tingkat rata – rata total yaitu sebesar 2,75. User dari new media mempunyai kemampuan untuk berpartisipasi secara langsung dalam memilih media yang mereka inginkan, sehingga user yaitu responden di dalam penelitian ini tentunya mempunyai kuasa untuk memilih secara langsung jenis game online mana yang mereka inginkan diantara beberapa game online yang ada. (Lister, 2003: 20-21). Gamer memilih suatu permainan berdasarkan minat dan rasa ingin tahu mereka mengenai permainan tersebut. Sehingga dengan memilih Ragnarok Online inilah kemudian responden bisa mendapatkan motif informasi dari segi minat dan rasa ingin tahu mereka.

Kemudian motif mendapatkan tambahan informasi tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar sebesar 2,75. Setelah itu motif karena di dalam Ragnarok Online bisa membuat mereka belajar untuk mengambil keputusan tentang

masalah pribadi dengan nilai rata – rata sebesar 2,71. Selanjutnya responden juga mempunyai motif berupa rasa lega setelah mendapatkan tambahan pengetahuan tersebut dengan rata – rata sebesar 2,69. Motif yang terbawah adalah motif terhadap proses pembelajaran serta pendidikan dengan rata – rata 2,49.

Saat responden online, mereka masih bisa mencari tambahan informasi yang mereka butuhkan, sambil tetap bermain gamer bisa membicarakan segala jenis peristiwa yang terjadi di dunia nyata dalam Ragnarok Online. Karena saat bermain mereka bisa sambil mengobrolkan berbagai macam hal, sehingga tidak menutup kemungkinan penyampaian arus informasi dalam hal ini bisa berjalan dengan lancar.

Dalam Ragnarok Online ini pula para gamer bisa memuaskan rasa ingin tahunya terhadap ragnarok Online, bisa belajar mengambil keputusan tentang masalah pribadi, serta motif akan penambahan pengetahuan yang bisa berguna untuk para remaja SMP maupun SMU. Di dalam Ragnarok Online gamers bisa membicarakan apapun. Mereka bisa saling *sharing* mengetahui pengetahuan atau informasi apapun yang mereka punya. Dengan diskusi antar online ini mereka bisa mendapatkan tambahan pengetahuan yang dirasa perlu. Bahkan suatu penelitian di Manchester University dan Central Lanchashire University membuktikan bahwa game bisa membuat seseorang menjadi pintar karena meningkatkan konsentrasi sehingga

memungkinkan untuk menuntaskan beberapa tugas.
 (www.detikinet.com/index.php /detik.read /tahun/
 2006/bulan/07/tgl/31/time/122559/idnews)

3.1.4.2 Motif Identitas Pribadi (Personal Identity or Individual Psychology)

Motif identitas pribadi adalah motif yang diperoleh responden berkenaan dengan pemuasan identitas diri, untuk psikologis seseorang, seperti motif bisa memperbaiki diri setelah bermain Ragnarok Online, menemukan seseorang yang bisa dijadikan panutan untuk perilaku gamer, dapat beradaptasi dengan nilai-nilai lain yang ada di masyarakat, motif agar bisa lebih memahami diri sendiri setelah memainkan Ragnarok Online.

Untuk mengetahui tingkatan motif identitas pribadi ini maka akan diukur melalui jawaban responden yang terbagi ke dalam 4 pernyataan. Pengukuran motif ini akan dibagi ke dalam tiga kategori yaitu motif rendah, sedang, dan tinggi. Penentuan rentangnya diperoleh melalui :

$$\text{Range} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Jenjang yang diinginkan}}$$

Skor tertinggi dari 4 pernyataan tersebut adalah 16, dan skor terendahnya adalah 4. Dari rumus tersebut didapatkan penghitungan sebagai berikut :

$$R = \frac{16 - 4}{3}$$

$$= 4$$

Sehingga diperoleh hasil sebagai berikut :

Motif rendah = 4 - 7

Motif sedang = 8 - 11

Motif tinggi = 12 - 16

Berdasarkan kuesioner yang telah dihitung dengan rentang motif di atas maka diperoleh skor motif identitas pribadi sebagai berikut :

Tabel 3.12

Tabel Motif Identitas Pribadi

n= 100

Skor motif identitas pribadi	Frekuensi	Persentase
Rendah	8	8%
Sedang	71	71%
Tinggi	21	21%
Jumlah	100	100%

Sumber : Pernyataan No.6 – No.9

Untuk skor motif identitas pribadi ini secara keseluruhan bisa dilihat dari tabel di atas, ternyata didapatkan hasil tertinggi seperti pada motif informasi sebelumnya yaitu dengan tingkat motif sedang sebesar 71%. Di antara 3 motif lainnya, bentuk motif identitas pribadi ini yang memiliki tingkat motif terendah paling banyak yaitu sebesar 8%, dengan kata lain motif inilah yang paling dirasakan responden yang kurang memberikan motif secara signifikan. Sedangkan yang memiliki motif tinggi terhadap motif ini

hanya sebesar 21% saja. Secara umumnya, responden merasakan motif identitas pribadi ini. Tapi tidak dalam kadar tinggi ataupun rendah. Motif identitas pribadi ini hanya dirasakan secara biasa saja. Dengan kata lain motif ini tidak terlalu memberikan efek secara signifikan terhadap responden

Berikut ini adalah deskripsi dari motif identitas pribadi

Tabel Deskripsi Motif Identitas Pribadi

No	Motif Identitas pribadi	Rata-rata
1	Saya bisa memperbaiki diri setelah bermain RO	2,40
2	Saya menemukan seseorang yang bisa saya jadikan panutan untuk perilaku saya dari dunia RO	2,43
3	Saya dapat beradaptasi dengan nilai-nilai lain yang ada di masyarakat setelah bermain RO.	2,73
4	Saya bisa lebih memahami diri sendiri setelah bermain RO	2,52
	Rata-rata total	2,52

Dari hasil tabel deskripsi motif identitas pribadi (dapat dilihat di lembar lampiran) yang memiliki deskripsi rata – rata motif identitas pribadi tertinggi adalah motif dapat beradaptasi dengan nilai – nilai lain yang ada di dalam masyarakat sebesar 2,73. Motif ini berada di atas tingkat rata – rata total sebesar 2,52. Dalam pencarian identitas diri, remaja cenderung untuk melepaskan diri sendiri sedikit demi sedikit dari ikatan psikis orangtuanya. Remaja mendambakan untuk diperlakukan dan dihargai sebagai orang dewasa. Hal ini dikemukakan Erikson (dalam Hurlock,1992) yang menamakan proses tersebut sebagai “proses mencari identitas ego”, atau pencarian diri

sendiri. Dalam proses ini remaja ingin mengetahui peranan dan kedudukannya dalam lingkungan, disamping ingin tahu tentang dirinya sendiri. (<http://www.e-psikologi.com/remaja/060802.htm>). Sehingga motif yang diperoleh oleh responden remaja di dalam hal ini sangat membantu mereka untuk belajar dalam proses pencarian identitas ego yang memerlukan penyesuaian dengan nilai – nilai di dalam lingkungan masyarakat.

Kemudian motif bisa lebih memahami diri sendiri dengan rata – rata sebesar 2,52. Responden juga memiliki motif agar bisa menemukan seseorang yang bisa dijadikan sebagai panutan untuk perilakunya dengan rata – rata sebesar 2,43. Motif paling rendah adalah motif memperbaiki diri dengan rata – rata sebesar 2,40.

Setelah memainkan Ragnarok Online, responden ada yang menyatakan bisa memperbaiki dirinya, kemudian mendapatkan tokoh yang bisa dijadikan panutan untuk contoh perilakunya, karena di dalam Ragnarok Online para gamers akan menemukan berbagai macam jenis karakter yang saling berbaur ke dalam 1 komunitas. Secara tidak langsung status mereka di dalam permainan tersebut akan mempengaruhi gamers yang lain. Terutama pemain yang telah memiliki pengaruh yang kuat dan berstatus tinggi (bisa dilihat dari kemampuan bermainnya dan juga kemampuannya dalam mengorganisasi suatu guild). Semakin seseorang memiliki kemampuan tersebut akan semakin membuat dirinya semakin

berpengaruh di dalam Ragnarok Online.
 (http://www.pintunet.com/lihat_opini.php?pg=2007/07/05072007/60308)

Bentuk motif lain dari identitas pribadi yaitu ada yang merasakan lebih bisa beradaptasi dengan nilai-nilai lain yang ada di masyarakat, yaitu seperti nilai-nilai moral, sosial, dan budaya. Gamers remaja akan menemukan berbagai macam jenis suku di dalam Ragnarok Online, karena permainan ini terkoneksi secara interlokal, tidak hanya secara lokal saja. Sehingga gamers bisa menyesuaikan diri dengan teman-teman yang berbeda suku tersebut, dari hal itu mereka bisa belajar untuk beradaptasi pada nilai-nilai yang ada di masyarakat. Setelah itu motif akan lebih memahami diri sendiri setelah bermain Ragnarok Online.

3.1.4.3 Motif Integration and Social Interaction (Personal Relationship)

Motif *integration* dan *social interaction (personal relationship)* adalah motif yang dirasakan responden sehubungan dengan pemenuhan akan interaksi sosial dan integrasi antar gamers di dalam Ragnarok Online. Bentuk motif ini seperti motif memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain dan lebih bisa merasakan kondisi orang lain (empati sosial), motif akan bisa lebih mengenal diri sendiri dengan orang lain dan meningkatkan rasa

saling memiliki, motif mendapatkan bahan percakapan dan interaksi sosial, motif dapat memperoleh teman selain manusia, motif dapat terbantunya peningkatan peranan sebagai pelajar dalam lingkungan masyarakat, dan dapat membantu dalam menghubungi sanak keluarga, teman serta masyarakat.

Untuk mengetahui tingkatan motif *integration* dan *social interaction* ini akan diukur melalui jawaban responden yang terbagi ke dalam 6 pernyataan . Pengukuran motif ini akan dibagi ke dalam tiga kategori yaitu motif rendah, sedang, dan tinggi. Penentuan rentangnya diperoleh melalui :

$$\text{Range} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Jenjang yang diinginkan}}$$

Skor tertinggi dari 6 pernyataan tersebut adalah 24, dan skor terendahnya adalah 6. Dari rumus tersebut didapatkan penghitungan sebagai berikut :

$$R = \frac{24 - 6}{3} \\ = 6$$

Sehingga diperoleh rentang sebagai berikut :

$$\text{Motif rendah} = 6 - 11$$

$$\text{Motif sedang} = 12 - 17$$

$$\text{Motif tinggi} = 18 - 24$$

Berdasarkan kuesioner yang telah dihitung dengan rentang motif di atas maka diperoleh skor motif *social interaction* dan *integration* sebagai berikut :

Tabel 3.13

Tabel Motif *Integration* dan *Social Interaction*

n=100

Skor kepuasan <i>social interaction</i> dan <i>integration</i>	Frekuensi	Persentase
Rendah	3	3%
Sedang	77	77%
Tinggi	20	20%
Jumlah	100	100%

Sumber : Pernyataan No. 10 – No. 15

Motif skor *integration* dan *social interaction* ini yang paling tertinggi adalah motif dengan tingkat sedang sebesar 77%, motif tinggi dengan besar 20%, dan motif rendahnya dengan persentase sebesar 3%.

Secara umum dilihat dari hasil tabel di atas, sama dengan motif informasi dan motif identitas pribadi yang memperoleh motif terbanyak yaitu tingkat sedang, maka secara umumnya motif *integration* dan *social interaction* ini hanya secara biasa dirasakan oleh responden. Bentuk motif ini tidak terlalu memberikan dampak yang signifikan terhadap motif yang mereka peroleh.

Berikut adalah deskripsi dari motif *integration* dan *social interaction*

Tabel Deskripsi Motif Integration dan Social Interaction

No	Motif <i>integration</i> dan <i>social interaction</i>	Rata-rata
1	Saya memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain dan bisa merasakan kondisi orang lain setelah bermain RO	2,84
2	Saya lebih mengenal diri sendiri dengan orang lain dan meningkatkan rasa saling memiliki dari dunia RO	2,80
3	Saya mendapatkan bahan percakapan dan interaksi sosial dari dunia RO	3,03
4	Saya dapat memperoleh teman selain manusia (seperti <i>pet</i> , <i>monster</i> , <i>NPC</i>) dari RO	2,62
5	Dapat membantu meningkatkan peranan saya sebagai pelajar dalam lingkungan masyarakat setelah bermain RO	2,26
6	Dapat membantu saya dalam menghubungi sanak-keluarga, teman dan masyarakat dalam dunia RO	2,27
	Rata-rata total	2,63

Dari tabel deskripsi motif *integration* dan *social interaction*, didapatkan hasil deskripsi motif tertinggi adalah motif bisa mendapatkan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan rata – rata sebesar 3,03. Selanjutnya motif yang paling dirasakan adalah motif dapat memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain dan juga bisa merasakan keadaan orang lain dengan rata – rata 2,84. Responden juga mendapatkan motif bisa lebih memahami diri sendiri serta meningkatkan rasa saling memiliki setelah bermain Ragnarok Online dengan rata – rata sebesar 2,80. Empat kepuasan ini berada di atas tingkat rata – rata total yaitu sebesar 2,63. Berikutnya responden menyatakan mempunyai motif agar dapat memperoleh teman selain manusia di Ragnarok Online sebesar 2,62, motif agar

bisa terbantu dalam menghubungi sanak keluarga, teman dan masyarakat sebesar 2,27. Dan motif paling rendah adalah motif dapat membantu meningkatkan peranan sebagai pelajar dalam lingkungan masyarakat sebesar 2,26.

Dari tabel deskripsi motif *integration* dan *social interaction* sebelumnya diketahui motif tertinggi adalah motif responden bisa mendapatkan bahan percakapan dan interaksi sosial. Berhubung Ragnarok Online adalah game yang menyuguhkan fasilitas komunitas chatting, sehingga para gamer bisa melakukan hubungan sosial interaksi dengan gamer lainnya. Lister mengungkapkan bahwa *interactivity* merupakan karakteristik nilai dari *new media*. Dimana media lama lebih menawarkan konsumsi secara pasif, sedangkan media baru menawarkan interaktifitas. (Lister,2003:20)

Di Ragnarok Online mereka bisa berinteraksi dengan siapapun yang mereka inginkan. Banyak dari gamer yang menyatakan bisa mendapatkan bahan percakapan dan interaksi sosial dari Ragnarok Online ini. Segala macam topik apapun bisa dibicarakan di sini. Menurut beberapa profesor di Loyola University, Chicago yang telah mengadakan penelitian dalam komunitas Counter Strike mengungkapkan bahwa game online dapat menumbuhkan interaksi sosial, yang menentang stereotip gamer yang terisolasi (www.detikinet.com/index.php/detik.read/tahun/2006/bulan/07/tgl/31/time/122559/idnews).

Selain itu responden juga menyatakan bahwa mereka mempunyai motif agar dapat memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain dan bisa merasakan empati sosial. Gamer akan menemui berbagai macam bentuk karakter manusia yang saling berbeda. Mereka mulai belajar untuk mengetahui bagaimana kondisi seseorang dan merasakan posisi mereka. Gamer juga akan sering menemukan bentuk permasalahan dengan gamer lain yang bisa membuat mereka untuk merasakan kondisi dari gamer tersebut.

Gamer Ragnarok Online juga mempunyai motif untuk memperoleh teman selain manusia dalam dunia Ragnarok Online. Di Ragnarok Online ada beberapa macam karakter NPC (Non Playable Character) yaitu karakter yang memang diciptakan oleh creator gamenya yang tidak dapat dimainkan, seperti Kafra yang menyediakan pelayanan-pelayanan bagi para gamer, selain itu ada pula binatang peliharaan (pet) yang bisa dipelihara oleh para gamer. Memiliki pet di dalam Ragnarok Online telah menjadi suatu trend tersendiri. Gamer bisa memilih bentuk pet yang mereka inginkan dari yang lucu sampai yang menyeramkan. Adapula yang mempunyai motif dapat menghubungi sanak keluarga serta teman dalam Ragnarok Online, karena basis dari permainan ini adalah game yang menawarkan komunitas, sehingga gamer bisa berhubungan dengan sanak keluarga serta teman mereka melalui Ragnarok Online. Selain bisa chatting mereka juga bisa bermain bersama.

3.1.4.4 Motif Diversi (Hiburan)

Motif diversi (hiburan) adalah motif yang dirasakan responden yaitu dengan memainkan Ragnarok Online, mereka mempunyai motif agar mendapatkan hiburan. Adapun bentuk-bentuk motif dari motif diversi ini adalah motif dapat melepaskan diri dari permasalahan sosial, motif dapat bersantai sejenak, motif akan kenikmatan seni, motif dapat mengisi waktu luang, motif agar bisa menghilangkan kemarahan yang dirasakan di dunia nyata, dan motif dapat membangkitkan gairah seks.

Untuk mengetahui tingkatan motif diversi ini akan diukur melalui jawaban responden yang terbagi ke dalam 6 pernyataan . Pengukuran motif ini akan dibagi ke dalam tiga kategori yaitu motif rendah, sedang, dan tinggi. Penentuan rentangnya diperoleh melalui :

$$\text{Range} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Jenjang yang diinginkan}}$$

Skor tertinggi dari 6 pernyataan tersebut adalah 24, dan skor terendahnya adalah 6. Dari rumus tersebut didapatkan penghitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} R &= \frac{24 - 6}{3} \\ &= 6 \end{aligned}$$

Sehingga diperoleh hasil :

Motif rendah = 6 - 11

Motif sedang = 12- 17

Motif tinggi = 18-24

Berdasarkan kuesioner yang telah dihitung dengan rentang motif di atas maka diperoleh skor motif diversifikasi (hiburan) sebagai berikut:

Tabel 3.14

Tabel Motif Diversifikasi

n=100

Skor motif diversifikasi (hiburan)	Frekuensi	Persentase
Rendah	0	0%
Sedang	36	36%
Tinggi	64	64%
Jumlah	100	100%

Sumber : Pernyataan No. 16 – No. 21

Dari tabel 3.13 di atas bisa dilihat bahwa motif diversifikasi memiliki tingkat motif tertinggi dengan persentase sebesar 64%, motif sedang sebesar 36%, dan tidak ada responden yang merasakan tidak merasakan motif ini. Dengan kata lain motif diversifikasi inilah yang paling dirasakan oleh para responden diantara motif lainnya.

Hasil ini bisa dimaklumi karena Ragnarok Online tentunya permainan yang diciptakan untuk menghibur para gamer. Games online yang merupakan bentuk new media didefinisikan sebagai *new textual experiences* yaitu semacam genre baru, bentuk tekstual, hiburan, kesenangan dan bentuk dari konsumsi media (contoh : games komputer, hypertexts, special effect cinema) . (Lister, 2003:12)

Berikut ini adalah deskripsi dari motif diversifikasi (hiburan)

Tabel Deskripsi Motif Diversifikasi (Hiburan)

No	Motif diversifikasi (hiburan)	Rata-rata
1	Saya dapat melepaskan diri dari permasalahan sosial setelah bermain RO	2,85
2	Saya dapat bersantai sejenak di dunia RO	3,56
3	Saya mendapatkan kenikmatan akan seni dalam dunia RO	3,20
4	Saya dapat mengisi waktu luang dengan bermain RO	3,55
5	Dengan bermain RO bisa menghilangkan kemarahan yang saya rasakan di dunia nyata	3,18
6	Dapat membangkitkan gairah seks dari bermain RO	1,47
	Rata-rata total	2,96

Berdasarkan tabel deskripsi motif diversifikasi di atas maka deskripsi motif tertinggi yang diperoleh adalah motif responden dapat bersantai sejenak dalam Ragnarok Online dengan rata-rata sebesar 3,56. Selanjutnya motif dapat mengisi waktu luang dengan rata-rata sebesar 3,55. Motif berikutnya yaitu motif mendapatkan kenikmatan akan seni dalam Ragnarok Online sebesar 3,20. Responden juga mendapatkan motif dapat menghilangkan kemarahan yang dirasakan di dunia nyata dengan rata-rata sebesar 3,18. Empat bentuk motif ini berada di atas rata-rata total yaitu sebesar 2,96. Selanjutnya motif bisa melepaskan diri dari

permasalahan sosial dengan rata – rata 2,85. Motif terendah adalah motif dapat membangkitkan gairah seks sebesar 1,47.

Sehingga motif yang paling dirasakan dari responden adalah dari segi hiburan (diversi). Adapun deskripsi motif yang paling dirasakan tersebut diantaranya adalah dapat bersantai sejenak. New media sebagai new textual experiences yang menawarkan hiburan dan kesenangan. Melalui new media, seseorang bisa mendapatkan fungsi hiburan dan dengan hiburan ini maka user bisa untuk bersantai serta melepaskan permasalahan yang dirasakan dari lingkungan sosial. (http://newmedia.umaine.edu/interarchive/new_criteria_for_new_media@m.html)

Para gamer remaja ini banyak yang mengisi waktu luang mereka setelah usai sekolah. Terlihat dengan banyaknya warnet-warnet yang dipenuhi pelajar SMU dan SMP saat jam usai sekolah selama menyebarkan kuesioner ini. Para gamer juga mempunyai motif untuk bersantai sejenak di dunia Ragnarok Online. Mereka juga mempunyai motif melepaskan diri dari permasalahan sosial dan bisa menghilangkan kemarahan yang dirasakan dari dunia nyata. Saat terkoneksi ke dalam Ragnarok Online, responden bisa melupakan permasalahan yang mereka dapat, dengan bermain bersama teman-teman gamer lain mereka bisa terhibur. Game Online terbukti bisa mengurangi stress yang dirasakan. Berdasarkan penelitian dari para peneliti di Indiana University menjelaskan bahwa

bermain game dapat mengendurkan ketegangan syaraf.
(www.detikinet.com/index.php/detik.read/tahun/2006/bulan/07/tgl/31/time/122559/idnews)

3.1.5 TABULASI DISTRIBUSI MOTIF DENGAN IDENTITAS RESPONDEN

Berikut ini akan dijabarkan mengenai analisis distribusi untuk mengetahui hubungan antara identitas responden dengan motif dalam bermain Ragnarok Online maka akan dilakukan analisis berdasarkan tabulasi distribusi. Analisis ini dapat membantu untuk lebih mengetahui secara rinci dilihat dari identitas responden mana yang lebih memiliki motif yang ada. Karena new media mempunyai ciri audiens yang terkadang besar jumlahnya, terkadang sedikit dan biasanya sangat kecil jumlahnya.
(http://www.economist.com/surveys/displaystory.cfm?story_id=6794156).

Beragamnya jenis audience dari new media ini akhirnya mendorong untuk melihat kecenderungan dari identitas responden mana yang lebih mempunyai motif dalam bermain Ragnarok Online. Tidak semua analisis distribusi akan ditampilkan, hanya fenomena yang menarik saja akan disajikan di dalam tabulasi distribusi berikut ini, yaitu berdasarkan jenis kelamin responden dengan lama bermainnya.

3.1.5.1 Analisis Tabel Distribusi Motif Informasi dengan Jenis Kelamin Responden

Berikut ini adalah tabulasi distribusi antara motif informasi yang dimiliki dengan jenis kelamin responden. Tentunya laki – laki dan perempuan didalam penelitian ini mempunyai motif yang berbeda. Sehingga dari tabulasi ini bisa dilihat kecenderungan motif yang diperoleh dari jenis kelamin tertentu.

Tabel 3.15.1

Tabel Kepuasan Informasi dengan Jenis Kelamin Responden

n=100

Motif Informasi	Jenis Kelamin	
	Laki - laki	Perempuan
	F	F
Rendah	2%	0%
Sedang	57%	3%
Tinggi	34%	3%
Total	94%	6%
	100%	

Berdasarkan tabulasi distribusi diatas dapat dilihat bahwa untuk motif informasi ini dirasakan oleh laki – laki dengan tingkat sedang sebesar 58%, dan perempuan memiliki motif tingkat sedang dengan persentase sebesar 3%. Sedangkan untuk motif tinggi dirasakan oleh laki – laki dengan persentase sebesar 34% sedangkan motif tinggi ini dimiliki oleh perempuan dengan persentase sebesar 3%. Hal ini

mengindikasikan bahwa perempuan memiliki motif informasi ini, karena besar tingkatan motifnya cukup tinggi.

Secara keseluruhan, sebagian besar dari responden baik laki – laki maupun perempuan tidak merasakan motif informasi ini dengan tingkatan rendah. Karena responden yang memiliki motif tingkat rendah hanya berjumlah 2% saja. Laki – laki dan perempuan dalam menggunakan teknologi new media seperti internet sama –sama mempunyai kecenderungan untuk mencari informasi. Karena tentunya mereka mempunyai kebutuhan yang bisa diperoleh melalui perolehan informasi dari media yang ada. Yang paling membedakan hanyalah jenis informasi apa yang mereka dapatkan dari new media tersebut. (<http://ridwan.or.id/index.php?pilih=news&mod=yes&aksi=lihat&id=108>)

3.1.5.2 Analisis Tabel Distrbusi Motif Informasi Dengan Lama Bermain

Berikut ini adalah analisis distribusi motif informasi dengan lama bermain responden. Lama permainan akan memberikan pengaruh terhadap motif responden dalam memainkan Ragnarok Online ini. Dari tabulasi distrbusi di bawah ini dapat diketahui rentang waktu mana yang lebih memiliki motif selama bermain Ragnarok Online.

Tabel 3.15.2**Tabulasi Distribusi Motif Informasi dengan Lama Bermain**

n=100

Motif informasi	Lama Bermain		
	< 3 jam	3 – 5 jam	> 5 jam
	F	F	F
Rendah	0%	2%	0%
Sedang	16%	24%	21%
Tinggi	9%	19%	9%
Total	25%	45%	30%
	100%		

Berdasarkan tabulasi distribusi diatas dapat dilihat bahwa responden dengan lama bermain 3 – 5 jam adalah responden yang paling memiliki motif informasi ini yaitu sebesar 19%. Sehingga rentang waktu inilah yang paling memiliki motif bermain dalam motif informasi. Ternyata bermain terlalu berlebihan pun tidak terlalu memberikan motif yang signifikan. Gamer yang selalu terkoneksi secara lama dalam permainan terkadang bisa menurunkan daya kondisi tubuh sehingga menimbulkan dampak kebingungan selama bermain. (http://www.godote.com/read.php?rw_id=13&rw_cat=reads). Sedangkan waktu yang terlalu sedikit pun belum tentu bisa membuat responden untuk memiliki motif informasi ini. Karena waktu yang ada dirasa terlalu singkat.

3.1.5.3 Analisis Tabel Distribusi Motif Identitas Pribadi dengan Jenis Kelamin Responden

Berikut ini adalah tabulasi distribusi antara motif identitas pribadi dengan jenis kelamin responden. Tentunya laki – laki dan perempuan didalam penelitian ini memiliki motif yang berbeda. Sehingga dari tabulasi ini bisa dilihat kecenderungan motif yang dimiliki dari jenis kelamin tertentu

Tabel 3.15.3

Tabulasi Distribusi Motif Identitas Pribadi dengan Jenis Kelamin Responden

n=100

Motif Identitas Pribadi	Jenis Kelamin	
	Laki - laki	Perempuan
	F	F
Rendah	8%	0%
Sedang	68%	3%
Tinggi	18%	3%
Total	94%	6%
	100%	

Berdasarkan tabulasi silang diatas bisa dilihat bahwa dari motif identitas pribadi ini dirasakan oleh pihak responden perempuan, karena dari jumlah responden perempuan memiliki motif tingkatan tinggi dan sedang dengan besar persentase masing – masing 3 %. Sedangkan dari pihak responden laki – laki yang memiliki motif ini dengan tingkat tinggi hanya sebesar 18%, paling banyak adalah

tingkatan sedang dengan persentase sebesar 68%. Dari pihak perempuan tidak ada yang memiliki motif ini dengan tingkatan rendah, sedangkan dari responden laki – laki ada yang merasakan dengan tingkatan rendah yaitu sebesar 8%. Hal ini mengindikasikan bahwa perempuan lebih memiliki motif identitas selama memainkan Ragnarok Online. Perempuan lebih memiliki kepekaan yang tinggi bila dibandingkan dengan laki – laki. Perempuan juga lebih memiliki kemampuan dalam mendeteksi detail dan perubahan kenampakan diri pribadi dan perilaku orang lain. (<http://bintangtauladan.com/2006/12/19/wanita-dan-pria-memang-beda>) Sehingga permainan Ragnarok Online ini lebih memberikan motif secara identitas pribadi terhadap perempuan karena mereka lebih bisa untuk menyadari perubahan dalam diri mereka bila dibandingkan dengan laki – laki yang cenderung tidak peka dalam permasalahan ini.

3.1.5.4 Analisis Distribusi Motif Identitas Pribadi Dengan Lama Bermain

Berikut ini adalah analisis distribusi motif identitas pribadi dengan lama bermain responden. Lama permainan akan memberikan pengaruh terhadap motif responden dalam memainkan Ragnarok Online ini. Dari tabulasi distribusi di bawah ini dapat diketahui rentang waktu mana yang lebih mempunyai motif selama bermain Ragnarok Online.

Tabel 3.15.4
Tabulasi Distribusi Motif Identitas Pribadi
dengan Lama Bermain
n=100

Motif Identitas pribadi	Lama Bermain		
	< 3 jam	3 – 5 jam	> 5 jam
	F	F	F
Rendah	0%	4%	4%
Sedang	21%	28%	22%
Tinggi	4%	13%	4%
Total	25%	45%	30%
	100%		

Berdasarkan tabulasi distribusi diatas dapat dilihat bahwa responden dengan waktu bermain antara 3 – 5 jam lebih memiliki motif identitas pribadi ini yaitu dengan besar 13% dalam memiliki motif tingkat tingginya. Sama seperti tabulasi distribusi motif informasi sebelumnya bahwa rentang waktu ini adalah rentang waktu yang paling pas bagi responden untuk memiliki motif dari segi identitas pribadi.

3.1.5.5 Analisis Distribusi Motif Integration dan Social Interaction dengan Jenis Kelamin Responden

Berikut ini adalah tabulasi distribusi antara motif *integration* dan *social interaction* dengan jenis kelamin responden. Tentunya laki – laki dan perempuan didalam penelitian ini memiliki motif yang

berbeda. Sehingga dari tabulasi ini bisa dilihat kecenderungan motif yang dimiliki dari jenis kelamin tertentu

Tabel 3.15.5

Tabulasi Distribusi Motif Integration dan Social Interaction dengan Jenis Kelamin Responden

n=100

Motif Integration dan social interaction	Jenis Kelamin	
	Laki – laki	Perempuan
	F	F
Rendah	3%	0%
Sedang	74%	3%
Tinggi	17%	3%
Total	94%	6%
	100%	

Berdasarkan tabulasi diatas bisa dilihat untuk motif *integration* dan *social interaction* ini paling dirasakan oleh responden wanita dengan besar motif tingginya yaitu sebesar 3%. Sedangkan responden laki – laki hanya memiliki motif ini dengan tingkat sedang yaitu sebesar 74%, kemudian untuk tingkat motif terendah dialami oleh responden laki – laki yaitu dengan besar persentase 3%. Hal ini mengindikasikan dari segi motif *integration* dan *social interaction*, perempuanlah yang paling merasakannya. Karena perempuan mempunyai sifat dasar suka ngobrol dan berbicara lebih banyak bila dibandingkan dengan kaum laki – laki. Perempuan lebih senang menghabiskan waktunya dengan berbincang – bincang bersama kerabatnya, untuk membicarakan berbagai macam jenis topik sampai

dengan berbagi masalah. (<http://bintangtauladan.com/2006/12/19/wanita-dan-pria-memang-beda>)

3.1.5.6 Analisis Distribusi Motif Integration dan Social Interaction dengan Lama Bermain

Berikut ini adalah analisis distribusi motif *integration* dan *social interaction* dengan lama bermain responden. Lama permainan akan memberikan pengaruh terhadap motif responden dalam memainkan Ragnarok Online ini. Dari tabulasi distribusi di bawah ini dapat diketahui rentang waktu mana yang lebih memiliki motif selama bermain Ragnarok Online.

Tabel 3.15.6

Tabulasi Distribusi Motif Integrasi dan Social Interaction dengan Lama Bermain

n=100

Motif Integrasi dan social interaction	Lama Bermain		
	< 3 jam	3 – 5 jam	> 5 jam
	F	F	F
Rendah	0%	1%	2%
Sedang	20%	36%	21%
Tinggi	5%	8%	7%
Total	25%	45%	30%
	100%		

Berdasarkan tabulasi diatas dapat dilihat bahwa responden dengan lama bermain 3 – 5 jam yang paling memiliki motif *integration*

dan *social interaction*. Sama dengan rentang waktu dari motif -- motif sebelumnya, rentang waktu ini adalah waktu yang paling dirasa pas dari responden dalam memiliki motif ini yaitu dengan besar 8% di tingkatan motif tingginya.

3.1.5.7 Analisis Distribusi Motif Diversi dengan Jenis Kelamin Responden

Berikut ini adalah tabulasi distribusi antara motif diversi dengan jenis kelamin responden. Tentunya laki -- laki dan perempuan didalam penelitian ini memiliki motif yang tidak sama. Sehingga dari tabulasi ini bisa dilihat kecenderungan motif yang dimiliki dari jenis kelamin tertentu.

Tabel 3.15.7

Tabel Distribusi Motif Diversi dengan Jenis Kelamin Responden

n=100

Motif Diversi	Jenis Kelamin	
	Laki – laki	Perempuan
	F	F
Rendah	0%	0%
Sedang	36%	0%
Tinggi	58%	6%
Total	94%	6%
	100%	

Berdasarkan tabulasi diatas bisa dilihat bahwa untuk motif diversi ini paling dirasakan oleh responden wanita dengan tingkat

motif tinggi sebesar 6 %, dan juga dirasakan oleh responden laki – laki dengan persentase 58%. Dengan kata lain semua responden wanita merasakan motif tingkat tinggi dari motif diversifikasi ini. Sedangkan untuk tingkat motif terendahnya dirasakan oleh responden laki – laki dengan persentase sebesar 36%. Dalam penggunaan internet, laki – laki dan perempuan sama – sama mempunyai kecenderungan untuk mencari kesenangan dan hiburan, tetapi dalam hal ini lebih didominasi laki – laki yang memang mempunyai tujuan utama untuk mencari hiburan selama mengkonsumsi internet, sedangkan perempuan lebih suka menggunakan new media ini untuk berbagi cerita dengan sahabat-sahabat pria, memecahkan masalahnya, dan membangun jaringan dengan kawan dan keluarganya (<http://ridwan.or.id/index.php?pilih=news&mod=yes&aksi=lihat&id=108>)

3.1.5.8 Analisis Distribusi Motif Diversifikasi Dengan Lama Bermain

Berikut ini adalah analisis distribusi motif diversifikasi dengan lama bermain responden. Lama permainan akan memberikan pengaruh terhadap motif yang dimiliki responden dalam memainkan Ragnarok Online ini. Dari tabulasi distribusi di bawah ini dapat diketahui rentang waktu mana yang lebih memiliki motif selama bermain Ragnarok Online

Tabel 3.15.8**Tabulasi Distribusi Motif Diversi Dengan Lama Bermain**

n=100

Motif diversi	Lama Bermain		
	< 3 jam	3 – 5 jam	> 5 jam
	F	F	F
Rendah	0%	0%	0%
Sedang	12%	14%	10%
Tinggi	13%	31%	20%
Total	25%	45%	30%
	100%		

Berdasarkan tabulasi distribusi diatas bisa dilihat bahwa responden dengan lama bermain 3 – 5 jam adalah responden yang paling memiliki motif diversi ini yaitu dengan besar persentase 31%. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan bermain 3 – 5 jam mereka memiliki motif dari segi hiburan. Sama seperti dengan rentang waktu yang diperoleh dari motif sebelumnya. Karena rentang waktu ini tidaklah terlalu besar. Bila seseorang terlalu lama bermain juga belum tentu akan memiliki motif yang signifikan. Sedangkan jika waktu bermain terlalu sedikit juga dirasakan belum cukup untuk mengetahui motif apa yang dimiliki ketika bermain Ragnarok Online ini.

BAB IV

PENUTUP

IV. 1 KESIMPULAN

- Motif yang diperoleh oleh remaja gamers Ragnarok Online di Surabaya adalah motif diversifikasi (hiburan). Diantara deskripsi motif diversifikasi ini motif yang paling banyak dirasakan adalah motif dapat bersantai sejenak, motif dapat mengisi waktu luang, motif kenikmatan akan seni, dan motif dapat menghilangkan kemarahan yang dirasakan di dunia nyata, yang mempunyai nilai di atas rata – rata total.
- Motif diversifikasi ini lebih dirasakan oleh remaja karena usia remaja mengkonsumsi new media terutama game online untuk mencari hiburan semata. Dengan peranan mereka sebagai pelajar mereka membutuhkan sesuatu yang bisa membuat mereka senang dan melupakan permasalahan yang mereka hadapi di dunia nyata.

IV.2 SARAN

- Penelitian ini juga bisa lebih dikembangkan wilayah penelitiannya, tidak hanya terbatas di kota Surabaya, melainkan ke kota lain yang juga memiliki popularitas game online yang cukup besar seperti wilayah Jakarta dan Bandung, karena ciri khas dari media baru ini adalah interaktifitas, sehingga kedinamikan dari audiencesnya bisa untuk diteliti lebih lanjut.
- Penelitian ini bisa menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode focus group discussion, sehingga bisa lebih menggali kepuasan yang diperoleh dari sasaran penelitian, karena penelitian survey lebih bersifat menggeneralisir dan dirasa kurang fokus dalam menjawab perumusan masalah penelitian.
- Penelitian ini bisa ditujukan kepada anak – anak, karena pada dasarnya anak – anak juga merupakan konsumen utama dari sebuah game, hanya saja dalam hal ini game online lebih memiliki titik berat pada level interaktifitas. Mereka tentunya memiliki tingkatan interaktifitas yang berbeda dengan remaja.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Baran, Stanley J. *Introduction to mass communication : Media Literacy and Culture*. California: Mayfield Publishing Company, 1999.

Jahi, Amri. *Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-Negara Dunia Ketiga, Suatu Pengantar*. Jakarta: Gramedia, 1988

Levy, mark R., and Sven Windahl. *The Concept of Audience Activity*. Beverly Hills: Sage Publication, 1985.

Lister Martin, Dovey Jon, Gidding Seth, Grant Iain, and Kelly Kieran. *New Media: a Critical Introduction*. New York: Routledge, 2003

Littlejohn, Stephen W. *Theories of Human Communication*, Edisi Keenam. California: Wadsworth Publishing Company, 1999.

Mappiare, Andi. *Psikologi Remaja*, Usaha Nasional: Surabaya, 1986

McQuail, Dennis., and Sven Windahl. *Communication Models*, Second Edition. New York: Longman Publishing, 1993.

McQuail, Dennis. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Edisi Kedua. Jakarta: PT Erlangga, 1996.

Pavlik, John V. *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives*. United States of America: Allyn & Bacon, 1996

Rakhmat, Jalaludin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1995.

Rakhmat Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005.

Sarwono, Sarlito Wirawan. *Psikologi remaja*. PT Raja grafindo Persada: Jakarta, 2002.

Severin, Wenner J., and James W. Tankard. *Communication Theories : Origins, Methods, Uses*, Second Edition. New York: Longman Publishing, 1988.

Singarimbun, Masri. *Metode Penelitian Survei*, Cetakan kedua. Jakarta : LP3ES, 1997

Wimmer, Roger D., and Dominick, Joseph R. *Mass Media Research : An Introduction*, Edisi Keenam. California: Wadsworth Publishing Company, 2003.

Williams Frederick, Rice Ronald. E., and Rogers Everett. M. *Research methods and the new media*. New York: The Free Press, 1988.

INTERNET

64% Dari Gamers Online Adalah Cewek, 2006, accessed 10 Februari 2007; available from http://www.ketok.com/index.php?news_id=608&start=0&category_id=12&parent_id=0&arcyear=&arcmonth=

Adikara, R.E. *Bermain Game, Baik atau Buruk?*, 2006, accessed 13 Juli 2007; available from <http://www.detikinet.com/index.php /detik.read /tahun/2006/bulan/07/tgl/31/time/122559/idnews>

Ading. *Saya Ketagihan Selama 2 Tahun*, 2007, accessed 20 September 2007; available from http://www.pintunet.com/ lihat_opini.php?pg=2007/02/11022007/52121

Angleman, S. *Uses and Gratifications and Internet Profiles: A Factor Analysis. Is Internet Use and Travel to Cyberspace Reinforced by Unrealized Gratifications?*. Reno, NV: Western Science Social Association, 2001; available from <http://iml.jou.ufl.edu/projects/Fall99/Hur/paradigm.html>

Antariksa, *Remaja, Gaya, Selera*, 2000, accessed 23 April 2006; available from <http://www.kunci.or.id/teks/0607rem.htm>

Apa sih yg ga bikin lo bosen maen Ro?, accessed 16 Mei 2007; available from <http://forum.ragnafilia.com/viewtopic.php?t=28408&postdays=0&postorder=asc&start=240&sid=627999e>

Apa Itu Ragnarok Online, accessed 9 April 2006; available from <http://ragnarok.webgaul.com/apaituro.php>)

Atom. *Perkembangan-Freud*, 2007, accessed 29 November 2007; available from <http://www.psikologi-freud-fies.blogspot.com>

Belajar Lebih Penting Daripada Bermain?, accessed 20 April 2006; available from <http://www.e-psikologi.com/anak/index.htm>

Blumler J.G. & Katz, E. *Uses and Gratification Theory* The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. Beverly Hills, CA: Sage, 1974, accessed 19 April 2004; available from <http://www.uky.edu/~drlane/capstone/mass/uses.htm>

Cingfei. *Grafik dari Game online ini lebih kreeenn dari Nexia*, 2003, accessed 20 September 2007; available from http://www.pintunet.com/lihat_opini.php?pg=2003/06/18062003/15471

Eviati, N.E. *Physical and Play Quotient*, 2007, accessed 29 November 2007; available from <http://wrm-indonesia.org/content/view/1176/1>

Fenomena Game Online, accessed 6 April 2006; available from <http://www.jurnal-kopertis4.org/file/kopwil4-281.doc>

Game Online Makin Banyak Peminatnya, accessed 12 Mei 2007; available from [http://www.jawaragaktakutjerawat. Com/online_game](http://www.jawaragaktakutjerawat.Com/online_game)

Games Online Lebih Seru, 2007, accessed 10 februari 2007; available from <http://batampos.co.id/content/view/10264/98/>

Guntar. *Wanita dan Pria Memang Beda*, 2006; accessed 30 November 2007; available from <http://bintangtauladan.com/2006/12/19 /wanita-dan-pria-memang-beda>)

Hidayat Taufik and Humaedi Dedi. *Lyto, Jagoan Game Online*, 2006, accessed 10 Februari 2007; available from <http://www.swa.co.id/swamajalah/tren/details.php?cid=1&id=5352&pageNum=>

Ibrahim. *Ragnarok tempat untuk menunjukkan jati diri mu!!!*, 2007, accessed 20 September 2007; available from http://www.pintunet.com/lihat_opini.php?pg=2007 /07/05072007/60308

iGames Gandeng Warnet Pasarkan Games Onlin, 2005, accessed 10 Februari 2007; available from http://www.sda-indo.com/sda/news/psecom,id,6024,_language,Indonesia,nodeid,1,xv_query,warnet,xv_numresults,35,xv_sort_value,0.html

Kolo Castulus and Baur Timo. *Living a Virtual Life: Social Dynamics of Online Gaming*, 2004, acceseed 8 April 2006; available from <http://www.game-studies.org/0401>

Massively multiplayer online role-playing game, accessed 9 April 2006 <http://en.wikipedia.org/wiki/MMORPG>

Matahari, T. *Bercinta Dengan Mesin Komputer*, 2004; accessed 29 November 2007; available from http://www.godote.com/read.php?rw_id=13&rw_cat=reads

Mu'tadin, Z. *Disiplin*, 2002, accessed 23 April 2006; available from <http://www.e-psikologi.com/remaja/290702.htm>

Mu'tadin, Z. *Mengembangkan Ketrampilan Sosial pada Remaja*, 2002, accessed 23 April 2006; available from <http://www.e-psikologi.com/remaja/060802.htm>

Necra. *Dari Pemain Menjadi Perancang On Line Gaming, Mengapa Tidak?*. Jakarta: Kompas, 2004, accessed 16 Mei 2007; available from <http://www.kompas.com/teknologi/news/0404/15/110906>

New Criteria For New Media, accessed 13 Juli 2007; available from http://newmedia.umaine.edu/interarchive/new_criteria_for_new_media@m.html

New Criteria For New Media, accessed 13 Juli 2007; available from http://newmedia.umaine.edu/interarchive/new_criteria_for_new_media@m.html

Nuswandana Adhityaswara. *Ragnarok, Awas Jangan Sampai Bablas*. Kompas, 2003, accessed 8 April 2006; available from <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0311/14/muda/686761.htm>

Online game, accessed 9 April 2006; available from http://en.wikipedia.org/wiki/Online_game

Pengenalan Ragnarok Online, accessed 20 Juli 2007; available from <http://www.ragnarok.co.id>

Perubahan Yang Dirasakan Setelah Mengenal Ragnarok Online, accessed 20 September 2007; available from <http://forum.webgaul.com/archive/thread/t-22841-perubahan-yang-dirasakan-setelah-mengenal-Ragnarok-Online.html>

Rafaeli, S. *"Interactivity: From new media to communication, Sage Annual Review of Communication Research: Advancing Communication Science"* Vol. 16 p. 110-134.: Beverly Hills: Sage CA, 1988, accessed 10 April 2007 http://gsb.haifa.ac.il/~sheizaf/interactivity/Rafaeli_interactivity.pdf

Ragnarok Online, accessed 23 Februari 2007, available from http://id.wikipedia.org/wiki/Ragnarok_Online

Remaja, *Jangan Mudah Terpedaya*, accessed 20 Februari 2007; available from <http://www.brunet.bn/news/pelita/26apr/remaja.htm>

Ridwan, *Internet Semakin Diminati Wanita*, 2007, accessed 29 November 2007; available from <http://ridwan.or.id/index.php?pilih=news&mod=yes&aksi=lihat&id=108>)

Tambunan, R. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*, 2001, accessed 23 April 2006; available from <http://www.e-psikologi.com/remaja/191101.htm>

MAJALAH

Cornell. "Kompetisi Yang Selalu Digemari RO Mania." *Omega Online Game Magazine Vol 13*. Surabaya: Jawa Pos Group. Desember Minggu ke-3 2005, 150.

S Hitman. "3 Bulan Nonstop Bermain Ragnarok." *Gamestation*. Jakarta: Megindo. Oktober 2003, 59.

Kuesioner Motif Gamers Bermain Ragnarok Online di Surabaya

I. Identitas Responden

Nama :

Alamat/no. telepon/HP :

1) Jenis Kelamin :

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

2) Usia :

- a. 13 tahun
- b. 14 tahun
- c. 15 tahun
- d. 16 tahun
- e. 17 tahun

3) Pendidikan yang ditempuh :

- a. SMP
- b. SMU

4) Pengeluaran tiap bulan untuk memainkan Ragnarok Online :

- a. < Rp 100.000,00
- b. Rp 100.000,00 – Rp 200.000,00
- c. Rp 200.000,00 – Rp 300.000,00
- d. Rp 300.000,00 – Rp. 400.000,00
- e. > Rp. 400.000,00

II. Kebiasaan Memainkan Ragnarok Online

- 5) Berapa lama waktu Anda memainkan Ragnarok Online dalam sehari?
- kurang dari 3 jam
 - 3-5 jam
 - Lebih dari 5 jam
- 6) Berdasarkan pertanyaan no.5 apakah waktu tersebut Anda manfaatkan secara penuh untuk bermain / tanpa terputus oleh kegiatan lain?
- Ya
 - Tidak, ada diselingi dengan kegiatan lain (sebutkan) :.....
.....
- 7) Dimana biasanya Anda memainkan Ragnarok Online?
- Rumah
 - Warnet multiplayer
 - Rumah saudara
 - Rumah teman
 - Lainnya :.....
- 8) Dari mana Anda mengenal Ragnarok Online?
- Teman
 - Saudara
 - Lainnya :.....
- 9) Apa yang biasa Anda lakukan saat bermain Ragnarok Online?
- Hunting/ meningkatkan level (levelling)
 - Hunting item (mencari barang)
 - Chatting dengan teman/ pacar
 - Mengikuti WOE (War of Emperium)
 - Mengikuti PVP
 - Jualan (vending)
 - Lainnya :.....

III. Motif Setelah Bermain Ragnarok Online

Berikut adalah sejumlah pernyataan untuk mengetahui motif yang Anda peroleh setelah bermain Ragnarok Online. Pilihlah dan berilah tanda (X) dari alternatif jawaban berikut :

- SS : Bila Anda sangat setuju dengan pernyataan tersebut
 S : Bila Anda setuju dengan pernyataan tersebut
 TS : Bila Anda tidak setuju dengan pernyataan tersebut
 STS : Bila Anda sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut

Pertanyaan

Apa yang Anda **peroleh** setelah bermain Ragnarok Online?

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya mendapatkan informasi tambahan tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar saya dalam dunia RO				
2	Saya bisa belajar mengambil keputusan tentang masalah pribadi dari RO.				
3	Saya bisa memenuhi minat dan rasa ingin tahu saya terhadap RO				
4	Saya mendapat sesuatu yang berkaitan dengan proses pembelajaran serta pendidikan dalam dunia RO.				
5	Saya bisa merasa lega setelah mendapatkan tambahan pengetahuan yang diperoleh dari dunia RO.				
6	Saya bisa memperbaiki diri setelah bermain RO				
7	Saya menemukan seseorang yang bisa saya jadikan panutan untuk perilaku saya dari dunia RO				
8	Saya dapat beradaptasi dengan nilai-nilai lain yang ada di masyarakat setelah bermain RO.				
9	Saya bisa lebih memahami diri sendiri setelah bermain RO				
10	Saya memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain dan bisa merasakan kondisi orang lain setelah bermain RO				
11	Saya lebih mengenal diri sendiri dengan orang lain dan meningkatkan rasa saling memiliki dari dunia RO				

12	Saya mendapatkan bahan percakapan dan interaksi sosial dari dunia RO				
13	Saya dapat memperoleh teman selain manusia (seperti <i>pet</i> , <i>monster</i> , <i>NPC</i>) dari RO				
14	Dapat membantu meningkatkan peranan saya sebagai pelajar dalam lingkungan masyarakat setelah bermain RO				
15	Dapat membantu saya dalam menghubungi sanak-keluarga, teman dan masyarakat dalam dunia RO				
16	Saya dapat melepaskan diri dari permasalahan sosial setelah bermain RO				
17	Saya dapat bersantai sejenak di dunia RO				
18	Saya mendapatkan kenikmatan akan seni dalam dunia RO				
19	Saya dapat mengisi waktu luang dengan bermain RO				
20	Dengan bermain RO bisa menghilangkan kemarahan yang saya rasakan di dunia nyata				
21	Dapat membangkitkan gairah seks dari bermain RO				

~Terima Kasih~

LAMPIRAN PERHITUNGAN REALIBILITAS MENGUNAKAN SPSS 12.0 FOR WINDOWS

Correlations

		VAR00001	VAR00002
VAR00001	Pearson Correlation	1	.724(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.724(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



LAMPIRAN PERHITUNGAN VALIDITAS MENGGUNAKAN SPSS 12.0 FOR WINDOWS

Correlations

		informasi tambahan	VAR00002
informasi tambahan	Pearson Correlation	1	.824(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.824(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		mengambil keputusan	VAR00002
mengambil keputusan	Pearson Correlation	1	.740(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.740(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		memenuhi minat dan ingin tahu	VAR00002
memenuhi minat dan ingin tahu	Pearson Correlation	1	.631(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.631(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		mendapatkan pembelajaran pendidikan	VAR00002
mendapatkan pembelajaran pendidikan	Pearson Correlation	1	.395(*)
	Sig. (2-tailed)		.031
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.395(*)	1
	Sig. (2-tailed)	.031	
	N	30	30

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		lega melalui tambahan pengetahuan	VAR00002
lega melalui tambahan pengetahuan	Pearson Correlation	1	.584(**)
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.584(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		memperbaiki diri	VAR00002
memperbaiki diri	Pearson Correlation	1	.555(**)
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.555(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		menemukan seseorang sebagai panutan	VAR00002
menemukan seseorang sebagai panutan	Pearson Correlation	1	.568(**)
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.568(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		beradaptasi dengan nilai-nilai di masyarakat	VAR00002
beradaptasi dengan nilai-nilai di masyarakat	Pearson Correlation	1	.713(**)
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.713(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		lebih memahami diri sendiri	VAR00002
lebih memahami diri sendiri	Pearson Correlation	1	.561(**)
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.561(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		memperoleh pengetahuan tentang orang lain	VAR00002
memperoleh pengetahuan tentang orang lain	Pearson Correlation	1	.387(*)
	Sig. (2-tailed)	.	.034
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.387(*)	1
	Sig. (2-tailed)	.034	.
	N	30	30

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		lebih mengenal diri sendiri dan orang lain	VAR00002
lebih mengenal diri sendiri dan orang lain	Pearson Correlation	1	.745(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.745(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		mendapatkan interaksi sosial	VAR00002
mendapatkan interaksi sosial	Pearson Correlation	1	.815(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.815(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		memperoleh teman selain manusia	VAR00002
memperoleh teman selain manusia	Pearson Correlation	1	.825(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.825(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		meningkatkan peranan sebagai pelajar	VAR00002
meningkatkan peranan sebagai pelajar	Pearson Correlation	1	.574(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.001
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.574(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		dapat menghubungi keluarga dan teman	VAR00002
dapat menghubungi keluarga dan teman	Pearson Correlation	1	.387(*)
	Sig. (2-tailed)	.	.035
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.387(*)	1
	Sig. (2-tailed)	.035	.
	N	30	30

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		melepaskan diri dari permasalahan sosial	VAR00002
melepaskan diri dari permasalahan sosial	Pearson Correlation	1	.441(*)
	Sig. (2-tailed)	.	.015
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.441(*)	1
	Sig. (2-tailed)	.015	.
	N	30	30

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		dapat bersantai sejenak	VAR00002
dapat bersantai sejenak	Pearson Correlation	1	.845(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.845(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		mendapatkan kenikmatan seni	VAR00002
mendapatkan kenikmatan seni	Pearson Correlation	1	.865(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.865(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		dapat mengisi waktu luang	VAR00002
dapat mengisi waktu luang	Pearson Correlation	1	.848(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.848(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		menghilangkan kemarahan	VAR00002
menghilangkan kemarahan	Pearson Correlation	1	.813(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.813(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		membangkitkan gairah seks	VAR00002
membangkitkan gairah seks	Pearson Correlation	1	.553(**)
	Sig. (2-tailed)	.	.002
	N	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.553(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.
	N	30	30

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran Buku Koding Untuk Validitas

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1
2	3	3	4	4	3	2	1	3	3	3	2	4	3	3	2	2	4	3	3	3	1
3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	1	3	3	2	3	3	2
4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	3	1
5	4	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	4	4	2
6	4	3	4	2	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	2	4	4	4	3	1
7	3	3	4	2	3	3	2	4	2	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2
8	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	4	4	4	4	3
9	1	3	4	1	2	1	3	3	3	2	3	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1
10	2	3	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1
11	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1
12	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3
13	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1
14	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	4	1	3	3	3	3	4	3	1
15	1	2	3	3	3	1	1	1	2	3	1	2	1	1	1	3	2	2	2	2	1
16	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	1
17	4	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4	4	3	1	2	3	4	3	4	3	1
18	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2
19	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	1



20	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	2	4	3	3	3	4	1	2	3	3	4	1
21	3	3	3	3	3	4	2	2	4	4	3	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	1
22	3	3	3	2	3	3	2	2	4	3	4	2	3	4	4	2	3	3	4	2	3	3	4	1
23	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	
24	4	3	4	4	4	1	2	1	3	4	3	2	2	3	4	4	3	3	4	3	4	4	1	
25	3	3	3	4	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	4	1	
26	1	3	3	3	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	
27	2	2	2	2	2	3	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	
28	2	3	2	2	2	3	2	1	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	1	
29	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
30	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	2	2	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	

Lampiran Buku Koding Untuk Reliabilitas

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	2	2	4	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2
2	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	4	2	3	2	2	4	4	4	3	2
3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	1	2	1	3	3	2	3	2	1
4	1	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	1
5	3	4	3	3	4	1	2	3	1	2	2	3	2	2	3	1	2	3	4	1	1
6	1	3	4	2	2	3	4	4	3	3	3	3	4	3	1	2	3	4	4	3	2
7	3	3	3	1	3	4	1	4	2	4	3	4	4	2	3	3	3	4	4	3	1
8	3	3	3	3	3	1	4	3	4	2	3	3	3	1	2	3	3	4	3	4	3
9	3	3	4	2	1	1	3	3	3	1	3	3	1	2	1	1	3	2	3	1	1
10	3	3	1	1	2	2	2	2	2	3	1	3	3	1	1	1	3	3	4	3	2
11	1	2	3	1	2	1	2	1	2	2	3	3	1	2	2	2	3	4	3	3	2
12	2	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	1
13	3	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	4	4	2	2	2	4	4	4	4	2
14	1	3	3	1	3	1	3	4	1	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	1
15	4	2	3	3	2	1	1	2	3	3	1	2	1	2	2	3	3	3	3	3	1
16	3	3	3	1	3	3	2	3	1	2	3	2	2	3	2	3	4	1	3	3	2
17	3	3	3	2	2	2	3	4	3	4	4	4	2	2	2	3	3	3	4	3	1
18	4	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	1	3	2	3	3	3	3	1	1
19	3	2	3	3	2	3	1	3	3	3	3	4	2	4	1	2	3	3	3	3	1

20	2	2	3	3	3	3	3	1	2	3	2	3	3	1	1	3	3	3	3	3	1
21	3	3	3	1	3	3	1	2	3	2	1	2	3	2	2	1	3	4	3	4	1
22	3	3	3	1	1	2	1	2	2	3	3	4	2	2	2	3	4	3	3	4	2
23	2	3	3	1	3	2	1	3	2	3	3	2	3	4	2	4	4	3	2	4	1
24	3	4	4	2	3	2	2	2	2	2	4	4	3	1	2	2	4	4	4	4	2
25	3	3	3	2	2	1	1	3	3	1	2	3	4	1	3	4	4	4	3	2	2
26	3	3	3	1	1	1	2	4	1	2	2	3	1	1	2	2	3	4	3	3	1
27	4	2	3	3	2	2	2	2	2	3	1	3	2	2	2	3	3	1	4	4	1
28	3	3	1	1	1	1	2	3	1	3	1	3	1	2	2	4	3	3	3	3	1
29	3	3	4	1	4	1	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3
30	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	4	3	3	2	3	1	3	4	3	2	4

Keterangan



Jumlah pernyataan



Jumlah responden

BUKU KODING

1	1	4	2	1	1	1	2	1	5	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	1				
2	1	3	2	2	2	1	2	1	4	3	3	4	4	3	2	1	3	3	3	2	4	1	3	2	2	4	3	3	2	1	
3	1	2	1	2	3	2	2	1	5	2	3	4	2	2	3	3	3	3	4	3	3	1	2	1	4	3	2	4	3	2	
4	1	5	2	1	2	1	2	1	1	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	3	1		
5	1	4	2	5	3	2	1	3	1	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	4	2	2	
6	1	3	2	1	1	2	2	1	4	2	3	4	2	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	2	4	4	4	3	1	
7	1	3	2	2	2	1	2	1	1	3	3	4	2	3	3	2	4	2	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	2	
8	1	4	2	2	2	1	2	2	1	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	4	4	4	4	3	
9	1	5	2	2	3	1	2	1	2	3	3	4	1	2	1	2	2	3	2	3	3	1	1	2	1	4	2	3	1	1	
10	1	4	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	1	
11	1	5	2	3	3	2	1	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	1	
12	1	2	1	2	3	1	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	
13	1	5	2	3	2	2	2	1	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	1	2	2	4	4	4	4	1	
14	1	5	2	2	3	1	2	1	1	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	4	1	3	3	3	3	4	2	1	
15	1	5	2	2	2	1	2	1	5	3	2	3	3	3	1	1	1	2	3	1	2	1	1	1	4	4	4	3	3	1	
16	1	5	2	2	2	2	1	1	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	4	3	1
17	1	3	2	2	2	2	2	1	3	4	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4	4	1	1	2	3	4	3	4	3	1	
18	1	3	2	3	3	2	2	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	2	2	
19	1	3	2	3	1	2	2	1	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	1	
20	1	5	2	2	2	1	2	1	2	3	3	4	4	3	3	3	2	3	2	4	3	3	2	1	4	4	3	3	4	1	
21	1	3	2	3	3	1	2	1	1	3	3	3	2	3	4	1	2	3	2	2	2	4	2	2	1	3	3	3	4	1	
22	1	2	1	2	3	2	2	1	1	3	3	3	2	2	2	1	2	3	4	3	3	2	2	3	3	4	3	3	4	1	
23	1	1	1	1	3	2	2	1	1	2	4	3	2	3	3	2	4	2	3	3	2	4	4	2	4	4	4	2	3	2	
24	1	4	2	2	2	1	2	3	7	2	3	4	2	3	1	2	2	2	2	3	3	3	1	2	1	4	4	3	4	1	
25	2	2	1	2	3	2	2	1	1	3	3	4	1	2	2	2	3	3	2	2	4	3	2	4	3	4	4	4	3	1	
26	1	2	1	3	2	2	2	1	1	3	3	3	2	2	1	1	3	2	3	2	4	2	1	2	2	3	3	3	3	1	

27	1	1	1	1	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	1		
28	1	2	1	2	2	2	2	1	2	4	3	2	2	1	2	3	2	3	2	3	1	1	2	4	4	3	4	3	1		
29	2	5	2	2	2	2	2	1	3	3	3	4	2	4	1	3	3	3	4	4	2	1	3	3	4	4	4	4	3		
30	2	4	2	3	2	1	2	1	3	4	4	4	3	2	3	4	4	2	2	4	4	4	1	3	2	3	4	4	2	4	
31	1	2	1	2	3	2	1	1	1	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2		
32	1	3	2	3	1	2	2	1	1	3	1	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2		
33	1	5	2	2	1	1	2	1	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2		
34	1	5	2	2	1	1	2	1	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2		
35	1	5	2	2	2	2	2	2	5	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2		
36	1	4	2	3	1	1	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2		
37	1	3	2	3	1	1	2	1	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	1	4	4	1	1	4	4	4	1	1	
38	1	5	2	2	2	2	2	1	4	3	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	3	4	2	2	3	4	3	4	4	1	
39	1	5	2	4	2	1	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	1	
40	1	5	2	5	2	2	1	1	6	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	2	3	3	1	
41	1	5	2	2	2	2	1	1	3	3	2	4	3	3	2	4	3	2	3	3	4	2	2	4	3	4	3	4	2	1	
42	1	3	2	2	1	2	2	1	4	4	4	3	2	2	1	3	4	1	2	3	3	2	3	4	4	1	3	3	3	1	1
43	1	5	2	4	3	1	2	2	3	1	2	3	3	1	4	1	2	3	3	3	2	3	3	2	1	1	4	4	4	4	1
44	1	5	2	3	3	2	2	1	6	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	1	1	4	4	1
45	1	5	2	2	1	1	2	1	7	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4	4	4	4	1	
46	1	4	2	3	3	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	1	
47	1	5	2	2	3	1	2	1	5	2	3	3	4	3	2	2	4	2	3	3	3	2	2	2	2	4	3	4	4	1	
48	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	4	4	4	3	1	
49	1	5	2	4	2	1	2	1	2	1	3	3	2	2	3	2	1	3	3	4	3	3	2	1	3	4	2	4	4	1	
50	1	3	2	2	2	2	2	1	2	3	2	3	3	2	3	2	4	3	2	3	3	2	2	3	2	4	3	3	4	2	
51	1	3	2	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	
52	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	2	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	1	
53	1	3	2	3	3	1	2	1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	4	4	3	4	4	1	
54	1	3	2	4	2	2	2	1	1	2	3	3	2	3	4	4	4	2	2	3	3	2	2	2	4	3	4	4	4	1	
55	1	4	2	4	1	2	2	3	3	3	3	4	1	3	2	3	2	4	3	3	4	2	3	3	4	3	4	4	4	1	
56	1	3	2	3	2	1	2	1	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	2	
57	1	5	2	2	1	1	2	1	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	

58	1	1	1	1	2	1	2	1	3	4	4	3	2	2	2	4	4	4	2	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	2	
59	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4	2	3	4	2	2	1	3	2	3	3	3	4	2	1	3	4	4	4	4	1	
60	2	3	2	2	3	1	2	3	3	2	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3		
61	1	5	2	2	2	2	1	1	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2		
62	1	3	2	2	2	2	2	2	6	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	
63	1	3	2	4	2	2	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	2	2	
64	1	1	1	1	2	2	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	1	
65	1	3	2	3	1	2	2	1	5	2	3	3	2	3	2	1	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	
66	1	2	1	2	1	2	2	3	4	2	3	3	1	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	4	4	3	3	4	1	
67	1	4	2	4	3	2	2	2	1	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	
68	1	5	2	4	2	2	1	1	1	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	
69	1	2	1	4	2	2	2	1	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	2	
70	1	5	2	2	3	1	2	1	4	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	1	1	2	4	3	4	3	2	
71	1	5	2	2	3	1	2	1	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	1	1	4	4	4	4	1	
72	1	5	2	3	3	2	2	1	5	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	4	4	2	2	
73	2	3	2	3	2	1	2	2	1	2	2	3	1	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	4	3	4	3	4	1	
74	1	4	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	1	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	3	4	4	1	
75	1	5	2	4	2	1	2	1	5	2	3	3	1	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	3	4	3	2	
76	1	2	1	4	1	2	1	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	1	2	4	3	4	3	2
77	1	4	2	2	1	2	2	1	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	4	3	4	1	
78	1	4	2	4	2	1	2	1	1	2	3	4	4	3	2	4	3	2	3	3	4	2	3	2	4	3	4	3	4	1	
79	1	4	2	4	1	1	2	1	5	3	2	3	2	3	3	2	4	2	4	2	3	1	2	3	3	3	3	4	4	1	
80	1	5	2	5	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	
81	1	2	1	3	2	1	2	1	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	
82	1	4	2	5	3	1	2	1	1	4	4	4	3	3	2	1	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	1	
83	1	1	1	1	2	1	2	2	1	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	4	1		
84	1	5	2	2	3	1	2	1	4	3	2	3	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	3	3	4	3	4	2		
85	1	4	2	2	2	2	2	1	4	1	1	3	2	1	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	4	1	
86	1	3	2	3	2	2	2	1	1	2	2	4	3	3	1	4	3	2	3	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	1	
87	1	3	2	5	2	1	2	1	1	3	3	2	3	2	3	4	2	2	3	1	3	2	4	3	4	4	3	3	3	1	
88	1	5	2	2	3	1	1	1	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	1	

88	1	5	2	1	2	1	2	3	4	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	2	4	4	2	
89	1	5	2	5	1	1	2	1	1	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	1	2	3	3	3	2	3	3	1
90	1	5	2	4	3	1	2	1	7	2	1	3	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	3	3	2	4	2	1
91	2	4	2	4	2	2	2	1	3	4	3	3	3	4	2	4	3	3	4	4	4	2	3	1	4	4	3	4	4	1
92	1	3	2	2	2	2	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	4	4	1
93	1	2	1	4	1	1	2	1	1	4	3	4	3	4	2	4	1	2	3	3	4	2	3	2	4	4	4	4	4	1
94	1	2	1	2	3	1	2	1	1	3	1	3	2	4	4	1	1	3	4	1	1	4	3	1	4	3	3	4	4	1
95	1	4	2	5	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	1
96	1	2	1	2	1	1	2	1	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	4	3	4	4	2
97	1	1	1	1	2	1	2	1	1	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2
98	1	1	1	2	3	1	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	4	3	3	4	1	1	4	3	2	4	1
99	1	5	2	2	2	1	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	3	2	4	4	4	1	1

Keterangan



Jumlah Pertanyaan dalam kuesioner



Jumlah responden



KARTU BIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI

Semester Gasal / Genap _____

NAMA MHS. : WIDYA NINGSIH ROSANTI
NIM : 070317085
PEMBIMBING : YUYUN W.I SURYA
PEMBIMBING 1 :
PEMBIMBING 2 :

TOPIK / JUDUL

KEPUASAN REMAJA BERMAIN GAME RAGNAROK ONLINE DI BURABAYA

NO.	TANGGAL	MATERI YANG DIBAHAS	KRITIK/SARAN DOSEN PEMBIMBING	PARAF	
				MHS.	DOSEN
1	12/4 - 2007	BAB I	LBM Bedun Fokus	Widy	F
2	6/5 - 2007	BAB I	LBM	Widy	F
3	14/6 - 2007	Part I	LBM	Widy	F
4	11/07	—	Metodologi	Widy	F
5	5/9	BAB I	—	Widy	F
6	20/09 07	Bab I Metodologi	— & bab II	Widy	F
7	24/9 - 2007	—	off. konsep + questioner	Widy	F
8	08/10 07	—	—	Widy	F
9		Bab III	an data	Widy	F
10		Bab II	analisis data tahap interpretasi	Widy	F
11	16/11	Bab III	⊖ an. & interpretasi	Widy	F
12	29/11	—	—	Widy	F