



Fenomena Pegiat Game Pada Kelompok Usia Muda (Studi Fenomenologi Pada Game God Of War Ragnarok Di Pondok Kopi Jakarta Timur)

Andika Yogatama¹, Muhammad Ramdhani², Oky Oxygentri³

^{1,2,3}Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 23 Desember 2023
Revised: 12 Januari 2024
Accepted: 17 Januari 2024

God of War Ragnarok, which was released on November 9, 2022, with the adventure genre, was popular in the East Jakarta area when it was first released. The popularity of this game is interesting to research because according to data from *statista.com*, games with the adventure genre are less attractive to Indonesian gamers in 2022. This study aims to find out what is the motive for someone to play this game until this game was popular, especially in Pondok Kopi, East Jakarta. This study used qualitative research methods with Alfred Schutz's phenomenological approach. The subjects of this study consisted of five youth age group game activists in Pondok Kopi, East Jakarta. Using interview, conservation, triangulation and documentation methods. The results of this study found that someone's motive for playing *God of War Ragnarok* is because of media impressions, friend invitations, following trends, nostalgia and wanting to collect the game. There is also a different *God of War* game experience today when compared to the PlayStation 2 era, starting from changes in graphics and game features to mobile games that are more in demand and more online games that make the lack of togetherness playing games that now feel more individual.

Keywords: Phenomenon, Popular, *God of War Ragnarok*

(*) Corresponding Author:

andikayogatama95@gmail.com

How to Cite: *yogatama, andika, Ramdhani, M., & Oxygentri, O. (2024). Fenomena Pegiat Game pada Kelompok Usia Muda (Studi Fenomenologi pada Game God of War Ragnarok di Pondok Kopi Jakarta Timur). Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 10(7), 170-177. https://doi.org/10.5281/zenodo.11054409*

PENDAHULUAN

Game menjadi salah satu hiburan yang tidak akan pernah mati dari waktu ke waktu meskipun usia terus bertambah. Itu karena setiap manusia pasti membutuhkan hiburan dalam hidupnya. Dan untuk memenuhi kebutuhan akan hiburan, game bisa menjadi salah satu opsi yang dapat di pilih untuk memenuhi kebutuhan individu akan sebuah hiburan.

Saat ini bermain *game* tidak bisa dijadikan sebagai alat ukur hiburan anak kecil saja, karena faktanya baik itu kelompok usia muda bahkan orang dewasa pun terkadang masih suka bermain game baik itu untuk sekedar mengisi waktu luang ataupun sebagai hobi. Dari banyaknya *game* yang beredar di masyarakat, ada beberapa game yang digadang-gadang menjadi game populer yang ditunggu jadwal perilisannya. Salah satunya adalah *God of War Ragnarok* yang dirilis oleh Santa Monica Studio.

Santa Monica Studio adalah salah satu contoh dari *developer game* yang berhasil mengembangkan salah satu series game populer mereka yaitu *God Of War*, game besutan Santa Monica Studio ini di rilis oleh Sony Entertainment pertama kali pada tahun 2005 dengan nama *God of War*. Game yang bertemakan *hack and slash* dengan

unsur kekerasan tinggi ini awalnya mengambil konsep tentang seorang *demigod* atau manusia setengah dewa yang berusaha menjadi *Champion* diantara para dewa di mitologi kuno, yang dikemas dengan alur cerita yang mengadaptasi mitologi Yunani tentang awal mula keruntuhan tahta *Olympus* yang dihancurkan para raksasa. Dan kemudian series God of War ini berlanjut hingga ke series terbarunya yakni God of War Ragnarok.

Game God of War Ragnarok ini sempat menjadi tren di wilayah Jakarta Timur saat awal perilisannya. Banyak *gamer* kelompok usia muda yang menurut (Bappenas, 2018) ialah individu yang berusia rentang 14-24 disana menantikan untuk memainkan gamenya atau sekedar penasaran dengan alur cerita dari *gamenya*.

Hingga pada puncaknya saat perilisannya di Indonesia pada 9 november 2022 komunitas mural di Kota Tua Jakarta melalui kerjasama dengan Jakarta Experience Board membuat mural dari series God of War Ragnarok ini sebagai bentuk perayaan dirilisnya game God of War Ragnarok (Clinton, 2022).

Trennya *game* ini juga sampai ke Jakarta Timur, berdasarkan survey yang dilakukan penulis di beberapa wilayah Jakarta Timur ke beberapa masyarakat kelompok usia muda yang bermain game ini, kunci dari *hype*nya game ini memiliki banyak faktor mulai dari ajakan teman hingga faktor ingin mengoleksi gamenya.

Berdasarkan ulasan dari metacritic.com di seri game God of War Ragnarok mendapatkan Rating yang cukup tinggi yakni berada di angka 94/100 dari penilaian para kritikus game dan 7.9/10 dari para pemain game ini. Mengutip dari (Tassi, 2022) yang dilansir oleh forbes.com, *Sony Entertainment* mengkonfirmasi melalui akun *twitter*-nya pada awal peluncuran *series* God of War Ragnarok di hari ketiga peluncuran berhasil terjual 5,1 juta *copy* dan masuk ke minggu pertama terjual lagi sebanyak 5,9 juta *copy* di seluruh dunia yang berarti total penjualan di minggu pertama mencapai 11 juta *copy*.

Penjualan ini mengalahkan series game Last of Us yang saat itu berhasil meraih penjualan sebanyak 10 juta *copy* di tahun kedua perilisannya. Tentu hal ini menjadi sebuah penghargaan dan privilege tersendiri bagi santa monica studio. Bahkan pihak Sony pun mengklaim kalau game ini menjadi game dengan penjualan tercepat setelah *pre order*nya.

Klaim di atas sejalan dengan survey yang dilakukan penulis dari fenomena bermain game God of War Ragnarok di Pondok Kopi Jakarta Timur pada beberapa *gamer* kelompok usia muda yang pernah memainkan game God of War Ragnarok. Mereka memiliki alasan dan pengalaman bermain masing-masing dan pendapat mereka tentang game ini semuanya setuju kalau game ini *worth it* untuk dimainkan. dari situ penulis ingin mengetahui seperti apa pengalaman mereka dan apa alasan mereka memainkan game ini sampai mereka setuju bahwa game ini *worth it* untuk dimainkan.

Dilansir dari katadata.co.id di Indonesia sendiri jumlah pemain *game* atau istilahnya *gamer* itu menduduki peringkat ke 3 di Asia Tenggara di tahun 2022 setelah Filipina dan Thailand berdasarkan data pengguna internet aktif yang suka bermain *game*.

Dengan banyaknya jumlah *gamer* di Indonesia, memberikan beragam alasan pula mengapa mereka bermain sebuah game. Karena pada saat ini game tidak hanya dimainkan sebatas hiburan atau mengisi waktu luang melainkan game juga bisa digunakan sebagai alat pencari uang seperti bergabung dengan *e-sport* professional ataupun melakukan streaming di media sosial.

Dari studi sebelumnya tentang fenomena bermain game yang di teliti oleh Abdul Rahman Sayopi (2022) dengan judul Fenomena bermain Higgs Domino Island pada Masyarakat Produktif di kota Pekanbaru didapati hasil dari penelitiannya yaitu motif orang bermain game tersebut mulai dari hobi hingga menghasilkan keuntungan. Selain itu, pengalaman komunikasi yang didapat mulai dari penerimaan oleh keluarga hingga cacian.

Berikutnya ada studi dari Azmi Awaldi Lubis (2019) dengan judul Fenomena Game Pokemon Go di Masa Pandemi Covid-19. Dari studi ini didapati motif dari bermain game ini adalah karena suka animenya kemudian pengalaman komunikasi yang didapat berasal dari fitur didalam *game*-nya yang diperbarui saat sebelum covid hingga saat covid-19.

Selanjutnya ada studi dari Muhammad Iyun (2020) dengan judul Fenomena Bermain Game Call of Duty. Dari studi ini didapat motif dari bermain gamenya yaitu ingin menjadi pro player dan menjadi youtuber gaming. Kemudian, pengalaman komunikasi yang didapat berasal dari cerita teman-temannya yang berhasil menjadi pro player.

Fenomena bermain game God of War Ragnarok ini menjadi menarik untuk diteliti secara lebih mendalam karena berdasarkan jenis gamenya, game god of war ini termasuk game yang mengutamakan alur ceritanya tidak seperti game moba ataupun FPS dan menurut survey dari statista.com yang dilakukan pada enam ribu Sembilan ratus dua puluh tujuh responden yang berusia 16 tahun keatas, game yang bertemakan adventure dan story berada di peringkat 7 dari genre game yang paling populer dimainkan untuk periode tahun 2022. Peringkat tersebut jelas jauh jika dibandingkan dengan kepopuleran game moba atau shooter (Statista, 2022).

Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti motif dan pengalaman seseorang dari bermain game God of War yang membuat game ini sempat menjadi tren dikalangan *gamer* usia muda di wilayah Jakarta Timur. Dipilihnya fenomenologi karena tujuannya untuk menganalisis motif dan pengalaman komunikasi dari pegiat *game* God of War Ragnarok.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Fenomena Pegiat *Game* pada Kelompok Usia Muda”. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini ialah untuk menganalisis bagaimana motif dan pengalaman komunikasi pada pegiat game God of War Ragnarok.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Kualitatif digunakan karena bertujuan memahami lebih dalam tentang motif dan pengalaman komunikasi dari pegiat game. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui motif dan pengalaman komunikasi seorang pegiat dalam bermain game yang ditinjau langsung berdasarkan dari pengalaman narasumber dalam penelitian ini.

Istilah fenomenologi berasal dari *phenomenon* (peristiwa) *logos* (ilmu) yang mengacu pada sebuah ilmu yang mempelajari kondisi atau kejadian yang dilihat dan dialami individu. Sehingga fenomenologi menjadi cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia secara langsung. Fenomenologi menurut Schutz dalam (Kuswarno, 2009) adalah bagaimana manusia mengkonstruksi makna dari pengalaman sosial. Schutz berpandangan bahwa segala tindakan manusia itu didasari atas persepsi mereka tentang

dunia. Tindakan manusia ini diasumsikan sebagai motif dari sebuah perilaku yang diklasifikasikan oleh Schutz ke dalam 2 kategori yaitu:

1. **In order motive** (motif untuk) maksudnya apa yang dilakukan individu memiliki tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya
2. **Because motive** (motif karena) maksudnya apa yang dilakukan manusia pasti ada alasan dari masa lalu mengapa dia melakukannya.

Schutz membuat rumus dari tindakan manusia melalui proses yang dinamakan tipikasi. Tipikasi Schutz dalam (Kuswarno, 2009) dijelaskan pada lingkup fenomenologi di Indonesia adalah pengelompokan pengalaman manusia. Pada prinsipnya tipikasi adalah sebuah pengelolaan, produksi makna yang dikelola, diorganisasikan berdasarkan hubungan dengan pengelolaan informasi atau pengalaman lain yang diterima oleh manusia pada masa lalu. Proses kumpulan makna tersebut kemudian memengaruhi makna yang terkonstruksi dalam pola pikir, gerak, sikap, perilaku dan dapat diaplikasikan secara nyata.

Dalam pandangan Schutz dalam konteks manusia sebagai makhluk sosial, tipikasi ditafsirkan sebagai pemahaman atas dasar pengalaman bersama. Sehingga fenomenologi menurut Schutz tidak menempatkan pengalaman sebagai kemandirian makna yang dikonstruksi oleh individu secara sadar. Karena setiap pengalaman orang berbeda-beda dan tidak bisa digeneralisasikan. Dalam fenomenologi Schutz ada beberapa unsur yang dapat dianalisis diantaranya yaitu:

1. Motif

Motif mengarah pada alasan seseorang melakukan sesuatu, dalam fenomenologi, Schutz membagi dua jenis motif yaitu motif karena dan motif untuk. Motif “karena” adalah motif yang menjelaskan mengapa seseorang melakukan sebuah tindakan dan motif “untuk” adalah motif yang merangsang seseorang untuk melakukan suatu tindakan.

2. Pengalaman Komunikasi

Pengalaman dalam KBBI disebut sebagai sesuatu yang di alami, dijalani, dirasakan. Pengalaman yang mendasari suatu tindakan adalah pengalaman yang memiliki hubungan dengan sesuatu. Penjelasan tentang pengalaman komunikasi dapat diketahui melalui pernyataan yang punya dimensi isi dan relasional Mulyana dalam (Sayopi, 2022). Artinya pengalaman komunikasi yang positif dapat dilihat dari kegiatan yang menunjukkan perhatian, kesenangan dan ketertarikan bermainnya. Sedangkan pengalaman komunikasi yang negative adalah sebaliknya.

Penelitian fenomenologi pada dasarnya ingin mengetahui bagaimana memaknai sebuah fenomena yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Dalam konteks fenomenologi, bermain game adalah sebuah tindakan yang memiliki motif tertentu yang didasari oleh keinginan individu. Melalui pengalaman komunikasi tiap informan dalam bermain game, penulis berusaha mempelajari bagaimana mereka memaknai game tersebut dan apa motif mereka bermain game *God of War Ragnarok*.

Wawancara

Tujuan dilakukannya wawancara, penulis bermaksud untuk memperoleh informasi berupa pengalaman dari informan yang nantinya dikonstruksikan menjadi sebuah makna. Wawancara yang dilakukan penulis berupa tanya jawab santai dengan informan saat sedang bermain game ataupun saat informan sedang ada waktu luang untuk sesi tanya jawab dan dilakukan secara eksklusif baik itu langsung ataupun melalui daring.

Observasi

Observasi dilakukan karena penulis harus mengetahui bagaimana kondisi di lapangan dan juga terlibat dalam fenomena ini yaitu ikut bermain game hanya saja dalam penelitian ini status penulis sebagai pengamat yang terjun langsung ke TKP. Dalam observasi partisipan penulis mengamati informan dalam bermain game dan respon informan yang diberikan setelah memainkan gamenya. Dan juga penulis ikut serta memainkan gamenya bersama informan agar bisa memahami kondisi natural informan tanpa terkesan dipaksakan.

Dokumentasi

Hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan lebih kredibel bila disertai oleh foto atau karya tulis akademik yang sudah ada. Dalam hal ini penulis berusaha mengumpulkan data sekunder melalui literatur jurnal dan buku serta dokumentasi penelitian. Dokumentasi penulis berupa foto yang nanti akan di taruh di lampiran dan juga audio hasil *record* wawancara dengan informan dan disertai juga dokumentasi berupa jurnal penelitian yang sudah ada sebagai penguat data.

Triangulasi

Triangulasi teknik yaitu teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data. Sehingga data yang terkumpul bisa sekaligus di uji kredibilitasnya. Tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari sebuah kebenaran akan fenomena tetapi lebih ke pemahaman tentang fenomena tersebut. Creswell dalam (Kuswarno, 2009) berpendapat bahwa tujuan penelitian kualitatif bukan semata mencari kebenaran tetapi lebih ke pemahaman subjek terhadap dunianya. Hal ini bisa saja tidak sesuai dengan teori dan hukum karena bersifat pengalaman.

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil pembahasan ini tidak lepas dari teori yang digunakan yaitu fenomenologi dari Alfred Schutz dimana fenomena terjadi karena ada motif didalamnya dan membagi motif ini menjadi dua yaitu *because of motive* yang merujuk pada mengapa informan memainkan God of War Ragnarok dan *in order motive* yang merujuk pada tujuan informan memainkan game God of War Ragnarok.

Because of Motive

Dalam fenomenologi Alfred Scuthz, *Because of Motive* dimaksudkan pada motif seseorang melakukan sesuatu karena ada yang hal yang melatarbelakanginya. Dan dari hasil wawancara yang penulis lakukan, penulis mendapati motivasi informan bermain game God of War Ragnarok yang dikategorikan ke dalam *Because of Motive* atau motif alasan sebagai berikut:

1. Tayangan

Hal yang menarik dari media seperti youtube dan tiktok salah satunya adalah konten gaming. Menurut Anggraeni dkk dalam (Pamungkas, 2023) konten game menjadi salah satu tontonan yang memiliki peminat paling banyak. Hal ini sejalan dengan jumlah gamer di Indonesia yang juga banyak yaitu 94,5 juta berdasarkan survei dari katadata.co.id tahun 2022. Isi dari konten game ini tidak sekedar melihat orang bermain game saja melainkan kita juga bisa mencari tips dan trik dalam sebuah game, dan bagaimana cara memainkan gamenya.

Hasil wawancara dengan informan menunjukkan bahwa tayangan youtube gaming ataupun fyp dari tiktoknya yang dikonsumsi membuat informan termotivasi untuk memainkan gamenya. Hal ini didukung juga oleh penelitian (Pamungkas, 2023), yang mengatakan tayangan youtube memiliki pengaruh positif terhadap motivasi individu untuk melakukan imitasi.

2. Ajakan teman

Henslin dalam (Iyun, 2020), mengemukakan jika teman sebaya memiliki daya paksa terhadap orang yang masuk didalamnya. Artinya rekomendasi atau rujukan dari seorang teman dapat membuat individu termotivasi untuk mengikuti rekomendasinya. Sama seperti yang informan alami, dirinya mengatakan jika ajakan dan rekomendasi game dari teman membuat informan ikut memainkan game tersebut. Dalam hal ini seorang teman yang bermain game God of War, tidak menutup kemungkinan dirinya akan mengajak dan merekomendasikan gamenya ke kelompok bermainnya.

3. Trending

Game God of War Ragnarok sempat menjadi perbincangan di banyak konten yang membahas soal game. bahkan untuk merayakan perilisan gamenya, Game ini sampai dibuatkan muralnya oleh komunitas mural di Kota Tua Jakarta (Clinton, 2022). Berdasarkan hasil dari riset penulis, game ini sempat ramai karena banyak orang khususnya pecinta game ini penasaran dengan sosok Thor dan Odin serta cerita baru yang dibangun pada game God of War ini. Dan berdasarkan pengalaman dari informan, cerita yang dibangun pada seri God of War Ragnarok ini dapat dikatakan berhasil.

In Order Motive

Dalam fenomenologi Alfred Schutz, *in order motive* dimaksudkan pada motif seseorang melakukan sesuatu untuk tujuan tertentu. Dan dari hasil wawancara yang penulis lakukan, penulis mendapati motivasi informan bermain game God of War Ragnarok yang dikategorikan ke dalam *in order motive* atau motif tujuan sebagai berikut:

1. Koleksi

Menurut KBBI barang koleksi adalah kumpulan benda yang sering dikaitkan dengan minat atau hobi. Suatu barang akan di koleksi jika memiliki keistimewaan, kelangkaan dan popularitas barang tersebut bagi yang mengoleksi/ kolektor (Kurniawan, 2020). Motif informan memainkan game God of War Ragnarok selain mengisi waktu kosong informan juga memiliki tujuan untuk menjadikan gamenya sebagai barang koleksi. Hal ini dikarenakan hobi informan dalam bermain game dan juga game God of War Ragnarok ini merupakan game populer di tahun 2022 lalu.

2. Nostalgia

Menurut KBBI nostalgia berarti mengingat kembali peristiwa atau kenangan manis yang pernah dialami pada masa lampau. Ada pengalaman dari informan saat bermain game God of War ini yang mengingatkan kembali dengan kenangan masa kecilnya semasa dirinya masih suka bermain di rental. Adapun pengalaman yang menurut informan hanya dapat dirasakan saat dirinya masih bermain game di rental pada era Ps 2 seperti bertukar *memory card* dan menyalin buku *cheat* yang menurutnya untuk saat sekarang ini sudah sulit dirasakan dan ditemukan.

Pengalaman Komunikasi

Segala sesuatu dari pengalaman individu yang berkaitan dengan aspek komunikasi yang meliputi proses, simbol, dan makna yang dihasilkan serta motivasinya pada suatu tindakan. Pengalaman dari individu pada penelitian ini bervariasi mulai dari era Ps 2 hingga Ps 4.

Beberapa pengalaman bermain God of War dari era Ps 2 yang dialami informan seperti adanya rasa kebersamaan yang tinggi dalam bermain dikarenakan pada saat itu internet masih belum ramai dan masih banyak game rental Ps yang bisa dimainkan *multiplayer*. Selanjutnya, ada beberapa momen yang sudah sulit di jumpai untuk saat ini seperti momen bertukar *save-an game* sampai berkelana mengumpulkan *cheat*.

Kemudian, untuk segi permainannya di era Ps 2 jumlah game yang beredar cukup banyak dan seru untuk dimainkan hanya saja dari grafis masih terbilang rendah.

Adapun pengalaman bermain di era Ps 4 yang dialami informan seperti terasa lebih individual karena sekarang hampir semua kegiatan bisa melalui jaringan (*online*) termasuk bermain game. dan untuk segi permainannya di era Ps 4 jumlah game yang dapat dimainkan multiplayer terbilang cukup sulit karena hanya beberapa game yang bisa dimainkan tanpa harus *online* terlebih dahulu. Tetapi, untuk grafis dan fitur yang di sajikan cukup bagus.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis yang dilakukan penulis menggunakan teknik wawancara dan observasi kepada lima informan mengenai Fenomena Pegiat Game pada Kelompok Usia Muda di Pondok Kopi, Jakarta Timur. Dengan pendekatan fenomenologi dan teori fenomenologi Alfred Schutz yang membagi motif dari sebuah fenomena menjadi dua yaitu because of motive (motif karena) dan in order motive (motif untuk) didapat hasil dari lapangan sebagai berikut:

1. Because of Motive (Motif Karena)

Motif ini merujuk pada kenapa informan bermain game God of War Ragnarok, dan motif yang didapat yaitu pertama karena tayangan dari media streaming seperti youtube dan tiktok atau semacamnya. Kedua karena ajakan dari teman yang merekomendasikan gamenya. Dan yang ketiga, karena gamenya sedang tren yang membuat narasumber akhirnya tertarik dan memainkan gamenya.

2. In Order Motive (Motif Untuk)

Motif ini adalah tujuan dari informan memilih bermain game God of War Ragnarok, yang pertama yaitu untuk menjadikan gamenya sebagai koleksi di konsolnya dan yang kedua yaitu bertujuan untuk mengenang kembali masa kecilnya semasa dirinya masih bermain di rental.

Dan untuk pengalaman bermainnya yang dialami informan mulai dari era Ps 2 yang menurut informan terasa kebersamaan dalam bermain gamenya meskipun saat itu dari segi grafis dan fitur masih terbilang seadanya sampai era Ps 4 yang terasa mulai individual karena adanya fitur online akan tetapi dari segi grafis dan fitur gamenya sudah cukup bagus.

REFERENSI

- Ahda. (2020, April 09). *Siapakah yang Pantas Disebut Sebagai Seorang Gamer? Ini Dia Jawabannya*. Retrieved from duniagames.co.id: <https://duniagames.co.id/discover/article/siapakah-yang-pantas-disebut-sebagai-seorang-gamer-ini-dia-jawabannya>
- Bappenas. (2018, Oktober 22). *Kelompok usia*. Retrieved from Bappenas.go.id: https://sepakat.bappenas.go.id/wiki/Kelompok_Usia#:~:text=Pembagian%20kelompok%20usia%20dalam%20modul,tahun%3A%20Kelompok%20usia%20pekerja%20awal
- Clinton, B. (2022, November 9). *Ada Kratos God of War Ragnarok "Mejeng" di Kota Tua Jakarta*. Retrieved from Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2022/11/08/20000067/ada-kratos-god-of-war-ragnarok-mejeng-di-kota-tua-jakarta>

- Disdukcapil. (2020, Desember 28). *Badan Statistik Pusat Jakarta Timur*. Retrieved from [jaktimkota.bps.go.id: https://jaktimkota.bps.go.id/subject/12/kependudukan.html#subjekViewTab3](https://jaktimkota.bps.go.id/subject/12/kependudukan.html#subjekViewTab3)
- Iyun, M. (2020). *Fenomena Bermain Game Online Call of Duty*. Pekanbaru: Universitas Islam Riau.
- JT, S. K. (2023, September 5). *Profil Kelurahan Pondok Kopi*. Retrieved from [timur.jakarta.go.id: https://timur.jakarta.go.id/kelurahan/pondok-kopi](https://timur.jakarta.go.id)
- Kurniawan, R. (2020, Agustus 13). *Bernilai Tinggi, Apa Barang Koleksi Termasuk Investasi?* Retrieved from [Finansialku.com: https://www.finansialku.com/barang-koleksi/](https://www.finansialku.com/barang-koleksi/)
- Kuswarno, E. (2009). Tradisi Fenomenologi pada Penelitian Komunikasi Kualitatif: Sebuah Pengalaman Akademis. *Jurnal Komunikasi*, 47-58.
- Lubis, A. A. (2019). Fenomena Pokemon Go di masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Heritage*, 20-27.
- Metacritic. (2022, November 09). *God of War: Ragnarok for PlayStation 5 Reviews*. Retrieved from [metacritic.com: https://www.metacritic.com/game/playstation-5/god-of-war-ragnarok](https://www.metacritic.com/game/playstation-5/god-of-war-ragnarok)
- Pamungkas, Y. P. (2023). Pengaruh Terpaan Channel Youtube Oura Gaming Terhadap Prilaku Imitasi Bermain Game Mobile Legends. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 2238-2253.
- Riadi, M. (2021, September 11). *Psikologi: Dewasa muda (Definisi, karakteristik, aspek, dan perkembangan)*. Retrieved from [Kajianpustaka: https://www.kajianpustaka.com/2021/09/dewasa-muda.html](https://www.kajianpustaka.com/2021/09/dewasa-muda.html)
- Sayopi, A. R. (2022). Fenomena Higgs Domino Island ada Masyarakat Produktif di Kota Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 7326-7334.
- Siadari, C. (2020, September 15). *kumpulanpengertian.com*. Retrieved from [Pengertian game menurut para ahli: https://www.kumpulanpengertian.com/2020/09/pengertian-game-menurut-para-ahli.html](https://www.kumpulanpengertian.com/2020/09/pengertian-game-menurut-para-ahli.html)
- Statista. (2022, Juni 1). *most popular genres for online gaming in indonesia 2022*. Retrieved from [statista.com: https://www.statista.com/statistics/1116317/indonesia-leading-online-gaming-genres/](https://www.statista.com/statistics/1116317/indonesia-leading-online-gaming-genres/)
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tassi, P. (2022, November 23). *God of War Ragnarok is Fastest-Seller Ever, Beating The Last of Us Part 2*. Retrieved from [Forbes.com: 'God Of War Ragnarok' Is PlayStation's Fastest-Seller Ever, Beating 'The Last Of Us Part 2'](https://www.forbes.com)