

MOTIVASI KREATOR INDONESIA PADA GAME ONLINE ZEPETO DALAM MENCIPTAKAN ITEM 3D MELALUI GAME SMARTPHONE

Oleh: Dinda Ayu/180111151

E-mail : dinda.ayu1151@student.unri.ac.id

Dosen Pembimbing : Jonyanis

Email: jonyanis@lecturer.unri.ac.id

Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jalan H.R Soebrantas Km.12,5 Simpang Baru, Panam

Pekanbaru-Riau 28293 Telp/fax.0761-63277

ABSTRAK

Game adalah sebuah permainan yang dapat dimainkan oleh semua kalangan usia. Kini dengan seiringnya waktu, game memiliki banyak perkembangan, mulai dari tradisional hingga memasuki dunia internet yang dapat diakses secara offline dan online. Banyak orang-orang memanfaatkan game sebagai bentuk hiburan dalam mengisi waktu luang, bahkan menjadikannya sebagai hobi. Namun sebagian orang memanfaatkan game sebagai hal positif yang dapat menguntungkan bagi pemain, seperti menghasilkan uang dengan hanya bermain game. Kemudian orang-orang menjadikan game sebagai pekerjaan mereka, karena dapat menghasilkan uang seperti pekerjaan lainnya. Pada penelitian ini, ZEPETO adalah salah satu dari banyaknya game avatar 3D yang dapat membuat pemain memiliki kebebasan dalam menghias avatar dan banyak lagi. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui siapa saja kreator Indonesia dan apa motivasi dari kreator ZEPETO Indonesia dalam menciptakan item 3D melalui game smartphone. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Subjek yang dipilih pada penelitian ini sebanyak lima informan dengan menggunakan teknik *snowball sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga poin yang dapat disimpulkan yaitu, pemain game ZEPETO dapat bebas berkreasi melalui konten, video, pembuatan item dan map. Kemudian pemain dapat berkomunikasi dengan pemain lain dari seluruh dunia, dan menghias avatar 3D dengan membuat item yang dapat menghasilkan keuntungan bagi pengguna.

Kata Kunci: Motivasi, Kreator, Game ZEPETO, Item 3D.

**MOTIVATION OF INDONESIAN CREATORS IN ZEPETO ONLINE GAMES IN
CREATING 3D ITEMS THROUGH SMARTPHONE GAMES**

By: Dinda Ayu/1801111151

E-mail: dinda.ayu1151@student.unri.ac.id

Supervisor: Jonyanis

Email: jonyanis@lecturer.unri.ac.id

Department of Sociology, Faculty of Social and Political Sciences,
Universitas Riau

Bina Widya Campus, Jalan H.R Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru, Panam, Pekanbaru-Riau
28293 Tel / fax.0761-63277

ABSTRACT

Game is a game that can be played by all ages. Now with the passage of time, games have had many developments, ranging from traditional to entering the world of the internet that can be accessed offline and online. Many people use games as a form of entertainment in their spare time, even making it a hobby. But some people take advantage of gaming as a positive thing that can benefit players, such as making money just playing games. Then people make gaming their job, because it can make money like any other job. In this study, ZEPETO is one of the many 3D avatar games that can let players have the freedom to decorate their avatars and more. The purpose of this research is to find out who the Indonesian creators are and what is the motivation of the Indonesian ZEPETO creators in creating 3D items through smartphone games. The method used in this research is qualitative with a descriptive approach. The subjects selected in this study were five informants using the snowball sampling technique. The results of this study indicate that there are three points that can be concluded, ZEPETO game players can be free to be creative through content, videos, item creation and maps. Then players can communicate with other players from all over the world, and decorate 3D avatars by creating items that can generate profits for users.

Key words: Motivation, Creator, ZEPETO Game, 3D Items.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan kehidupan serta perkembangan teknologi, dengan melihat global yang semakin canggih, mengalami perubahan dan penyesuaian yang tak dapat terhindarkan dengan berkembangnya berbagai aspek masyarakat modern yang mendukung kehidupan sosial penduduk dunia saat ini. Begitu cepatnya persebaran komputerisasi yang artinya bentuk kemajuan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan sosial, antara lain dunia pendidikan, dunia kerja dan pemerintahan, menuntut semua lapisan masyarakat membuat lebih pintar dalam memanfaatkan segala bentuk teknologi yang ada saat ini. *Smartphone* yang merupakan salah satu inovasi manusia yang terbaik, juga memberikan kontribusi yang besar dalam penyebaran informasi dan komunikasi dalam dunia internet. Perkembangan *smartphone* telah memfasilitasi munculnya berbagai macam industri yang menggunakan internet, diantaranya *game online*.

Dahulu *game online* hanya berskala kecil (*small local network*) tetapi sekarang mulai menjadi internet dan terus berkembang sampai sekarang (Gede dan Hermawan, 2009). Perkembangan teknologi komunikasi tidak hanya bertumpu pada daerah nyata atau realita saja, tetapi juga menjangkau dunia *virtual* atau maya. Realita yang terjadi pada masyarakat di kota maupun di desa dengan banyaknya *game centre* dapat menjadi candu bagi pemainnya (Imanuel, 2009).

Pesatnya pertumbuhan internet di Indonesia membuat masyarakat Indonesia semakin peka akan peluang untuk menghasilkan keuntungan melalui internet. Tidak hanya bekerja disebuah perusahaan maupun berwirausaha, ternyata dengan bermain *game* juga dapat menghasilkan uang. Banyaknya jenis *game* yang dapat

menghasilkan uang diantaranya dengan berkompetisi seperti *e-sports*. Dari banyaknya jenis *game* yang ada, peneliti tertarik dengan salah satu *game online* yang dapat menghasilkan uang dalam bentuk *real* ialah ZEPETO. *Game online* berbasis *smartphone* yang dapat didownload melalui App Store dan Google Play Store. ZEPETO yang memiliki tampilan menarik dan penuh warna, membuat para pemain dapat diterima dari semua kalangan usia.

Tabel 1.1

Akun ZEPETO OFFICIAL

Nama Akun	ID	Followers
ZEPETO CHINA	@zepeto.cn	236,0 K
ZEPETO FRANCE	@zepeto.fra	1,1 M
ZEPETO GLOBAL	@zepeto	15,9 M
ZEPETO INDONESIA	@zepeto.id	5,4 M
ZEPETO JAPAN	@zepeto.jp	1,2 M
ZEPETO KOREA	@zepeto.kr	1,0 M
ZEPETO MALAYSIA	@zepeto.my	487,2 K
ZEPETO PHILIPPINES	@zepeto.ph	1,3 M
ZEPETO RUSSIA	@zepeto.ru	1,5 M
ZEPETO THAILAND	@zepeto.th	2,6 M
ZEPETO VIETNAM	@zepeto.vt	1,0 M

Sumber : Olahan Data Lapangan 2022

Pada tabel diatas ialah nama akun ZEPETO dari berbagai negara yang terdapat di *game* ZEPETO. ZEPETO adalah *game* karakter avatar 3D keluaran milik *Snow Corporation* merupakan *developer* yang didirikan pada tahun 2016 di Seongnam, Korea Selatan, dan beroperasi sebagai anak usaha *Naver Corporation* (NAVER Z, 2020). ZEPETO ialah *game global* yang

dapat memperluas jaringan sosial melalui pertemanan dari berbagai negara. Melalui *game* ini pemain dapat membuat avatar secara digital, *chatting* dengan pengguna ZEPETO dari berbagai negara tanpa batas, bermain *game*, berfoto bersama karakter lainnya, membentuk tim atau squad, hingga dapat menciptakan *item* 2D dan 3D melalui ZEPETO studio yang dapat diakses oleh pemain secara gratis.

Bermain *game* ZEPETO dapat menghubungkan melalui akun email atau facebook saat melakukan registrasi awal, menariknya lagi pengguna dapat menyesuaikan wajah asli pemain atau memilih karakter yang sudah tersedia di ZEPETO. Pengguna dapat menyesuaikan avatar tersebut sesuai dengan keinginan, mulai dari mengubah model rambut, bentuk wajah, hingga menambahkan tahi lalat sekalipun. Belakangan ini tak sedikit orang-orang mengunggah hasil avatar kreasi mereka yang dibuat menggunakan aplikasi *game* ZEPETO melalui akun media sosial mereka seperti Instagram, Twitter bahkan membuat konten di YouTube dan TikTok.

Memasuki era metaverse membuat ZEPETO menjadi menarik banyak peminat bagi segala usia khususnya generasi milenial, terlebih lagi karakter yang digunakan dapat menyesuaikan seperti menjadi bayi, anak-anak, dewasa, bahkan nenek dan kakek. Dalam *game* ini pemain bisa melakukan berbagai aktivitas layaknya dalam dunia nyata seperti, menghadiri pesta, bermain diberbagai macam dunia (*World Map*) melakukan sesi pemotretan dengan karakter dari pengguna lain bahkan dengan artis dan seorang idol.

Game ini juga memberikan fitur pesan suara dalam bermain dan DM (*Direct Message*) atau pesan seperti fitur chat, membentuk sebuah team untuk seru-seruan secara virtual, mewujudkan kreativitas yang akan membuat para pengguna bermain dengan seru meski hanya dalam dunia

virtual, yang mana pengguna tidak perlu berada pada suatu tempat yang sama dengan orang lain, namun hanya perlu memasuki dunia metaverse yaitu ruang virtual salah satunya dalam game ZEPETO.

Bagi pengguna (*user*) *game* ZEPETO bisa menyalurkan *passion* berpakaian dalam game ini, tentunya tanpa harus membeli juga tanpa ada batasan apapun. Dari sinilah game ini berhasil menarik perhatian orang, khususnya yang tertarik dalam dunia fashion. Terlebih lagi aplikasi pada *game* ini juga mendapatkan pasar tersendiri. Pengguna bisa mendandani avatar dengan jutaan *item* yang tersedia didalamnya. Mulai dari *outfit* secara keseluruhan, dan toko kolaborasi pakaian dari berbagai merek terkenal seperti Adidas, ETUDE, PUMA, HYUNDAI, GUCCI, ZARA, MLB, Ralph Lauren, Disney, DIOR dan banyak lagi. Pengguna bisa berkreasi tanpa batas untuk membuat tokoh karakter tersebut sesuai dengan yang diinginkan (Zepeto Untuk Pencipta, 2021).

ZEPETO dapat membuat pemain memiliki kreativitas yang tinggi, dengan adanya fitur seperti dapat mengedit dengan mudah pada pose stand foto yang beragam, adanya event-event special, dan banyak misi yang menarik lainnya. Hal tersebut tentu memiliki hadiah (*reward*) yang akan diberikan kepada pemenang dan partisipan. Hadiah yang diberikan kepada pemain sangat beragam, mulai dari hadiah berupa *gem*, *coin*, *item* dengan edisi terbatas, dan ada juga hadiah dalam bentuk nyata seperti uang tunai, album kpop, hadiah kolaborasi dan banyak hadiah menarik lainnya. Dengan demikian, hal tersebut dapat membuat pemain untuk ikut berpartisipasi pada setiap event dan misi yang ada, karena adanya hadiah yang akan didapatkan.

Dengan mewujudkan ide-ide para pengguna, ZEPETO juga memberikan ruang sebagai fasilitas bagi para pengguna, yang dapat merancang *item* seperti pakaian,

accessories, peta dunia (*World Map*) yang terdapat di ZEPETO Studio. Hal itulah yang membuat ZEPETO berbeda dari *game* dengan karakter 3D lainnya. Sebuah website resmi yang dapat digunakan oleh pengguna (*user*) secara gratis. Pada *game* ZEPETO pemain dapat menjadi seorang kreator, karena hanya dengan bermodal *handphone* saja juga dapat membuat konten, item 2D yang diinginkan, *Item* 3D dan peta dunia menggunakan komputer atau laptop. Untuk mengakses ZEPETO Studio, tentu dengan syarat sudah memiliki akun ZEPETO terlebih dahulu yang dapat didaftar melalui email atau facebook. Menurut data dari website ZEPETO Studio, terdapat sebanyak 200 juta pengguna dari seluruh dunia, 1,5 juta pencipta studio dan menghasilkan 50 juta jumlah penjualan *Item* studio (Studio, 2021).

Menariknya dalam studio tersebut, pemain dapat membuat *Item* 2D, 3D yang nantinya bisa dijual dan akan mendapatkan bayaran dari hasil penjualan sesuai banyaknya pembeli. Tentunya tidak hanya dalam ZEPETO Studio saja, tetapi juga memerlukan beberapa aplikasi yang dibutuhkan dalam membuat *item* 2D dan 3D seperti aplikasi Maya, Unity dan aplikasi lainnya. Sedangkan untuk membuat peta dunia (*World Map*) pemain perlu mendownload aplikasi ZEPETO *Build it* yang juga terdapat diwebsite tersebut.

Dalam ZEPETO Studio, ada dua kategori yang memiliki *benefit* dalam menghasilkan uang, yaitu dengan menciptakan *Item* dan siaran langsung (ZEPETO Live), sedangkan untuk peta dunia masih belum dapat dipastikan apakah *world map* juga mendapatkan benefit seperti pembuatan *item* dan ZEPETO Live. Pada ZEPETO Live tidak semua pemain dapat melakukan siaran langsung, melainkan hanya dapat digunakan oleh beberapa pengguna yang sudah memenuhi syarat yang ada.

Item yang telah dibuat akan diproses selama beberapa hari terlebih dahulu, hingga dapat disetujui oleh ZEPETO. Setelah itu dapat dipublikasikan melalui akun ZEPETO milik pribadi, kemudian dapat dijual dengan harga yang diinginkan oleh pemain. Untuk menarik uang dari hasil penjualan *item*, yaitu dengan syarat pencapaian saldo penjualan dari item yang dibuat melebihi 5.000 permata (*zem*). Semakin tinggi angka penjualan *item*, maka sebagai kreator *item* mendapatkan bayaran uang sebesar 2000 USD atau setara dengan 28 juta rupiah (zepeto.me, 2018). Tentu hal yang menarik bagi penulis untuk melakukan penelitian dengan objek kreator dan melihat motivasi apa yang dimiliki oleh kreator *item* Indonesia, dalam menciptakan *item* 3D pada *game* ZEPETO.

Pemain yang tadinya hanya bermain untuk kesenangan pun, mulai mengalami perubahan dengan aktif dalam memanfaatkan fasilitas yang ada pada ZEPETO. Mereka tidak lagi hanya sekedar mencari teman virtual, namun juga memanfaatkan ZEPETO sebagai banyak hal positif juga meraup keuntungan lainnya. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, penulis tertarik untuk membahas fenomena “**Motivasi Kreator Indonesia Pada Game Online ZEPETO Dalam Menciptakan Item 3D Melalui Game Smartphone**”

1.2 Rumusan Masalah

Topik yang dibahas pada penelitian ini perlu diberikan rumusan masalah agar lebih mudah dipahami. Berdasarkan paparan pada latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Siapa saja kreator Indonesia yang menciptakan item 3D melalui *game online* ZEPETO?
2. Apa yang memotivasi creator Indonesia dalam menciptakan item 3D pada *game online* ZEPETO?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah yang telah disampaikan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kreator Indonesia yang menciptakan item 3D melalui *game online* ZEPETO.
2. Untuk mengetahui motivasi kreator Indonesia dalam menciptakan item 3D pada *game online* ZEPETO.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat yang dapat diperoleh penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - Menambah wawasan dan memberikan pengetahuan terhadap para pemain *game online* mengenai luasnya jaringan pertemanan dari berbagai negara yang didapatkan dalam bermain *game* ZEPETO pada *smartphone*.
 - Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan memotivasi bagi kreator Indonesia dalam menciptakan item 3D pada *game online* ZEPETO.
2. Manfaat Praktis
 - Meningkatkan kesadaran terhadap pemain *game online* untuk lebih paham dalam memanfaatkan dan menggunakan aplikasi *game online* yang dimainkan.
 - Dapat memotivasi bagi orang-orang dalam bermain *game online* berbasis *smarthphone* juga mendapatkan energi positif

seperti ilmu, teman baru, dan keuntungan yang besar.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep Motivasi

Motivasi adalah gejala psikologis dalam bentuk dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar untuk menjelaskan perilaku dalam melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu. Motivasi juga bisa dalam bentuk usaha-usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau kelompok orang tertentu tergerak untuk melakukan sesuatu, karena ingin mencapai tujuan yang dikehendakinya atau mendapat kepuasan dengan perbuatannya.

Motivasi berasal dari kata lain yang berarti dorongan atau dalam Bahasa Inggris *to move*. Motivasi dapat diartikan sebagai aktualisasi dari daya kekuatan dalam diri individu yang dapat mengaktifkan dan mengarahkan perilaku yang merupakan wujud dari interaksi antara motif dan *need*, dengan situasi yang diamati dan dapat berfungsi untuk mencapai tujuan yang diharapkan individu, juga berlangsung dalam suatu proses yang dinamis. Istilah motivasi berasal dari kata motif yang dapat diartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu, menyebabkan individu tersebut bertindak atau berbuat.

Rasionalitas muncul ketika dihadapkan dengan banyaknya suatu pilihan-pilihan yang ada di depan mata, yang memberi kebebasan untuk menentukan pilihan, dan menuntut adanya satu pilihan yang harus ditentukan. Suatu pilihan dapat dikatakan rasional apabila pilihan tersebut diambil dengan maksud untuk memaksimalkan kebutuhannya. Pilihan rasional yang diambil akan menghasilkan konsekuensi tertentu berupa sikap maupun tindakan.

2. Teori Motivasi

Teori motivasi dirumuskan sebagai dorongan baik diakibatkan faktor eksternal maupun internal, untuk mencapai tujuan tertentu guna memenuhi atau memuaskan suatu kebutuhan. David McClelland mengatakan motivasi berprestasi adalah perjuangan untuk mencapai kesuksesan dengan cara berupaya sendiri dalam situasi yang membutuhkan penilaian pelaksanaan kegiatan seseorang yang berkaitan dengan keunggulan. Menurutnya, ada tiga hal yang melatar belakangi motivasi seseorang yaitu :

1. The Need for Achievement (n-ach). Kebutuhan akan prestasi atau pencapaian adalah kebutuhan seseorang untuk memiliki pencapaian yang signifikan, menguasai berbagai keahlian, atau memiliki standar yang tinggi.
2. The Need for Authority and Power (n-pow). Kebutuhan akan kekuasaan ini dilandasi oleh keinginan seseorang untuk mengatur atau memimpin orang lain, serta ada dua jenis kebutuhan akan kekuasaan, yaitu pribadi dan sosial.
3. The Need for Affiliation (n-affil). Kebutuhan akan afiliasi atau keanggotaan yang artinya kebutuhan yang didasari oleh keinginan untuk mendapatkan atau menjalankan hubungan yang baik dengan orang lain. Ada beberapa sikap dan perilaku yang dikaitkan dengan motivasi seseorang untuk mencapai tujuannya yaitu sesuatu yang dihasilkan oleh sindrom kepribadian, seperti rasa tanggung jawab (Piotr Sztompka, 2011:283).

Motivasi dapat juga diartikan sebagai suatu kondisi untuk menggerakkan individu dalam mencapai suatu atau beberapa tujuan tertentu. Dengan kata lain motivasi dapat menyebabkan timbulnya semacam kekuatan agar seseorang berbuat, bertindak dan

bertingkah laku (Usman Effendi, 1985:7). Selanjutnya Kartini Kartono (1982:3) mengemukakan bahwa motivasi berasal dari kata latin yaitu *motives* yang artinya sebab, alasan, pikiran dasar, dorongan bagi seseorang untuk berbuat. Artinya, ide pokok yang selalu berpengaruh besar terhadap tingkah laku manusia. Banyak teori motivasi yang didasarkan dari kebutuhan (*need*), kebutuhan akan status dan penghargaan biasanya ditunjukkan adanya kebutuhan terhadap simbol-simbol kesuksesan, seperti gelar keserjanaan.

Maslow (1993, 43-57) dalam Sumanto (2014) telah mengembangkan suatu konsep teori, dikenal dengan hierarki kebutuhan (*hierachy of needs*), Menurut Maslow, kebutuhan-kebutuhan manusia dengan sendirinya membentuk hierarki, yakni dari kebutuhan fisiologis (*physiological needs*), kebutuhan akan keselamatan atau rasa aman (*safety and security needs*), kebutuhan sosial (*belongingsness and love*), kebutuhan akan penghargaan dan status (*esteem and status*), sampai dengan kebutuhan akan perwujudan atau aktualisasi diri (*self-actualization*). Menurut Winardi (1992:42) motivasi seseorang sangat dipengaruhi oleh dua yaitu :

- a. Internal: faktor yang berasal dari dalam diri individu, terdiri atas persepsi individu mengenai diri sendiri, harga diri dan prestasi, harapan, kebutuhan, dan kepuasan kerja
- b. Eksternal: faktor yang berasal dari luar diri individu, terdiri atas jenis dan sifat pekerjaan, kelompok kerja dimana individu bergabung, situasi lingkungan pada umumnya, dan sistem imbalan yang diterima.

Oleh karena itu terjadinya pembaharuan sebagai faktor pengembangan yang berasal dari dalam masyarakat tentunya didukung oleh hal-hal sebagai berikut :

1. Adanya kesadaran anggota-anggota masyarakat terhadap ketinggalan oleh kemajuan yang dialami masyarakat lain. Individu yang memiliki rasa tidak puas terhadap apa yang telah dicapainya oleh David C. Mc. Clelland yang dikatakan memiliki n-Ach (Need For Achievement) yaitu suatu dorongan kebutuhan untuk mencapai prestasi yang lebih baik. Suatu masyarakat yang memiliki anggota-anggota dengan nAch tinggi akan mengalami perkembangan kebudayaan yang pesat.
2. Adanya kualitas anggota masyarakat yang kreatif. Anggota yang kreatif merupakan pembaharuan dan modernisator kebudayaan masyarakatnya.
3. Adanya suatu kebiasaan yang memberikan penghargaan atau insentif dari masyarakat kepada anggota yang mencapai prestasi atau mendapatkan inovasi untuk kemajuan masyarakatnya. Penghargaan ini dapat berupa penghargaan kebendaan (material) atau dapat berupa sosial. Dengan demikian dapat menjadi motivasi kepada anggota yang bersangkutan atau anggota lain yang berprestasi dan berinovasi demi kemajuan masyarakatnya.
4. Adanya suasana persaingan sehat diantara anggota-anggota msyarakat untuk mencapai prestasi tinggi demi kemajuan masyarakatnya.

Jika keempat gejala ini banyak terdapat dalam suatu masyarakat, maka masyarakat tersebut akan mengalami kemajuan atau perkembangan kebudayaan yang cepat.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah sebuah penelitian yang bersifat deskriptif analisis, yakni dalam melakukan penelitian akan dihasilkan suatu data berupa pandangan dari para informan dan perilakunya yang bisa diamati secara keseluruhan. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara rinci suatu fenomena sosial. Moleong mengatakan bahwa penelitian deskriptif menekankan pada data berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka yang disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif.

Hasil penelitian ini hanya mendeskripsikan wawancara mendalam terhadap subjek penelitian sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai motivasi kreator Indonesia pada *game online ZEPETO* dalam menciptakan item 3D melalui *game smartphone*. Lokasi dari penelitian ini dilangsungkan di *game ZEPETO* dan di sosial media pendukung lainnya, seperti Instagram juga beberapa platform lain yang digunakan seperti Discord, Telegram, dan Google Meet, yang mana peneliti akan melakukan wawancara menggunakan media elektronik kepada kreator ZEPETOR Indonesia melalui *virtual*.

Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling (snowball sampling)*. Hal ini dilakukan karna dari jumlah sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari orang lain lagi yang dapat digunakan sebagai sumber data. Dalam penelitian ini, pemain yang menjadi kreator tentu sudah mempunyai sertifikasi pada akun ZEPETO yaitu dengan tanda centang biru yang menandakan bahwa hal tersebut ialah kreator resmi, selanjutnya ditunjukkan melalui rekomendasi dari para kreator *item*

lain. Kemudian dijadikan anggota sampel pertama dan selanjutnya diminta menunjukkan kreator *item* 3D lainnya.

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara secara mendalam (*depth interview*), dan dokumentasi. Dilengkapi dengan tiga teknik analisis data seperti reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/ verifikasi.

HASIL PENELITIAN

1. Kreator ZEPETO Indonesia

ZEPETO Indonesia memiliki banyak sekali kreator-kektor, baik dalam hal pembuatan konten, map, maupun item. ZEPETO Indonesia sangat populer dan mempunyai pengikut pada akunnya sebanyak 5,4 M. ZEPETO Indonesia terus merekrut para pemain sebagai kreator hebat, yang membuat para kreator terus bertambah setiap bulannya. Hal tersebut belum memiliki data spesifik yang menunjukkan angka secara khusus banyaknya jumlah kreator asal Indonesia maupun negara lain.

Dalam *game* ZEPETO siapa saja dapat menjadi seorang kreator karena tidak ada persyaratan secara khusus yang harus dipenuhi dalam menjadi seorang kreator. Namun ZEPETO akan melihat pemain yang menjadi kreator, dan meninjau akun pribadi milik kreator sehingga dapat merekrut kreator yang kreatif dan aktif. Selanjutnya kreator yang terpilih oleh ZEPETO akan menjadi ZEPETOR yaitu kreator secara resmi yang dinamakan ZEPETO Kreator, dengan memiliki tanda sertifikasi yaitu tanda centang biru pada akun ZEPETO milik kreator tersebut. Dengan demikian, pemain lain dapat melihat akun kreator tersebut dan dapat membedakan mana kreator ZEPETO yang sudah resmi dan mana yang belum.

ZEPETO memberikan kebebasan kepada pemain dengan banyaknya fitur yang tersedia, seperti edit pada stand foto, menambahkan lagu pada video, adanya template yang dapat digunakan, ZEPETO Live, dan itu semua dapat digunakan secara gratis. Kreator dalam *game* ZEPETO sendiri ialah orang-orang yang kreatif dengan keahlian dan wawasan dalam bidangnya masing-masing seperti :

- a. Konten,
- b. *Item*,
- c. Dunia (Map).

Kreator juga dapat menjadi influencer papan atas melalui siaran langsung menggunakan karakter ZEPETO. Namun untuk fitur ZEPETO Live, tidak semua pengguna dapat melakukan Live Streaming, dan hanya bisa digunakan oleh pengguna dengan izin melalui layanan Beta. Kini ZEPETO dengan mudah memberikan program kreator secara terbuka, yang mana pemain dapat mendaftar secara pribadi pada website Studio ZEPETO, untuk menjadi ZEPETOR yaitu kreator secara resmi.

Selanjutnya, pemain lain dapat melihat kreator ZEPETOR Indonesia melalui Map dengan nama ZEPETOR Indonesia yang dibuat oleh salah satu kreator map terkenal asal Indonesia. Map tersebut dibuat oleh kreator bernama Fin, yaitu salah satu kreator map asal Indonesia yang sudah dikunjungi sebanyak 4 juta orang pada tahun 2021, dan pernah mendapat penghargaan di ZEPETO Award tahun 2021 sebagai kreator map terbaik.

Banyaknya pengunjung dari pengguna Indonesia membawa kegembiraan dan petualangan yang didapatkan dari map yang dibuat olehnya. Maka dari itu pada tahun 2021, ia membuat map yang dipublikasikan dan dibuat dengan nama map ZEPETOR Indonesia. (Zepetor Indonesia, 2022). Kreator ZEPETO Indonesia terus berkembang dan bertambah setiap bulannya, hingga para kreator mempunyai banyak

keinginan yang dimiliki dalam menjadi kreator *game* dan banyak dikenal oleh pemain dengan beragam kreativitas yang mereka miliki. Mulai dari dampak yang didapatkan sebagai seorang creator dalam *game* ZEPETO, alasan tertarik menjadi kreator *item* pada *game* ZEPETO, hingga kegiatan-kegiatan yang mereka tekuni pada *game* ZEPETO.

2. Motivasi Kreator Item 3D Pada Game ZEPETO

Motivasi kreator *item game* ZEPETO dapat dilihat berdasarkan keberhasilan dalam menciptakan *item* yaitu dengan jumlah cipta dan jumlah pembeli. Motivasi dapat membentuk kebiasaan berdasarkan adanya keinginan dan kebutuhan juga kepentingan-kepentingan lainnya. Demikian pula dengan seorang kreator *item* pada *game* ZEPETO yang mempunyai dari latar belakang pendidikan, pengalaman juga lingkungan masyarakat yang beraneka ragam, maka hal itu akan mempengaruhi sikap dalam melakukan pekerjaannya.

Bentuk motivasi bagi seorang kreator *item* pada *game* ZEPETO ialah masukan yang mendukung, baik dari para pemain mengenai *item* yang dijual. Sebagai seorang kreator, dalam menciptakan suatu kreasi seperti *item* pada *game* ZEPETO memberikan dampak yang besar bagi penghasilan yang didapatkan. Dari penjualan *item* tersebut menjadi motivasi untuk terus membuat sebuah *item*. Berdasarkan hasil penelitian mengenai motivasi kreator *item* 3D pada *game* ZEPETO, terdapat dua dari tiga hal yang melatar belakangi motivasi seseorang menurut David Mc.Clallend.

The Need for Achievement (N-Ach) yaitu kebutuhan akan prestasi atau pencapaian adalah kebutuhan seseorang untuk memiliki pencapaian yang signifikan, menguasai berbagai keahlian, atau memiliki

standar tinggi yang terdapat pada seorang kreator. Menjadi seorang kreator *item* pada *game* ZEPETO ternyata juga menjadi hal yang menarik untuk ditekuni dalam sebuah *game* menurut para ZEPETOR, ditambah lagi dengan adanya benefit yang didapatkan dari penjualan *item* yang diterbitkan, hal tersebut menjadi daya tarik bagi pemain untuk beralih menjadi seorang kreator *item* pada *game online*. Tidak sedikit juga bagi pemain lain yang mengetahui bahwa menjadi seorang kreator *item* pada *game* ZEPETO, pasti memiliki penghasilan dan pemasukan dengan jumlah yang besar. Hal tersebut membuat para kreator tetap berusaha menjadi yang terbaik dalam membuat kualitas dari *item* yang diciptakan dan memiliki pencapaian juga standar yang tinggi.

Dengan mengikuti perkembangan dan selera dari para pemain, juga ide-ide dari pemain lain dapat menjadi masukan yang baik bagi para creator *item*. Hal tersebut membuat ZEPETO terus berkembang, hingga munculnya para kreator yang menerbitkan *item* dengan kualitas yang jauh lebih bagus dan terlihat seperti nyata dan tidak kalah menarik dengan *item* yang diterbitkan oleh ZEPETO.

The Need for Affiliation (N-Affil) yaitu Kebutuhan akan afiliasi atau keanggotaan yang artinya kebutuhan yang didasari oleh keinginan untuk mendapatkan atau menjalankan hubungan yang baik dengan orang lain. Dalam membuat sebuah *item*, para kreator tentu juga membutuhkan berbagai macam motivasi dukungan, dan *support system* dari orang-orang terdekat maupun keluarga. Dukungan tersebut tidak hanya didapatkan dari kehidupan nyata, melainkan dukungan dari teman-teman *virtual* dalam media sosial ataupun dari *game* ZEPETO. Hal tersebut tentunya juga sangat berpengaruh khususnya pada *game* ZEPETO, baik dukungan dari para pemain, penggemar dan komunitas. Tidak sedikit

yang mengatakan bahwa para kreator-kreator ZEPETO Indonesia mendapatkan motivasi dan *support system* dari beberapa idola, maupun seseorang yang menjadi panutan bagi mereka, juga menjadi salah satu motivasi untuk terus membuat karya di *game* ZEPETO. Para kreator yang belum terkenal maupun sudah terkenal pun, juga memiliki koneksi dengan kreator-kreator lainnya, baik dari negara asal maupun negara luar, dengan upaya tetap aktif berkomunikasi dan memiliki motivasi tersendiri bagi kreator untuk semangat dalam mengembangkan *item* yang dibuat.

Tabel 2
Rekapitulasi Identitas Informan

No	Informan	Tahun Awal Kreator 3D	Tahun Sertifikasi Akun ZEPETO
1.	WF	2021	2022
2.	N	2021	2022
3.	A	2020	2022
4.	VW	2021	2021
5.	TA	2022	2021

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan hasil penelitian dengan kelima informan yang menjadi kreator pada *game* ZEPETO asal Indonesia, memberikan gambaran bahwa keadaan lingkungan sekitar tidak mempengaruhi para kreator dalam beraktivitas dan berkreasi. Hal tersebut diketahui dari kondisi lingkungan seperti tempat tinggal, lingkungan pergaulan sekitar, juga pertemanan yang membantu dalam memberikan kontribusi maupun *support* secara langsung dan tidak langsung. Lalu, kondisi lingkungan yang baik dalam arti lingkungan yang positif juga memberi kesan baik bagi para kreator.

Kondisi lingkungan yang kondusif dapat membentuk masyarakat yang kreatif. Namun lingkungan tidak menjadi persoalan bagi seorang kreator dalam berkarya baik tinggal di lingkungan seperti perkotaan, perkampungan, maupun pedesaan. Hal

tersebut tidak menjadi hambatan sebagai jiwa pemuda yang ingin tetap produktif dan kreatif meski berada diluar lingkungan. Selanjutnya yang utama adalah respon dari berbagai pihak keluarga dan orangtua dalam mendukung penuh terhadap kemampuan anaknya sebagai seorang kreator dalam *game online*, adalah bentuk respon yang mendukung dan positif. Maka dari itu, para ZEPETOR Indonesia memiliki jiwa semangat tinggi dalam menciptakan *item*, terhadap lingkungan dan respon serta dukungan yang positif.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pada pembahasan ini, penulis telah merangkum beberapa kesimpulan yang diambil dari hasil temuan dan analisis dengan melakukan wawancara serta pengamatan yang dilakukan melalui virtual. Berikut kesimpulan mengenai motivasi kreator Indonesia pada *game online* ZEPETO dalam menciptakan *item* 3D melalui *game smartphone*.

1. *Game* ZEPETO ialah *game* dengan interaksi yang terjalin dalam *game* yang dinilai cukup kuat karena memiliki konsep komunikasi yang aktif dan menyenangkan. Dengan adanya squad, komunitas, sehingga dapat membentuk sebuah kelompok dan menjalin hubungan pertemanan yang tidak terputus hanya dalam *game* saja. Dalam *game* ZEPETO tidak ada kategori secara khusus dalam menjadi seorang kreator. Artinya siapa saja dapat menjadi seorang kreator dalam *game* ZEPETO. Terdapat tiga kategori dalam menjadi seorang kreator pada *game* ZEPETO, yaitu konten kreator, kreator *item*, dan kreator map. Selanjutnya ZEPETO memiliki program yang dapat merekrut

pemain menjadi ZEPETOR (ZEPETO Kreator) sehingga para kreator dapat diakui secara resmi oleh ZEPETO Official. Dengan adanya berbagai macam benefit yang didapatkan oleh kreator, dan memiliki tanda sertifikasi pada akun pemain, hal itulah yang membedakan para kreator dengan ZEPETOR. Fasilitas yang ada dapat membantu kreativitas kreator seperti adanya ZEPETO Studio yang dapat diakses secara gratis.

2. Pada game ZEPETO, pemain dapat menghasilkan uang dari penjualan *item* yang diciptakan. Hal tersebut yang memotivasi para kreator untuk terus berkontribusi lebih dengan adanya benefit tersebut. Kemudian adanya event dan misi yang selalu update seperti memperingati hari nasional atau kolaborasi dengan brand ternama, maupun Idol K-pop terdapat hadiah untuk para pemenang maupun pemain yang berpartisipasi. Hadiah yang diberikan seperti coin, *zem*, *item* edisi terbatas, uang tunai, apresiasi dan lain-lain. Hal itulah yang menjadi pendorong bagi para pemain menjadi tertarik untuk mengikuti setiap event dan misi yang ada dan menjadi pemain yang kreatif, baik melalui konten, *item*, dan map pada *game* ZEPETO. Kreator *item* Indonesia memiliki motivasi yang tinggi, dan didukung penuh oleh keluarga, kerabat dan banyak memiliki koneksi teman *virtual*. Dalam *game* ZEPETO, juga banyak sekali pemain kreatif lainnya sehingga dapat saling memotivasi dan dikenal oleh banyak pemain secara global. Selanjutnya kondisi lingkungan dan tempat tinggal yang kondusif membuat sebagai seorang kreator tetap semangat, walaupun

tidak memiliki latar belakang dalam bidang teknologi dan dunia animasi. Hal itu tidak menjadi hambatan bagi para kreator untuk tetap menjalin komunikasi dengan kreator lain dan belajar melalui banyak platform secara otodidak. Kemampuan dan skill dalam menciptakan berbagai macam model *item* dengan kualitas tinggi, dapat membawa kreator Indonesia lebih dikenal dan dapat bersaing secara global. Sebagai kreator *item* 3D pada *game* ZEPETO dapat menarik perhatian dengan banyak ide-ide kreatif dan diminati oleh banyak pemain. Dengan demikian dapat dilihat dari kesuksesan para ZEPETOR Indonesia dengan adanya perwakilan salah satu dari banyaknya creator yang pernah berkolaborasi dengan ZEPETO, memenangkan penghargaan ZEPETO, misi dan event lainnya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran. Adapun saran yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Penulis mengharapkan agar ZEPETO tetap dapat merangkul hasil karya-karya para kreator dengan mengapresiasi hingga dapat membentuk tim ZEPETOR dari masing-masing negara, agar dapat menjadikan masyarakat yang kreatif dan mengasah skill dalam menuju era perkembangan teknologi yang semakin canggih.
2. Diharapkan agar ZEPETO dapat mempertahankan dan meningkatkan kinerja aplikasi sehingga dapat menciptakan ZEPETO yang aman dan dapat meningkatkan kualitas game menjadi lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- A.M, S. (2016). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. PT Raja Grafindo.
- Budiman Arif. (1996). *Teori Pembangunan Dunia Ketiga*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Demartoto, A. (2013). Realitas Virtual Realitas Sosiologi. *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial*, 2(1), 326–352. <https://ejournal.uksw.edu/cakrawala/article/view/42>
- Fajri, C. (2012). Tantangan Industri Kreatif-Game Online di Indonesia. *Jurnal ASPIKOM*, 1(5), 443. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v1i5.47>
- Fitriyanto, W., & Sulandari, S. (2021). Berpikir Kreatif pada Pengguna Game Online Ditinjau dari Jenis Kelamin, Status Ekonomi, dan Kategori Permainan. *Psikostudia : Jurnal Psikologi*, 10(2), 108. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v10i2.4640>
- Forbes.com. 2019. *Tyler Blevins*. [online] Available at: <https://www.forbes.com/profile/tyler-blevins/?sh=68867448784e> [Accessed 14 June 2022].
- H.M Burhan Bungin. (2009). *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, Dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*. Kencana.
- I.B Wirawan. (2012). *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma (Fakta Sosial, Definisi Sosial & Perilaku Sosial)*. Prenada Media Group.
- Immanuel, N. (2009). *Gambaran Profil Kepribadian Pada Remaja Yang Tidak Kecanduan Game Online*. Univessitas Indonesia.
- Indriyo Gitosudarmo, A. M. (2001). *Prinsip Dasar Manajemen Edisi 3*. BPFE.
- Indihome.co.id. 2022. *Melihat Perkembangan Dunia Kreatif Game Online Dulu dan Sekarang | IndiHome*. [online] Diambil dari: <https://indihome.co.id/blog/melihat-perkembangan-dunia-kreatif-game-online-dulu-dan-sekarang> [Diakses pada tanggal 28 Maret 2022].
- Jucius, M. J. (1991). *Personal Managment*.
- Kabunggul, Y. dkk. (2020). Meningkatkan Motivasi Dan Hasil Belajar Siswa Melalui Penerapan Model Pembelajaran Team Game Tournament Berbantuan Media Android. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 3(2), 3–6.
- Kartono Kartini. (1982). *Psikologi Anak (Alumni (ed.))*.
- Kumparan. 2021. *Perkembangan Game Online, dari Hobi Jadi Peluang Menjanjikan*. [online] Diambil dari: <https://kumparan.com/kumparantech/perkembangan-game-online-dari-hobi-jadi-peluang-menjanjikan-1uyzq22lrgF/2> [Diakses pada tanggal 15 Januari 2021].
- Maslow, H. . (1979). *Motivasi Dan Kepribadian*. Pustaka Binaan Presindo.
- Miles, M. & H. A. . (1984). *Analisis Data Kualitatif*. Penerbit Universitas Indonesia.
- Moleong, L. J. (2007). *Metogologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Muchdarsyah Sinungan. (2008). *Produktivitas Apa dan Bagaimana*. Bumi Aksara.

- Naverz-corp.com. 2020. *NAVER Z*. [online] Diambil dari: <<https://www.naverz-corp.com/>> [Diakses pada tanggal 2 Maret 2022].
- Nilwan, A. (1998). *Pemrograman Animasi dan Game Profesional*. Elex Media Komputindo.
- Priatama, A. (2019). Uang dan Peluang: Konsumsi Barang Virtual dalam Game RF Online Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 5(2), 1. <https://doi.org/10.22146/jps.v5i2.44633>
- Soeryono, S. (2002). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Rajawali Press.
- Studio.zepeto.me. 2021. *Zepeto Untuk Pencipta*. [online] Diambil dari: <<https://studio.zepeto.me/id>> [Diakses pada tanggal 26 Februari 2022].
- Studio, Z., 2021. [online] Zepeto Studio. Diambil dari: <<https://studio.zepeto.me/>> [Diakses pada tanggal 2 Maret 2022].
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Sumanto. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Sztompka, P. (2011). *Sosiologi Perubahan Sosial*. Preanda.
- Turner, B. . (2012). *Teori Sosial dari Klasik Sampai Postmodern*.
- Usman Effendi & Juhaya S. Praja. (1993). *Pengantar Sosiologi*. Angkasa.
- Winardi. (1992). *Manajemen Perilaku Organisasi*. Citra Aditya Bakti.
- Zepeto.me, s., 2018. [online] studio.zepeto.me. Diambil dari: <<https://studio.zepeto.me/id/guides/getting-paid>> [Diakses pada tanggal 3 Maret 2022].
- Zepeto World. 2022. *Zepetor Indonesia*. [online] Diambil dari: <https://world.zepeto.me/id/detail/rlDZ53wK88GsWLV81uxvaVd?referrer=copylink_share> [Diakses pada tanggal 14 June 2022].