

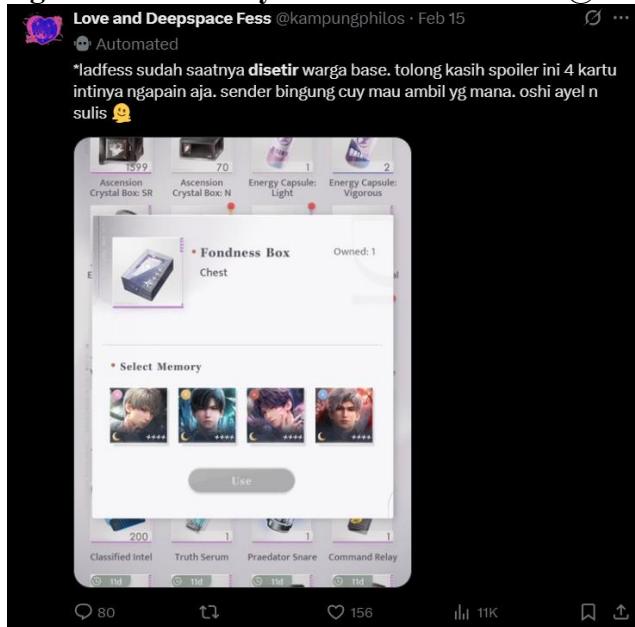
## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1. Latar Belakang Masalah**

Penelitian ini akan berfokus pada praktik *crowdsourcing* dalam budaya setir pada akun X @kampungphilos berdasarkan teori *the wisdom of crowds*. Praktik *crowdsourcing* merupakan proses komunikasi yang terbentuk saat khalayak saling berbagi informasi secara daring. Salah satu praktik *crowdsourcing* adalah *the wisdom of crowds*, teori yang menyatakan keputusan yang diambil oleh banyak orang lebih baik dibandingkan individu ahli sekalipun. Praktik ini juga terjadi dalam interaktivitas budaya setir pada akun X @kampungphilos. Pada budaya setir, anggota komunitas mencari informasi atau referensi melalui unggahan postingan di komunitas dan kemudian anggota lainnya membantu dengan membagikan pengetahuan serta pengalamannya. Penelitian ini menggunakan metode netnografi untuk memahami budaya virtual pada komunitas X @kampungphilos.

**Gambar I.1**  
**Contoh Postingan Dalam Budaya Setir Pada Akun X @kampungphilos**



Sumber: akun X @kampungphilos

Budaya setir pada akun menfess @kampungphilos di media sosial X merupakan cara anggota komunitas game Love and Deepspace untuk meminta saran maupun pendapat sebelum menentukan keputusannya terkait aktivitas dalam game, seperti pembelian pakaian hingga pemilihan kartu karakter. Proses tersebut dilakukan dengan cara mengunggah sebuah postingan dalam akun X @kampungphilos, dengan menggunakan kata kunci setir ataupun disetir. Berdasarkan definisi dari KBBI, kata setir merujuk pada mengemudikan atau mengendalikan. Pada konteks budaya setir di akun @kampungphilos, pengirim pesan meminta anggota lain untuk menentukan keputusannya sesuai dengan apa yang diunggahnya. Keputusan akhir dari pengirim pesan akan dipengaruhi oleh respon atau opini anggota lain, sehingga keputusan yang awalnya merupakan masalah individu berubah menjadi keputusan kolektif yang ditentukan oleh banyak orang. Seperti pada gambar I.1., pengirim pesan mengalami kebingungan

dalam mengambil keputusan antara empat karakter, sehingga meminta anggota lain untuk mengambil keputusan bagi dirinya. Pengirim pesan menyerahkan kendali atas keputusannya kepada orang lain yang bahkan tidak dikenalnya.

Budaya setir dalam akun @kampungphilos pertama kali hadir pada 7 Juni 2024. Penggunaan kata setir seringkali muncul karena terbatasnya sumber daya yang bisa dikonsumsi dalam game. Sumber daya tersebut di antaranya berupa berlian merah dan berlian ungu. Berlian merah adalah sumber daya yang bisa didapatkan secara gratis dengan cara menyelesaikan misi dalam game. Sedangkan berlian ungu adalah sumber daya yang hanya bisa didapatkan melalui pembelian menggunakan mata uang asli<sup>1</sup>. Keduanya bisa digunakan untuk mendapatkan pakaian maupun kartu karakter, namun berlian ungu lebih eksklusif karena terdapat barang edisi terbatas yang hanya bisa didapatkan menggunakan sumber daya tersebut. Secara umum, cara untuk mendapatkan kartu karakter adalah dengan melakukan *gacha*<sup>2</sup>. Mekanisme *gacha* memiliki probabilitas acak dalam mendapatkan kartu karakter, akan tetapi tetap memiliki batasan tertentu yang menjamin pemain mendapatkannya. Pada setiap pembaharuan game, pemain dipastikan akan mendapatkan berlian merah, namun dengan jumlah yang tidak banyak. Meski demikian, diperlukan sumber daya yang cukup banyak untuk mendapatkan karakter baru. Perbandingan yang tidak setara inilah yang kemudian menimbulkan budaya setir, karena pemain akan mempertimbangkan pilihan terbaik yang bisa didapatkan di tengah keterbatasan sumber daya.

---

<sup>1</sup> Istilahnya adalah top up, yaitu melakukan pengisian ulang saldo. Berdasarkan konteks game, pengisian ulang sumber daya dalam game menggunakan mata uang asli.

<sup>2</sup> Pemain menggunakan mata uang dalam game untuk melakukan pull atau draw, yaitu menarik item secara acak dari kumpulan hadiah yang tersedia.

Sebagai gambaran, setiap pembaharuan game Love and Deepspace selalu menghadirkan beberapa acara baru. Pembaharuan tersebut memungkinkan pemain mendapatkan berlian merah dengan jumlah mencapai 1.200 setelah menyelesaikan misi. Setiap pembaharuan juga menghadirkan pakaian hingga karakter baru yang bisa didapatkan dengan *gacha*. Mekanisme *gacha* memiliki sistem yang cukup rumit dan terdapat unsur keberuntungan di dalamnya. Pemain secara pasti akan mendapatkan karakter baru pada *gacha* yang ke-75 kali. Namun, sebelum menyentuh angka tersebut, pemain tetap bisa mendapatkan karakter dengan probabilitas yang acak. Saat sudah mendapatkan karakter, penghitungan *gacha* juga akan direset kembali. Misalnya ketika pemain mendapatkan karakter pada *gacha* ke-49, maka *gacha* berikutnya akan dihitung kembali dari hitungan 1. Pada setiap *gacha*, diperlukan berlian merah ataupun berlian ungu sebanyak 150. Kemudian, terkadang pihak pengembang game akan memberikan hingga 10 kali *gacha* gratis pada saat tertentu, salah satunya saat game Love and Deepspace meraih penghargaan penjualan nomor 1 di playstore China dan acara spesial seperti hari jadi game. Setiap bulannya, pemain diperkirakan bisa mendapatkan hingga 2.390 berlian merah. Jika ditambah dengan berlian merah yang didapatkan dalam acara baru, maka pemain bisa mendapatkan sebanyak 3.590 berlian merah. Jumlah tersebut bisa digunakan untuk melakukan *gacha* sebanyak 23 kali, apabila ditambah dengan *gacha* gratis yang diberikan maka pemain dapat melakukan *gacha* sebanyak 33 kali. Meski demikian, jumlah tersebut tetap belum mencukupi untuk mendapatkan karakter, sehingga pemain umumnya menabung untuk mendapatkan karakter yang diinginkan. Hal tersebut belum termasuk durasi *gacha*

yang umumnya hanya berlangsung selama 8-21 hari. Karena pertimbangan-pertimbangan tersebut, pemain sangat berhati-hati dalam mengonsumsi sumber dayanya, dan seringkali meminta pendapat atau mencari informasi pada komunitas.

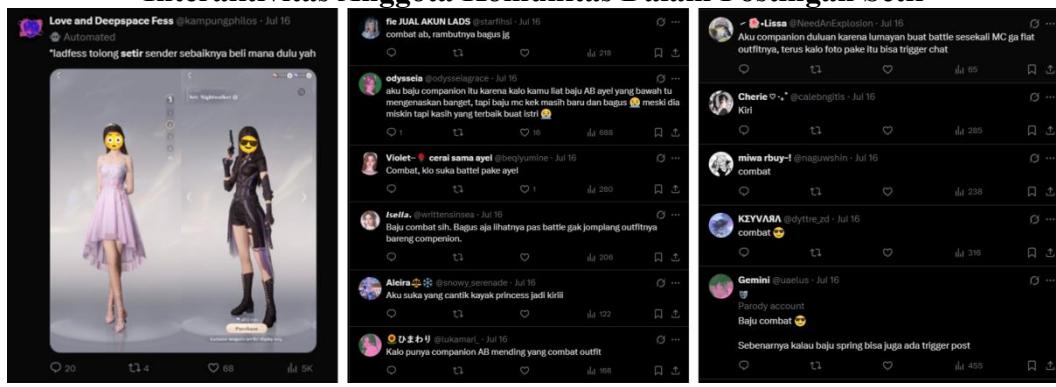
Proses mencari atau mengumpulkan informasi melalui komunitas online tersebut merupakan praktik *crowdsourcing*. Chatterjee et al. (2023, p.1) mendefinisikan *crowdsourcing* sebagai sebuah praktik untuk mendapatkan ide atau informasi dari sekelompok besar pengguna internet. *Crowdsourcing* memanfaatkan pengetahuan dan pengalaman kolektif sekelompok besar orang untuk menyelesaikan tugas tertentu secara daring. Contohnya seperti platform<sup>3</sup> kitabisa.com dan freelancer.co.id. Platform kitabisa.com merupakan sebuah website untuk berdonasi dan menggalang dana secara online. Pengguna bisa membuka sebuah laman untuk menggalang dana, misalnya untuk korban bencana. Praktik tersebut memanfaatkan khalayak di internet untuk ikut serta membantu permasalahan yang sedang dihadapi, yakni bantuan bagi korban bencana. Sementara pengguna lainnya bisa memberikan donasi atau menyebarkan informasi tersebut agar semakin menjangkau lebih banyak orang. Kemudian platform freelancer.co.id, sebuah website yang memungkinkan penggunanya untuk mencari ataupun memberikan informasi seputar pekerja lepas. Para pengguna bisa memberikan informasi lowongan pekerjaan, detail pekerjaan hingga jumlah pekerja yang diperlukan, sehingga mempermudah dalam mencari tenaga kerja. Sedangkan di sisi lain, pengguna juga bisa memanfaatkannya untuk

---

<sup>3</sup> Platform adalah gabungan perangkat keras dengan kerangka kerja perangkat lunak, dasar di mana aplikasi dan sistem operasi berjalan.

mencari informasi terkait pekerjaan yang diinginkan dan memudahkan dalam menemukan pekerjaan. Praktik *crowdsourcing* menciptakan sifat kolaboratif, memungkinkan banyak orang dengan pengetahuan yang beragam untuk menciptakan, berbagi, hingga bertukar pengalaman, pendapat, maupun solusi inovatif untuk sebuah masalah.

**Gambar I.2  
Interaktivitas Anggota Komunitas Dalam Postingan Setir**



Sumber: akun X @kampungphilos

Pada postingan setir, ketika pengirim pesan mengalami kebingungan dalam mengambil keputusan dan kemudian memanfaatkan komunitas untuk membantunya menentukan. Pengirim pesan akan menanyakan hal yang menyebabkan kebingungan atau menyebutkan permasalahan yang dialaminya melalui sebuah postingan, kemudian anggota komunitas lain akan menyarankan atau memberikan pilihan sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan masing-masing. Misalnya seperti pada gambar I.2., pengirim pesan mempertanyakan terkait pakaian karakter mana yang sebaiknya menjadi prioritas pembelian. Kemudian anggota lain akan merespon berdasarkan pada referensi yang mereka ketahui, memberikan pendapat hingga mempengaruhi pilihan pengirim pesan. Opini mayoritas sering kali muncul sebagai komentar teratas, karena sistem

memilihnya sebagai yang paling relevan. Hal ini membuat opini tersebut cenderung lebih diikuti atau mempengaruhi pengirim pesan. Budaya setir memperlihatkan bahwa keputusan akhir bukan lagi milik satu orang, melainkan sebuah hasil dari dinamika banyak suara.

Salah satu praktik *crowdsourcing* adalah *the wisdom of crowds*. Menurut Surowiecki (2005, p. XIV), *the wisdom of crowds* menyatakan penilaian atau keputusan yang diambil berdasarkan penggabungan informasi dari sekelompok besar orang sering kali lebih baik dan akurat dibandingkan individu mana pun dalam kelompok, bahkan seorang ahli sekalipun. Salah satu contoh *the wisdom of crowds* adalah *rating* dan ulasan dalam e-commerce<sup>4</sup> seperti Tokopedia, Shopee, dan sebagainya. *Rating* dan ulasan yang dibagikan oleh banyak orang memberikan gambaran secara riil terkait produk atau jasa, sehingga membantu orang lainnya dalam mengambil keputusan pembelian. Pada akun @kampungphilos, pengirim pesan memanfaatkan anggota lain untuk mendapatkan pilihan yang lebih baik. Pengirim pesan bisa mendapatkan referensi yang luas sebelum mengambil keputusan, karena komunitas memiliki banyak anggota serta dianggap memiliki lebih banyak pengetahuan dan pengalaman. Surowiecki (2005, p. XIV-XV) menyebutkan terdapat tiga jenis masalah dalam *the wisdom of crowds*, yakni masalah kognitif, masalah koordinasi, dan masalah kerja sama. Pertama, masalah kognitif adalah masalah yang memiliki solusi definitif dan tidak memiliki jawaban yang benar secara tunggal. Kedua, masalah koordinasi adalah masalah yang mengharuskan anggota suatu kelompok untuk mencari cara mengoordinasikan

---

<sup>4</sup> E-commerce adalah perdagangan elektronik pada semua kegiatan jual beli barang dan jasa dalam internet.

perilaku mereka satu sama lain. Ketiga, masalah kerja sama adalah masalah yang melibatkan tantangan untuk membuat orang-orang bisa bekerja sama.

Penelitian ini menggunakan metode netnografi untuk memahami praktik *crowdsourcing* dalam budaya setir pada komunitas X @kampungphilos. Menurut Kozinets & Gambetti (2020, dalam Fitriyah & Nurhaeni, 2021, p.263), definisi netnografi adalah metodologi penelitian kualitatif yang mengadaptasi metodologi penelitian etnografi untuk mempelajari budaya dan komunitas yang terjadi dalam komunikasi yang dimediasi oleh komputer. Pada penelitian ini, praktik *crowdsourcing*, budaya setir, hingga komunitas X @kampungphilos sepenuhnya berlangsung secara daring, sesuai dengan metode netnografi yang berfokus pada budaya dan komunitas dalam dunia virtual. Cesar & Aprilia (2023, p.8) mengatakan netnografi merupakan satu-satunya metode yang digunakan secara khusus untuk mempelajari budaya dalam komunitas virtual.



### Love and Deepspace Fess

@kampungphilos

Automated by @pakpol\_xavier

UNOFFICIAL Love and Deepspace Auto Base 🇮🇩 Sub:

@subphilos pengaduan ONLY: @kades\_philos pp ONLY:  
@pakpol\_xavier

Linkon kampungphilos.carrd.co

Joined April 2018

Sumber: akun X @kampungphilos

Akun @kampungphilos merupakan sebuah akun *menfess*<sup>5</sup> dan *unofficial auto base*<sup>6</sup> game Love and Deepspace di X, yang dikelola oleh bot dan diawasi oleh moderator dengan nama pengguna @kades\_philos. Menurut Dwiwina et al. (2021, dalam Caroline et al., 2025, p.3674), akun *menfess* memungkinkan orang-orang dengan kesamaan identitas, minat, atau hobi untuk berkumpul di satu forum *menfess* dengan tujuan berdiskusi atau saling berbagi informasi terkait suatu hal. Anggota komunitas dapat mengirimkan pesan kepada bot, dan kemudian akan secara otomatis diunggah oleh bot sebagai postingan anonimus di akun @kampungphilos. Meski demikian, anggota komunitas tetap bisa melakukan aktivitas seperti berkomentar hingga membagikan postingan dari akun @kampungphilos, namun tidak bersifat anonimus.

**Gambar I.4**  
**Game Love and Deepspace**



Sumber: wallpapercrave.com

Peneliti berpendapat bahwa ketersediaan game untuk segmentasi perempuan masih tergolong sedikit. Menurut Trier-Bieniek (2015, p.90), perusahaan game saat ini masih dinilai kurang sensitif terhadap kebutuhan game untuk perempuan. Tetapi argumentasi ini kemudian dibantah dengan kehadiran

---

<sup>5</sup> Menfess adalah singkatan dari mention confess yang berarti pengakuan atau ungkapan yang disampaikan secara anonym.

<sup>6</sup> Unofficial autobase adalah akun komunitas yang berjalan secara otomatis dan bukan merupakan akun resmi.

Love and Deepspace. Dilansir dari bluestacks.com (2024), Love and Deepspace adalah game simulasi kencan yang ditujukan untuk pemain dengan gender perempuan. Sebuah game yang dikembangkan oleh Infold untuk platform Android dan IOS, dan rilis pada 18 Januari 2024. Game ini menawarkan berbagai fitur seperti foto bersama para karakter, bermain permainan bersama, olahraga bersama, pengingat haid, dan berbagai fitur lainnya. Tercatat pada Februari 2025, jumlah pemain game ini mencapai lebih dari 50 juta. Hal tersebut disebabkan oleh visual karakter yang realistik dengan menggunakan animasi 3D menyerupai laki-laki di dunia nyata. Game Love and Deepspace berlangsung dalam latar fiksi dengan lima karakter utama, yaitu Xavier, Zayne, Rafayel, Sylus, dan Caleb.

Dalam mengkaji dan mendukung penelitian ini, peneliti memanfaatkan beberapa jurnal sejenis. Penelitian pertama dilakukan oleh Rienadhy (2022) berjudul “Impression Management Komunitas Role player K-POP dalam Media Sosial Twitter.” Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Roleplaying yang dilakukan oleh K-Pop Roleplayers di Twitter memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan nyata para peserta.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Muftitama, 2023) berjudul “Perilaku Komunikasi Pada Masyarakat Cyberspace (Netnografi *meme rage comic* di Situs 1cak.com).” Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola konten pada situs 1cak.com memiliki dua tipikal pengguna, sedangkan kategori tema humor meme terbagi menjadi empat kategori.

Selanjutnya penelitian Sumarno et al., (2021) berjudul “Studi Netnografi Post-Truth Dalam Percakapan Politik Pemilihan Presiden 2019 Di Facebook.”

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan post-truth yang diunggah di Facebook menggunakan berbagai jenis konten seperti teks, foto, video, gabungan teks dan foto, dan juga gabungan teks dan video.

Kemudian penelitian Sandi et al. (2023) berjudul “Sadfishing: Studi Netnografi Pada Konten Dengan Tagar #Rumahkokkayu di Tiktok.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sadfishing yang dilakukan pada konten dengan tagar #rumahkokkayu didasari oleh unsur kesengajaan.

Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh Sulistyowati (2024) berjudul “Studi Netnografi Respon Warganet mengenai Toxic Relationship pada Video Youtube Penyintas #BukanSayangNamanya.” Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi komentar-komentar yang diunggah pada video Youtube Penyintas #BukanSayangNamanya memberikan wawasan seputar bentuk-bentuk toxic relationship.

Kebaharuan dari penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya terletak pada subjek penelitian serta konsep dan teori yang digunakan. Subjek penelitian yaitu akun X @kampungphilos. Kemudian, penelitian ini menggunakan konsep *crowdsourcing* dan teori *the wisdom of crowds*. Saat ini, belum ada penelitian yang membahas terkait game Love and DeepSpace ataupun komunitasnya. Penelitian terkait game dianggap sebagai topik khusus yang masih relatif baru (Reer et al., 2025, p.2). Selain itu, menurut Swalwell et al. (2017, p.1), meskipun telah ada sejumlah besar penelitian tentang budaya penggemar yang diterbitkan dalam dua dekade terakhir, masih sedikit di antaranya yang membahas fenomena penggemar video game.

## I.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana praktik *crowdsourcing* dalam budaya setir pada akun X @kampungphilos berdasarkan teori *the wisdom of crowds*?

## I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yakni memahami praktik *crowdsourcing* dalam budaya setir pada akun X @kampungphilos dengan berdasarkan teori *the wisdom of crowds*.

## I.4. Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan yang tergantung oleh objek penelitian, yakni praktik *crowdsourcing* yang terjadi dalam budaya setir pada akun X @kampungphilos. Sedangkan subjek penelitian yang akan diteliti yaitu akun X @kampungphilos. Batasan memberi arahan kepada peneliti supaya fokus dalam topik yang telah dispesifikkan untuk penelitian ini.

## I.5. Manfaat Penelitian

### I.5.1. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat menambah wawasan tentang praktik *crowdsourcing* dan teori *the wisdom of crowds* dalam budaya setir pada akun X @kampungphilos.

### I.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian dapat digunakan sebagai refleksi bagi komunitas Love and Deepspace Indonesia terkait praktik *crowdsourcing* dalam budaya setir pada akun X @kampungphilos berdasarkan teori *the wisdom of crowds*.