



**GAMBLIFIKASI DIGITAL DALAM GAME ONLINE
(KAJIAN ETNOGRAFI VIRTUAL TERHADAP KOMUNITAS
@GENSHIN IMPACT)**

TESIS

TERRIZQOARIEF SUTANSYAH

2410422015

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM MAGISTER

2026



**GAMBLIFIKASI DIGITAL DALAM GAME ONLINE
(KAJIAN ETNOGRAFI VIRTUAL TERHADAP KOMUNITAS
@GENSHIN IMPACT)**

TESIS

**Maksud penulisan tesis adalah untuk memenuhi sebagian syarat dalam
memperoleh gelar sarjana S-2 Program Studi Ilmu Komunikasi**

TERRIZQOARIEF SUTANSYAH

2410422015

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI PROGRAM
MAGISTER
2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Terrizqo Arief Sutansyah
NIM : 2410422015
Program Studi : S2 Ilmu Komunikasi

Bila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 16 Januari 2026



(Terrizqo Arief Sutansyah)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Terrizqo Arief Sutansyah
NIM : 2410422015
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S2 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**(GAMBLIFIKASI DIGITAL DALAM GAME ONLINE (KAJIAN
ETNOGRAFI VIRTUAL TERHADAP KOMUNITAS YOUTUBE
@GENSHINIMPACT))**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 16 Januari 2026

Yang menyatakan,



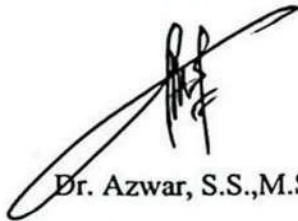
(Terrizqo Arief Sutansyah)

PENGESAHAN TESIS

NAMA : Terrizqo Arief Sutansyah
NIM : 2410422015
PROGRAM STUDI : S2 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Gambifikasi Digital dalam Game Online (Kajian Etnografi Virtual dalam Komunitas Youtube @GenshinImpact)

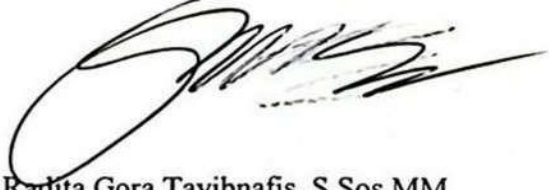
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi S2 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing 1



Dr. Azwar, S.S.,M.Si

Pembimbing 2



Dr. Radita Gora Tayibnafis, S.Sos.MM

Penguji 1



Dr. Machyudin Agung Harahap, S.Sos., M.Si

Penguji 2



Dr. Ana Kuswanti, S.I.Kom., M.Si.

Ketua Program Studi
S2 Ilmu Komunikasi



Dr. Ana Kuswanti, S.I.Kom., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 19 Januari 2026

GAMBLIFIKASI DIGITAL DALAM GAME ONLINE (KAJIAN ETNOGRAFI VIRTUAL TERHADAP KOMUNITAS YOUTUBE @GENSHIN IMPACT)

Terrizqo Arief Sutansyah

Abstrak

Penelitian ini menganalisis gamblifikasi digital dalam *game online* pada Genshin Impact dengan Teori Kritis Jurgen Habermas. Fokus utama penelitian ini mengenai elemen gamblifikasi digital yang berawal dari terbentuknya ruang publik Genshin Impact, ekonomi politik media baru dan kritik ideologi melalui *game online*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, dengan strategi penelitian etnografi virtual. Pengumpulan data dilakukan dengan *scrapping big data*, wawancara, observasi dan analisis dokumen digital. *Scrapping data* dilakukan melalui channel Youtube @Genshin Impact, wawancara dilakukan terhadap 3 *player* Genshin Impact yang telah bermain sejak awal perilisian *game* dan dokumen virtual melalui forum Hoyolab yang dibangun oleh Hoyoverse. Hasil Penelitian menyatakan ruang publik Genshin Impact berawal dari inisiasi Hoyoverse (Mihoyo) melalui Dawei selaku CEO yang ingin membangun ruang virtual interaktif yang menghubungkan *otaku* dengan sesama *otaku* maupun *idol virtual*. Gamblifikasi menjadi cara Hoyoverse untuk mengambil keuntungan ekonomi dan menyebarkan pengaruh secara politis sehingga membuat *player* menjadi candu dengan *game*. Gamblifikasi berimplikasi pada resepsi *player* terhadap seluruh produk Hoyoverse sebagai penggerak mesin *gacha* sehingga menghasilkan reifikasi komunikasi. Kritik ideologi terhadap Genshin Impact ialah adanya diseminasi ‘Chinasisasi’ secara virtual. Penelitian ini berkontribusi atas dua hal yaitu pembuktian atas besarnya ekonomi politik media baru selayaknya media konvensional dan relevansi kritik ideologi Habermas terhadap fenomena *game online*.

Kata Kunci: *Game online, Genshin Impact, Gamblifikasi, Ruang Publik, Kritik Ideologi, Jurgen Habermas*

***DIGITAL GAMBLIFICATION TOWARD ONLINE GAMES
(ETHNOGRAPHY VIRTUAL STUDY ON YOUTUBE
COMMUNITY @GENSHINIMPACT)***

Terrizqo Arief Sutansyah

Abstract

This research aims to analyze digital gamblification in online games, specifically Genshin Impact, using Jürgen Habermas' Critical Theory. The main focus of the research is on elements of digital gamification established through the structural formation of the Genshin Impact public sphere, the political economy of new media, and ideological critiques in online games. The study used a qualitative approach with a virtual ethnography strategy. Data were collected via big data, interviews, observation, and digital documents. Data scraping was conducted via YouTube @Genshin Impact, and interviews were carried out with three Genshin Impact players who played since the game's initial release, and virtual documents were obtained from Hoyolab, which was developed by Hoyoverse. The result indicates that Genshin Impact public Sphere established by initiative Hoyoverse (Mihoyo), led by CEO Dawei, whose purpose is to build an interactive virtual space connecting otaku communities with fellow otaku as well as virtual idols. Gamblification functions as a strategy for Hoyoverse to generate economic profit and disseminate political influence, leading players to addictive behaviors toward the game. Gamblification has implications for players' reception of all Hoyoverse products, positioning them as part of the gacha machine and resulting in the reification of communication. The ideological critics of Genshin Impact highlight the virtual dissemination of 'Chinaization.'

Keywords: *Online game, Genshin Impact, Gamblification, Public Sphere, ideological critics, Jurgen Habermas*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan tesis dengan judul “Gamblifikasi Digital dalam Game Online (Kajian Etnografi Virtual Terhadap Komunitas Youtube @GenshinImpact)”. Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP), Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penulisan ini memiliki ruang kritik dan saran untuk terus dikembangkan untuk masa berikutnya. Perjalanan penelitian ini dan proses masa studi, dengan segenap hati dan rasionalitas ucapan terima kasih dihanturkan, kepada:

1. Prof Dr. Anter Venus, MA, Comm selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jakarta (UPNVJ)
2. Bapak Dr. S. Beki Istiyanto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP) Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jakarta (UPNVJ).
3. Bapak Dr Azwar, SS., M.Si, dosen pembimbing satu, Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP) Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jakarta.
4. Bapak Dr Radita Gora Tayibnafis, M.M selaku dosen pembimbing dua untuk bimbingan, diskusi filosofis, diskusi kebaruan teknologi dan *game*.
5. Ibu Dr. Ana Kuswanti, M.Si selaku pembimbing akademik dan Kaprodi S2 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP) Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Jakarta (UPNVJ).

6. Ibu Dirut Suratmi, SE, M.M sebagai *Chora* yang menebarkan fondasi rasionalitas dan ruhani.
7. Tiyas Ayu Karyasih, S.Pd sebagai ruh subyektif yang berupaya rasional bersama dan pasangan penulis.
8. Ferrizqo Bagus Sutansyah, S.Psi sebagai partner tag team dalam permainan virtual.
9. Mba Tuty Ocktaviany, S.Ap sebagai partner belajar penulis sejak awal kuliah berlangsung
10. Para dosen Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP UPNVJ yang telah membagikan ilmu dan pengalaman selama saya menuntut ilmu hingga berhasil menyelesaikan tesis ini.
11. Informan penulis yang terdiri atas Rangga, Kibot dan Kace.
12. Seluruh sahabat di Program Magister Ilmu Komunikasi UPNVJ
13. Seluruh Staf Tendik Magister Ilmu Komunikasi UPNVJ yang meringankan beban administrasi selama perkuliahan.

Peneliti menyadari bahwa tesis ini masih memiliki banyak kekurangan baik dari isi maupun susunannya. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat, tidak hanya bagi peneliti, namun juga bagi para pembaca.

Jakarta, 1 Januari 2026



Terrizqo Arief Sutansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
PENGESAHAN TESIS	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Gap Research	25
2.3 Teori Kritis.....	30
2.4 Ruang Publik	35
2.5 Teori Tindakan Komunikatif.....	36
2.6 Ideologi	38
2.7 Budaya Digital	39
2.8 Ekonomi Politik.....	41
2.9 Gamifikasi.....	42
2.10 Gambifikasi.....	43
2.11 Video Game	45
2.12 Model Teoritik	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	49
3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	51
3.3 Teknik Analisis Data	52
3.4 Validitas Data.....	54
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1	Terbentuknya Ruang Publik Genshin Impact 55
4.2.	Hasil Penelitian 63
4.2.1	Rasionalisasi Teknologi Moe Virtual 65
4.2.2	Gamblifikasi sebagai Ekonomi Politik Game 71
4.2.3	Reifikasi Komunikasi Digital 79
4.2.4	Tranformasi Struktur Ruang Publik Genshin Impact 86
4.2.5	Diseminasi ‘Chinasisasi’ Virtual 91
4.3	Pembahasan..... 97
4.3.1.	Gamblifikasi Media Genshin Impact..... 97
4.3.2.	Ekologi Virtual Genshin Impact..... 99
4.3.3.	Ruang Publik Seni Virtual 102
4.3.4.	Ruang Pubik Ideologis Genshin Impact 105
BAB V PENUTUP	108
5.1	Kesimpulan 108
5.2	Saran 109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: <i>Gacha</i> Karakter Genshin Impact	1
Gambar 2: <i>Thumbnail Voice of Nature</i>	3
Gambar 3: Keuntungan dan Kerugian <i>Hoyoverse</i> 2023-2024.....	3
Gambar 4: Diagram Persebaran <i>player Genshin Impact</i>	8
Gambar 5: Jaringan Riset Genshin Impact, Video Game & Sosial Media.....	10
Gambar 6: <i>Word Cloud</i> Jurnal Penelitian <i>Genshin Impact</i>	11
Gambar 7: <i>Gap Research</i> Gambifikasi.....	25
Gambar 8: <i>Gap Research Critical Theory</i>	26
Gambar 9: <i>Gap Research</i> Ruang Publik.....	27
Gambar 10: <i>Gap Research</i> Etnografi Virtual	28
Gambar 11: <i>Gap Research</i> Genshin Impact	30
Gambar 12: Model Teoritik	47
Gambar 13: Diagram Taksonomi Spradley	53
Gambar 14: Model Alur Penelitian.....	54
Gambar 15: Dawei, CEO Hoyoverse.....	56
Gambar 16: Ayaka, contoh <i>Moe Girls</i>	57
Gambar 17: Ningguang, contoh <i>Moe Girls</i>	59
Gambar 18: Hutao, contoh <i>Moe Girls</i>	60
Gambar 19: Tiga <i>player</i> bermain bersama.....	60
Gambar 20: <i>Player</i> melakukan <i>Chatting</i>	61
Gambar 21: <i>Player</i> menggunakan Discord.....	62
Gambar 22: Taksonomi Ruang Publik Genshin Impact	62
Gambar 23: Word Cloud Hasil Wawancara	63
Gambar 24: Peta Triangulasi Sumber	64
Gambar 25: Dialektika Rasionalisasi Teknologi	67
Gambar 26: Tindakan Strategis Virtual	70
Gambar 27: Taksonomi Rasionalisasi Moe Virtual.....	71
Gambar 28: Banner Hutao	71
Gambar 29: Gacha Hutao.....	72
Gambar 30: Catatan Historis Gacha.....	73
Gambar 31: Pemberitaan Pendapatan Genshin Impact.....	76
Gambar 32: Pemberitaan Pendapatan Genshin Impact	77
Gambar 33: Taksonomi Ekonomi Politik Game.....	79
Gambar 34: Genshin Concert 2021	80
Gambar 35: Word Cloud Genshin Concert 2021	81
Gambar 36: Tree Map Genshin Concert 2021	82

Gambar 37: Model Reifikasi Komunikasi	85
Gambar 38: Taksonomi Reifikasi Komunikasi	86
Gambar 39: Interaksi Player dengan Idol Virtual	87
Gambar 40: Interaksi Player dengan Idol Virtual	88
Gambar 41: Postingan Seni Virtual	89
Gambar 42: Postingan <i>Meme Comic</i>	90
Gambar 43: Postingan <i>Tier List</i> Karakter	91
Gambar 44: Genshin Impact Special Program	92
Gambar 45: Word Cloud Genshin Impact Special Program.....	94
Gambar 46: Map Liyue.....	95
Gambar 47: Komparasi Jung Ship.....	96
Gambar 48: Taksonomi Chinaisasi.....	97
Gambar 49: Model Transformasi Ruang Publik.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Jumlah <i>Player Genshin Impact</i>	7
Tabel 2: Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3: Perbandingan <i>Media Studies & New Media Studies</i>	45

DAFTAR LAMPIRAN

Scrapping Big Data
Transkrip wawancara