

**STUDI EKSPLORATIF UNTUK MENGIDENTIFIKASI
FAKTOR-FAKTOR RETENSI MODIFIKASI
VIDEO GIM**

Ferdian Hendrasto¹

Universitas Gajayana

ferdian.h@unigamalang.ac.id

Risa Juliadilla²

Universitas Gajayana

risajuliadilla@unigamalang.ac.id

Mitha Endah Aprilia³

Universitas Gajayana

Mitha_endah@unigamalang.ac.id

Abstract

Prosumption is a form of co-creation activity performed by customer. In video gim, an interesting form of prosumption is modifikasi gim. An activity in which a person manipulates an aspect or the entirety of a gim, and then release the mod to public free of charge. Mod extend the life of video gim. Many research was conducted in this field, but the main drivers of why people are willing to invest their time and effort to develop mod are not well identified. This research found that those drivers are personal enjoyment, curiosity and learning, social affiliation, and recognition or appreciation.

Keywords: *Prosumption, Value Co-creation, Video Gim Modifications, Mod, Pembuat mod, Modifikasi.*

Abstrak

Prosumsi adalah salah satu bentuk aktivitas koreasi nilai yang dilakukan oleh pelanggan. Di dalam industri video gim, bentuk prosumsi yang menarik adalah memodifikasi video gim. Sebuah aktivitas di mana seseorang yang disebut sebagai pembuat mod, mengubah sebagian kecil atau keseluruhan dari video gim tersebut, dan merilisnya ke publik secara gratis. Hasil dari modifikasi ini sering disebut sebagai mod. Mod memperpanjang usia guna dari video gim. Walaupun banyak penelitian yang meneliti hal ini, namun faktor pendorong mengapa seseorang mengorbankan usaha dan waktunya untuk mengembangkan mod masih belum bisa diidentifikasi dengan baik. Penelitian ini menemukan bahwa faktor pendorong tersebut adalah kesenangan pribadi, pembelajaran dan rasa ingin tahu, afiliasi sosial dan rekognisi atau apresiasi.

Kata kunci: *Prosumsi, Ko-kreasi Nilai, Modifikasi Video Gim, Mod, Pembuat mod, Modifikasi.*



PENDAHULUAN

Industri video gim adalah salah satu yang terbesar di dunia dan selalu menunjukkan tren yang positif. Pada tahun 2021, valuasi industri video gim global menyentuh USD 300 miliar. Di Indonesia sendiri, valuasi industri gim di Indonesia menyentuh Rp24,88 triliun atau 2,19% dari PDB total nasional (Saputro, 2021), naik dari 1,78% PDB total nasional pada tahun 2017 (Setiawan, 2017). Walaupun kontribusi industri ini selalu meningkat tiap tahunnya, hanya 0,4% pasar video gim dikuasai oleh pelaku bisnis lokal, sisanya dikuasai oleh pelaku bisnis internasional (Andriyanti, 2021). Oleh karena itu, Pemerintah Indonesia melalui Prioritas Riset Nasional (PRN) 2020-2024 salah satunya menargetkan riset demi kemajuan Ekonomi Digital pada bagian inovasi dan pengayaan seni serta industri kreatif, yang mana video gim termasuk di dalamnya.

Dalam industri ini, penikmat video gim tidak hanya bisa bertindak sebagai konsumen, namun juga sebagai produsen. Konsep ini lebih dikenal dengan prosumer, di mana konsumen berperan ganda sebagai konsumen dan produsen (Balaji & Roy, 2017; Berrada, 2017; Dewalska-Opitek & Hofman-Kohlmeyer, 2021). Dengan kemudahan internet, para konsumen video gim dapat saling berinteraksi satu sama lain secara virtual, dan membentuk komunitas tersendiri. Di komunitas ini terjadi pertukaran informasi, dan tidak jarang akhirnya muncul ide-ide dari konsumen gim untuk menjadi produsen. Aktivitas produksi yang dimaksud di sini adalah modifikasi video gim.

Konsumen gim dapat memodifikasi video gim dan merilisnya ke publik sehingga konsumen lain dapat memainkan gim dengan mod buatannya. Mod adalah hasil akhir dari modifikasi video gim. Dengan aktivitas ini, nilai dari video gim yang dimodifikasi pun meningkat (Dey dkk., 2016; Small, 2018). Pentingnya peran modifikasi video gim bagi nilai sebuah gim bisa dilihat dari, misalnya, *Counter Strike* yang dirilis pada tahun 2000, salah satu gim *first person shooter* paling berpengaruh sepanjang masa adalah sebuah mod dari *Half-Life*, gim buatan Valve tahun 1998 (Wirtz, 2021). Di Indonesia, salah satu gim paling populer yaitu *Grand Theft Auto San Andreas* memiliki komunitas modifikasi yang masih aktif hingga saat ini, salah satu modifikasi dengan berjudul *GTA SA Extreme Indonesia* menginkorporasi budaya dan banyak elemen Indonesia di dalamnya, membuat gim berusia 21 tahun ini masih banyak dimainkan di Indonesia.

Pembuat mod mengembangkan mod tanpa dibayar. Namun seperti pada contoh sebelumnya, mod yang populer akan memperpanjang usia guna sebuah gim. Ini adalah bukti bahwa pembuat mod merupakan aset yang berharga bagi pelaku bisnis gim (Arakji & Lang, 2007). Apabila pelaku bisnis gim bisa memberdayakan pembuat mod dengan baik, bukan tidak mungkin ini akan menjadi sumber daya yang bisa meningkatkan kualitas video gim yang diproduksi oleh perusahaan gim (Poor, 2014).

Dari analisis penelitian terdahulu, diidentifikasi dua faktor yang dapat dikembangkan untuk pemberdayaan komunitas pembuat mod. Yang pertama adalah persepsi atas resiko. Pembuat mod tidak dibayar, sehingga manfaat yang diterima oleh satu pembuat mod dan pembuat mod lainnya akan berbeda (Dewalska-Opitek & Hofman-Kohlmeyer, 2021). Dari sini, pelaku usaha video gim dapat menerapkan timbal balik yang tepat untuk pembuat mod.

Kedua adalah lingkungan komunitas, dengan komunitas yang baik, maka pembuat mod akan mendapatkan sumber daya dan informasi yang cukup untuk mengembangkan mod yang kompleks (Hendrasto & Astuti, 2015).

Walaupun penting bagi keberlangsungan sebuah gim, modifikasi video gim masih jarang diteliti oleh akademisi. Satu penelitian fokus pada unsur legalitas dari sebuah mod (Kretzschmar & Stanfill, 2019). Beberapa penelitian lain menemukan faktor-faktor yang memotivasi pembuat mod dalam mengembangkan mod, namun tidak menghubungkannya dengan niat untuk terus mengembangkan mod (Poor, 2014; Poretski dkk., 2019; Postigo, 2007; Scacchi, 2010). Padahal cukup banyak mod yang gagal dikembangkan dan tidak dirilis ke publik (Poor, 2014). Salah satu studi meneliti secara kualitatif persepsi atas manfaat yang diterima oleh pembuat mod. Studi ini menemukan bahwa kreativitas, ilmu baru, afiliasi sosial, rasa bangga dan karir adalah manfaat yang diterima oleh para pembuat mod (Dewalska-Opitek & Hofman-Kohlmeyer, 2021).

Oleh karena itu, kebaruan penelitian ini yang pertama adalah topik modifikasi video gim itu sendiri. Topik ini masih jarang diteliti, namun fakta di lapangan berkata bahwa mod adalah salah satu kontributor kesuksesan sebuah video gim. Yang kedua, hasil penelitian terdahulu yang belum dapat menjawab pertanyaan klasik di dunia modifikasi yaitu alasan mengapa banyak pembuat mod mengorbankan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk mengembangkan modifikasi video gim tanpa diberi bayaran sepeser pun. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memotivasi pembuat mod dalam mengembangkan modifikasi video gim.

LITERATUR

Ada indikasi bahwa pembuat mod yang tergabung dalam satu lingkungan komunitas memang lebih baik kinerjanya dibandingkan dengan yang tidak. Dalam konteks video gim, karakteristik dominan dari lingkungan komunitas ini adalah fitur, navigasi dan presentasi, ketiadaan *error*, dan informasi atau saran. Anggota komunitas modifikasi akan saling berinteraksi satu sama lain, dan bertukar informasi, saling memberikan saran dan bantuan untuk mod yang pembuat mod kembangkan. Interaksi ini akan memicu lingkungan yang positif di dalam komunitas tersebut, dan membantu membuat para pembuat mod untuk terus mengembangkan mod (Belanger dkk., 2002; Hendrasto & Astuti, 2015; Sultan dkk., 2003).

Konsumen sebagai prosumer dicirikan dengan kesediaan konsumen dalam turut serta beraktivitas dalam perilaku ekstra. Perilaku ekstra yang dimaksud di sini adalah aktivitas kokreasi yang berpotensi menambah daya guna produk yang dikonsumsi (Rowley dkk., 2007). Di dunia modifikasi video gim, aktivitas kokreasi tercermin dalam mengembangkan mod. Pembuat mod sering kali mengembangkan mod tanpa diberi imbalan. Namun, mengembangkan mod membutuhkan sumber daya yang cukup banyak. Oleh karena itu, ada beberapa manfaat yang dipersepsikan untuk diterima oleh pembuat mod melalui pengembangan mod ini. Manfaat prosumsi yang dipersepsikan untuk diterima bisa saja terdiri atas manfaat fungsional, hedonis, dan kognitif (Balaji & Roy, 2017). Manfaat fungsional misalnya adalah membantu mengembangkan produk yang lebih murah, lebih baik, dan lebih ramah lingkungan. Manfaat hedonis terkait dengan perasaan bangga ketika

diikuti dalam proses pengembangan produk baru. Sedangkan manfaat kognitif terkait dengan ilmu yang diterima ketika terlibat dalam aktivitas prosumsi. Tipe-tipe mod lebih jelas dapat dilihat di tabel 1 (Unger, 2012):

Tabel 1. Jenis Modifikasi Video Gim

Tipe Modifikasi	Penjelasan
<i>Tweaks/ Mutator</i>	Mengubah aspek tertentu misalnya kondisi cuaca, aturan main, menambah opsi untuk mendengarkan musik dari pihak ketiga
<i>Add-ons</i>	Menambahkan ekstensi pada gim misalnya unit baru, kostum baru, peta baru
<i>Mod</i>	Memanipulasi aturan gim, visual, narasi, dan mekanisme secara signifikan
<i>Total conversions</i>	Memanipulasi gim asli secara drastis sehingga tercipta gim yang benar-benar baru.

Sumber : (Unger, 2012)

Mengembangkan mod perlu kreativitas dan ilmu pengetahuan yang relevan, sehingga manfaat pertama yang diterima oleh pembuat mod adalah bertambahnya kreativitas dan ilmu pengetahuan. Mod sederhana (misalnya *tweak* atau *add-on*) bisa saja diselesaikan oleh satu orang, namun mod yang lebih kompleks (misalnya *total conversion*) biasanya dikembangkan oleh satu tim yang terdiri atas beberapa pembuat mod, tidak jarang para pembuat mod membentuk komunitas sendiri yang mana pembuat mod terafiliasi di dalamnya (Bhatti & Ur Rehman, 2020; Wu dkk., 2020). Dengan mengembangkan mod, pembuat mod juga merasa bangga atas hasil karyanya, khususnya ketika mod yang dikembangkan mencapai popularitas tinggi. Terakhir, beberapa pembuat mod merasa bahwa dengan mengembangkan mod, ini bisa menjadi batu pijakan untuk masuk ke dunia kerja industri video gim.

Pada satu studi yang meneliti tentang motif pengguna dalam memainkan video gim online, diidentifikasi lima alasan yang dapat dilihat pada tabel 2 ini (Koo dkk., 2007):

Tabel 2. Manfaat modifikasi sebagai prosumsi

Manfaat	Operasionalisasi
Kesenangan pribadi	Aktivitas memodifikasi video gim dianggap bisa memicu rasa senang
Pelarian	Memodifikasi video gim dianggap dapat menjadi obat atas rasa bosan dan lari dari rutinitas sehari-hari
Keingintahuan	Pengalaman pembelajaran tentang hal baru, strategi, dan tren video gim
Afiliasi sosial	Memodifikasi video gim membuat pembuat mod bahagia karena berinteraksi dengan orang lain
Rekognisi dan apresiasi	Mendapatkan rekognisi dan apresiasi sebagai hadiah atas pengembangan mod

Sumber: (Koo dkk., 2007)

Dalam konteks modifikasi video gim, keenam persepsi atas manfaat yang diungkapkan pada tabel 2 bisa saja menjadi faktor pendorong bagi pengguna untuk terus memodifikasi video gim.

METODE PENELITIAN

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi alasan dari pengguna dalam mengembangkan modifikasi video gim yang dapat memberikan nilai tambah baik bagi Perusahaan maupun pengguna video gim lain. Tiga pertanyaan penelitian diformulasikan sebagai berikut:

1. Apa yang mendorong pengguna video gim dalam mengembangkan modifikasi video gim?
2. Apa yang akan terjadi pada industri modifikasi video gim di masa mendatang?
3. Apa harapan pengembang mod terkait industri ini di masa mendatang?

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dalam bentuk wawancara terstruktur. Wawancara dilakukan pada bulan Januari dan Februari 2023 dengan mengundang 18 pengembang mod yang didapatkan dari tiga laman mod terbesar di dunia yaitu *Steam Workshop*, *NexusMod*, dan *Moddb*. Responden dipilih dengan metode penarikan sampel secara purposif. Calon responden dipilih berdasarkan atas daftar kontribusi kredit yang dilampirkan pada setiap mod yang ada pada basis data laman website *Steam Workshop*, *NexusMod*, dan *Moddb*. Oleh karena itu, semua partisipan kami adalah pembuat mod. Kami mengundang kurang lebih 40 pembuat mod dengan cara mengirimkan pesan personal melalui fitur pengiriman pesan di ketiga laman *Steam Workshop*, *NexusMod*, dan *Moddb*. Namun, hanya 18 pembuat mod yang bersedia menjadi partisipan penelitian.

Pembuat mod yang bersedia untuk menjadi partisipan penelitian kemudian diberi pertanyaan pendahuluan untuk mengetahui tipe mod apa yang sedang atau pernah mereka kembangkan. Setelah itu, partisipan diberi pertanyaan terstruktur untuk menjawab pertanyaan penelitian ini. Dari 18 partisipan, 2 di antaranya menolak untuk berpartisipasi dalam wawancara lanjutan. Sehingga jumlah keseluruhan partisipan dalam penelitian ini adalah 16 pembuat mod.

Penelitian ini tidak mengumpulkan informasi personal seperti nama, usia, dan kebangsaan karena usaha pertama kami dalam menanyakan pertanyaan demografik dalam penelitian menimbulkan kendala, di mana lebih banyak pembuat mod menolak untuk berpartisipasi karena khawatir informasi personal mereka akan disalahgunakan. Pertanyaan dibuat dalam Bahasa Inggris karena ketiga laman komunitas pembuat mod menggunakan Bahasa Inggris.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif eksploratif yang dilaksanakan untuk mengidentifikasi sifat masalah yang diteliti dan tidak diharapkan untuk menyediakan bukti yang konklusif, namun untuk memahami dengan lebih baik lagi mengenai permasalahan yang diteliti (Dewalska-Opitek & Hofman-Kohlmer, 2021). Pendekatan kualitatif eksploratif dapat memahami pendapat video gim pembuat mod tentang apa yang mendorong mereka untuk mengembangkan mod, dan manfaat apa yang mereka dapatkan dari aktivitas tersebut dibandingkan dengan kategori manfaat modifikasi sebagai prosumsi yang terdapat pada Tabel 2.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Semua partisipan penelitian ini familiar dengan modifikasi video gim. Informasi ini didapatkan dengan menanyakan jenis modifikasi video gim apa yang sedang atau pernah mereka kembangkan sesuai dengan tipe modifikasi di tabel 1, jawaban partisipan bisa dilihat di tabel 3:

Tabel 3
Tipe Modifikasi Yang Pernah Dikembangkan Oleh Partisipan

Tipe Modifikasi	Jumlah Partisipan yang Pernah Mengembangkan
<i>Tweaks/ Mutator</i>	15 dari 18
<i>Add-ons</i>	13 dari 18
<i>Mod</i>	18 dari 18
<i>Total conversions</i>	3 dari 18

Sumber: Data diolah (2023)

Dari hasil rekapitulasi tabel 3 diketahui bahwa keseluruhan partisipan yang diteliti pernah mengembangkan modifikasi video gim paling tidak dalam satu jenis tertentu. Hal ini memperkuat dasar penelitian ini yang memang meneliti para pembuat mod.

Setelah pertanyaan pendahuluan, beberapa pertanyaan diajukan kepada partisipan. Pertanyaan pertama sifatnya eksploratif, menanyakan terkait dengan alasan partisipan pada saat pertama kali terjun ke dunia modifikasi video gim. Dari 18 partisipan, 16 menjawab pertanyaan ini. Jawaban responden kemudian dikategorikan berdasarkan pada manfaat modifikasi sebagai aktivitas prosumsi yang terdapat pada Tabel 3.

Para partisipan menjawab sebagaimana pada tabel 4 bahwa mereka memodifikasi video gim supaya dapat memainkan gim yang mereka mainkan dengan lebih menyenangkan, mengubah gim menjadi lebih seimbang, melihat hasil modifikasi yang pada akhirnya sangat berbeda dibandingkan dengan visi awal gim tersebut. Partisipan kami mendedikasikan waktu dan tenaganya mengubah karakteristik video gim karena mereka menganggap itu adalah hal yang menyenangkan. Ketika mod yang mereka kembangkan selesai, mereka dapat memainkan video gim yang disukai dengan lebih menyenangkan lagi. Jawaban para partisipan ini termasuk pada kategori manfaat kesenangan pribadi.

Tabel 4. Kategori Jawaban Partisipan Manfaat Kesenangan Pribadi

Partisipan ke-	Jawaban
1	<i>To play my favorite games in a way that I enjoy the most.</i>
2	<i>Experimenting with ideas, having fun.</i>
3	<i>To improve my own experience in my favourite games</i>
10	<i>I wanted to modify a mod I liked to be more balanced</i>
13	<i>Seeing the world in a completely different light than previously envisioned by the original game developers</i>
14	<i>Being able to tweak my favorite games to my own liking.</i>

Sumber: data diolah (2023)

Selain kesenangan pribadi, banyak dari mereka juga memodifikasi video gim karena tertarik untuk menciptakan hal baru dan belajar tentang video gim sebagaimana dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Kategori Jawaban Partisipan Manfaat Keingintahuan dan Pembelajaran

Partisipan ke-	Jawaban
4	<i>Creation, Learning</i>
8	<i>Providing an alternative or better take on either the base game or existing mod</i>
9	<i>I see a gameplay system that feels like it's missing depth, and once I have ideas for how more depth could be added, I know what kind of mod I want to make.</i>
11	<i>I wanted more clothing choice when i played, so i joined the modding community to learn how to do this</i>
16	<i>Wanted to learn programming and create something by myself</i>

Sumber: data diolah (2023)

Partisipan kami menjawab bahwa mereka juga ingin belajar pemrograman dan menciptakan hal baru. Mereka juga berpikir bahwa ada aspek yang belum lengkap dari gaems yang merek mainkan, sehingga mereka bersedia untuk belajar menambahkan aspek tersebut dengan belajar mengembangkan mod. Para partisipan menunjukkan bahwa mereka tidak hanya mengejar kesenangan pribadi, namun juga mengejar pembelajaran dan senang menciptakan hal baru, khususnya terkait video gim yang mereka sukai.

Alasan atau motivasi lainnya yang muncul dari para partisipan adalah dorongan afiliasi sosial dan rekognisi. Afiliasi sosial yang dimaksud di sini adalah rasa senang yang tumbuh karena berinteraksi dengan orang lain, khususnya rekan sejawat pembuat mod dan pengguna mod lainnya. Jawaban partisipan untuk kategori manfaat afiliasi sosial dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Kategori Jawaban Partisipan Manfaat Afiliasi Sosial

Partisipan ke-	Jawaban
3	<i>To improve my own experience in my favourite games while simultaneously doing so for others.</i>
6	<i>On the other side, community keeps me happy and motivated. Sharing ideas, or helping each other. It's always good</i>
7	<i>I want to fill that missing feature, and I may as well share that with everyone.</i>

Sumber: data diolah (2023)

Bukan hal yang mengejutkan jika kebutuhan atas afiliasi sosial menjadi salah satu faktor pendorong seseorang dalam mengembangkan mod. Karena mengembangkan mod tidak hanya membutuhkan waktu dan tenaga, namun juga ilmu pengetahuan yang cukup. Ini sering kali difasilitasi dengan interaksi sesama pembuat mod dalam komunitas modifikasi video gim online.

Di lain pihak, pembuat mod juga ternyata membutuhkan apresiasi dan rekognisi atas hasil kerja kerasnya. Walaupun rekognisi yang diterima sering kali bukan dalam bentuk moneter, yang mana ini adalah melanggar hak cipta atas video gim yang dimodifikasi dan berpotensi untuk memicu reaksi hukum dari perusahaan terkait.. Namun para tak jarang pembuat mod cukup puas dan merasa diapresiasi ketika mod yang mereka kembangkan diunduh dan digunakan oleh orang banyak. Beberapa jawaban partisipan dapat dikategorikan pada manfaat rekognisi dan apresiasi seperti yang dapat dilihat dari tabel 7 di bawah ini.

Tabel 7. Kategori Jawaban Partisipan Manfaat Rekognisi dan Apresiasi

Partisipan ke-	Jawaban
3	<i>To improve my own experience in my favourite games while simultaneously doing so for others.</i>
6	<i>turning ideas into a real product</i>
13	<i>Filling a gap that the games missed out on that people really want</i>

Sumber: data diolah (2023)

Menariknya, dari lima manfaat modifikasi sebagai aktivitas prosumsi pada Tabel 2 (Koo dkk., 2007), tidak ada satu pun partisipan yang mengungkapkan bahwa mereka mengembangkan mod untuk melarikan diri dari rutinitas sehari-hari yang membosankan. Ini sebenarnya adalah temuan tidak mengejutkan, karena mengembangkan sebuah mod membutuhkan pengetahuan tambahan, usaha, dan waktu yang tidak sedikit (Hendrasto, 2022; van Doorn dkk., 2010). Mod yang sederhana, misalnya *tweak* bisa saja diselesaikan dalam hitungan jam atau hari, namun mod yang kompleks seperti *total conversions* bisa membutuhkan waktu bertahun-tahun sampai dengan mod tersebut selesai dikembangkan, contohnya adalah mod *Tamriel Rebuilt* untuk video gim *Elder Scrolls III: Morrowind* yang masih menjadi proyek aktif selama 22 tahun belakangan ini. Hal ini yang membuat faktor motivasi pelarian tidak teridentifikasi dari para partisipan kami.

Dari analisis jawaban partisipan atas pertanyaan pertama yang diajukan, bisa diidentifikasi empat faktor utama yang mendorong seorang pembuat mod dalam mengembangkan mod. Yang pertama adalah kesenangan pribadi, terkait dengan bagaimana para pembuat mod merasa senang pada saat mereka berhasil memodifikasi video gim favorit mereka sesuai dengan keinginannya. Yang kedua adalah keingintahuan dan pembelajaran, ini terkait dengan rasa ingin tahu para pembuat mod yang mana ini mendorong pembuat mod untuk belajar mengembangkan mod. Ketiga dan keempat saling berkaitan, yaitu afiliasi sosial dan rekognisi. Berkaca pada kebutuhan atas waktu, tenaga, dan pengetahuan yang tidak sedikit dalam mengembangkan mod, para pembuat mod sering kali tergabung dalam sebuah komunitas. Di dalam komunitas ini, mereka dapat saling bertukar informasi, saling membimbing dan mengoreksi satu sama lainnya.

Pertanyaan penelitian kedua adalah pertanyaan prediktif yang berakar dari status mod yang sedikit problematik. Karena isu hak cipta, pembuat mod harus merilis mod yang mereka kembangkan dengan gratis. Padahal di lain pihak, mereka juga butuh rekognisi selain dari

sesama pembuat mod atau pengguna. (*“Modlists are a delicate topic as well, who is credited for it? How to show appreciation to the individual mod creators, can the modlist maintainer(s) ask for donations?”*) Mengembangkan mod juga memiliki resiko tersendiri, khususnya tekanan dari pengguna atau mereka yang mengunduh dan menikmati mod. Tidak jarang ekspektasi pengguna mod sangat tinggi dan ini menyebabkan pembuat mod merasa tidak sanggup untuk memenuhi ekspektasi pengguna. (*“People expect so much from such small projects, to the point where new modder think “What is the point in even trying?” because they know that there is no possible way to keep up with expectations and/or the level of knowledge required”*) Dari keenam belas partisipan ini, terbentuk dua kubu yang berbeda, yang pertama adalah mereka yang yakin bahwa industri modifikasi video gim akan terus berkembang seiring dengan berkembangnya industri video gim pada umumnya. (*“Continue to grow as more gim gain mod support, making modifikasi easier”, “I think the mods community will thrive, as long as there are people who are interested”*). Kubu kedua adalah yang skeptis, dan memprediksi bahwa industri modifikasi lama kelamaan mati karena pengembang video gim mengalihdayakan gim seluruhnya ke komunitas. (*“I think that the modifikasi community will eventually die because developers are outsourcing entire game to the community”*).

Terbentuknya kedua kubu ini disebabkan oleh beberapa hal. Yang pertama adalah dari status mod yang memang tidak bisa dimonetisasi oleh pembuat mod. Di lain pihak, mereka telah menginvestasikan waktu, tenaga, dan pikiran tidak bisa dipungkiri bahwa modifikasi membuat usia game lebih Panjang. Lihat saja dari *Elder Scrolls Skyrim*, memasuki usianya yang ke-12, gim ini sama sekali tidak menunjukkan tanda-tanda ditinggalkan oleh penggunanya. *Elder Scrolls Skyrim* menjadi video gim dengan mod terbanyak di dunia, dengan perilisan ulang hampir di setiap tahunnya di berbagai konsol (Dey dkk., 2016). Namun di lain pihak, kekhawatiran yang diungkapkan oleh kubu kedua juga memiliki dasar. Properti intelektual dari sebuah mod adalah aspek yang sensitif untuk dibicarakan, tidak sedikit modifikasi yang harus diberhentikan karena aksi legal dari pengembang video gim. Potensi pelanggaran hak cipta juga membuat pembuat mod berpikir ulang untuk mengembangkan mod bagi video gim dari pengembang tertentu (Kretzschmar & Stanfill, 2019).

SIMPULAN

Dalam aktivitas konsumsi produk, konsumen juga dapat bertindak sebagai produsen. Salah satu bentuk konsumsi yang menarik ada di industri video gim, yaitu modifikasi. Aktivitas memodifikasi video gim ini bertujuan untuk menghasilkan hal baru atas gim tersebut, apakah dari hal kecil sampai dengan konversi total. Penelitian ini berhasil menemukan bahwa terdapat empat faktor pendorong seseorang untuk mengembangkan mod. Kesenangan pribadi, rasa ingin tahu dan pembelajaran, afiliasi sosial, dan rekognisi atau apresiasi.

Penelitian ini dapat memperkaya pemahaman atas kesediaan pelanggan untuk terlibat dalam proses produksi perusahaan, khususnya dalam industri modifikasi gim. Pembuat mod akan bersedia untuk mengorbankan usaha, tenaga, dan pikirannya untuk mengembangkan mod apabila ada rekognisi yang mengikutinya (Dewalska-Opitek & Hofman-Kohlmeyer, 2021).

Rekognisi ini tidak perlu dalam konteks moneter, namun bisa dalam bentuk apresiasi dalam bentuk. Misalnya pembuat mod yang memiliki portofolio eksepsional direkrut menjadi pengembang di perusahaan tersebut, atau menyelenggarakan kompetisi pengembangan mod yang dapat diikuti oleh para pembuat mod.

Walaupun penelitian ini dapat menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan, bukan berarti penelitian ini sempurna. Kelemahan utama dari penelitian ini adalah tidak adanya konklusi empirik dari pendekatan kuantitatif, sehingga hasil penelitian sulit untuk digeneralisasi. Penelitian ini juga tidak mengumpulkan data demografik partisipan yang berpotensi memberikan informasi lebih dalam terkait sudut pandang jawaban partisipan. Jawaban atas pertanyaan penelitian kedua menyisakan pertanyaan lebih yang harus dijawab terkait dengan keberadaan mod di masa yang akan datang. Kelemahan-kelemahan ini dapat digunakan peneliti lain untuk meneliti topik modifikasi video gim.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini terlaksana berkat hibah pendanaan penelitian internal dari Universitas Gajayana.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanti, H. (2021). *Gov't Pledges Full Support for Video Game Industry*. Jakarta Globe. <https://jakartaglobe.id/tech/govt-pledges-full-support-for-video-game-industry>
- Arakji, R. Y., & Lang, K. R. (2007). Digital consumer networks and producer-consumer collaboration: Innovation and product development in the video game industry. *Journal of Management Information Systems*, 24(2), 195–219. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222240208>
- Balaji, M. S., & Roy, S. K. (2017). Value co-creation with Internet of things technology in the retail industry. *Journal of Marketing Management*, 33(1–2), 7–31. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2016.1217914>
- Belanger, F., Hiller, J. S., & Smith, W. J. (2002). Trustworthiness in electronic commerce: the role of privacy, security, and site attributes. *The Journal of Strategic Information Systems*, 11(3–4), 245–270. [https://doi.org/10.1016/S0963-8687\(02\)00018-5](https://doi.org/10.1016/S0963-8687(02)00018-5)
- Berrada, M. (2017). Co-Creation of the Tourist Experience via Internet: Towards Exploring a New Practice. *Journal of International Business Research and Marketing*, 2(5), 18–23. <https://doi.org/10.18775/jibrm.1849-8558.2015.25.3003>
- Bhatti, A., & Ur Rehman, S. (2020). Perceived Benefits and Perceived Risks Effect on Online Shopping Behavior with The Mediating Role of Consumer Purchase Intention in Pakistan. *International Journal of Management Studies*, 26(1), 33–54. <https://doi.org/10.32890/ijms.26.1.2019.10512>
- Dewalska-Opitek, A., & Hofman-Kohlmeyer, M. (2021). Players as Prosumers - How Customer Engagement in Game Modding May Benefit Computer Game Market. *Central European Business Review*, 10(1), 77–97. <https://doi.org/10.18267/j.cebr.261>
- Dey, T., Massengill, J. L., & Mockus, A. (2016). Analysis of popularity of game mods: A case study. *CHI PLAY 2016 - Proceedings of the Annual Symposium on Computer-Human Interaction in Play Companion*, 133–139. <https://doi.org/10.1145/2968120.2987724>
- Hendrasto, F. (2022). For Mod's Sake! The Role of Perceived Brand Image, Brand Identification, and Online Community Environments in Building Brand Love. *Asean Marketing Journal*, 14(1). <https://doi.org/10.21002/amj.v14i1.1147>

- Hendrasto, F., & Astuti, S. W. (2015). Peran Dinamika Lingkungan, Kepercayaan, dan Afeksi Dalam membangun Loyalitas Anggota Komunitas Modifikasi Video Games Online. *Unpublished Master Thesis*, 1–20. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.34358.19526>
- Koo, D.-M., Lee, S.-H., & Chang, H.-S. (2007). Experiential Motives for Playing Online Games. *Journal of Convergence Information Technology*, 2(2), 37–48.
- Kretzschmar, M., & Stanfill, M. (2019). Mods as Lightning Rods: A Typology of Video Game Mods, Intellectual Property, and Social Benefit/Harm. *Social and Legal Studies*, 28(4), 517–536. <https://doi.org/10.1177/0964663918787221>
- Poor, N. (2014). Computer game modders' motivations and sense of community: A mixed-methods approach. *New Media & Society*, 16(8), 1249–1267. <https://doi.org/10.1177/1461444813504266>
- Poretzki, L., Zalmanson, L., & Arazy, O. (2019). The effects of co-creation and word-of-mouth on content consumption - Findings from the video game industry. *40th International Conference on Information Systems, ICIS 2019*, 1–9.
- Postigo, H. (2007). Of mods and modders: Chasing down the value of fan-based digital game modifications. *Games and Culture*, 2(4), 300–313. <https://doi.org/10.1177/1555412007307955>
- Rowley, J., Kupiec-Teahan, B., & Leeming, E. (2007). Customer community and co-creation: a case study. *Marketing Intelligence & Planning*, 25(2), 136–146. <https://doi.org/10.1108/02634500710737924>
- Saputro, P. (2021). *Industri Game di Indonesia Sumbang Rp 24,8 Triliun Total PDB Nasional*. detikcom. <https://inet.detik.com/games-news/d-5819963/industri-game-di-indonesia-sumbang-rp-248-triliun-total-pdb-nasional>
- Scacchi, W. (2010). Computer game mods, modders, modding, and the mod scene. *First Monday*, 15(5). <https://doi.org/10.5210/fm.v15i5.2965>
- Setiawan, S. R. D. (2017). *Industri Game dan Animasi Potensial Genjot Ekonomi Indonesia*. Kompas. <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/12/14/142213926/industri-game-dan-animasi-potensial-genjot-ekonomi-indonesia>
- Small, R. (2018). Mods and Convergence Culture. *Proceedings of the 36th ACM International Conference on the Design of Communication*, 1–2. <https://doi.org/10.1145/3233756.3233943>
- Sultan, F., Urban, G. L., Shankar, V., & Bart, I. Y. (2003). Determinants and Role of Trust in E-Business: A Large Scale Empirical Study. *SSRN Electronic Journal*, 69(October), 133–152. <https://doi.org/10.2139/ssrn.380404>
- Unger, A. (2012). Modding as Part of Game Culture. Dalam J. Fromme & A. Unger (Ed.), *Computer Games and New Media Cultures: A Handbook of Digital Games Studies* (hlm. 509–523). Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-007-2777-9_32
- van Doorn, J., Lemon, K. N., Mittal, V., Nass, S., Pick, D., Pirner, P., & Verhoef, P. C. (2010). Customer Engagement Behavior: Theoretical Foundations and Research Directions. *Journal of Service Research*, 13(3), 253–266. <https://doi.org/10.1177/1094670510375599>
- Wirtz, B. (2021). *20 All-Time Game Mods for Serious Gamers*. Gamedesigning.org. <https://www.gamedesigning.org/gaming/best-game-mods/>
- Wu, I. L., Chiu, M. L., & Chen, K. W. (2020). Defining the determinants of online impulse buying through a shopping process of integrating perceived risk, expectation-confirmation model, and flow theory issues. *International Journal of Information Management*, 52(May 2019), 102099. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102099>