

JOUISSANCE DIGITAL DALAM GAME MOBILE DAN ILUSI KEPUASAN DALAM PSIKOANALISIS POST-STRUKTURALIS

Muhammad Fahim

Program Studi Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
fahimvespa@gmail.com;

Moh Chafit Safaatur Rohman

Program Studi Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
chafidwalker@gmail.com;

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana game mobile menciptakan ilusi kepuasan (*jouissance*) melalui desain visual, sistem gacha, dan keterikatan emosional pemain terhadap karakter dan item digital. Menggunakan pendekatan psikoanalisis post-strukturalis dengan teori Jacques Lacan dan konsep “mesin hasrat” dari Deleuze dan Guattari, penelitian ini mengkaji dua game populer, Genshin Impact dan Mobile Legends: Bang Bang, sebagai ruang produksi makna dalam budaya digital. Data dikumpulkan dari sumber-sumber sekunder terpercaya seperti jurnal ilmiah, forum daring, serta laporan media, kemudian dianalisis secara kualitatif melalui tiga dimensi: analisis teks, praktik wacana, dan praktik sosial-kultural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa game mobile menghadirkan pengalaman *jouissance* melalui siklus harapan yang tak pernah selesai, mendorong perilaku konsumtif dan membentuk identitas digital pemain. Selain itu, temuan empiris menunjukkan bahwa kecanduan terhadap sistem gacha berkontribusi secara signifikan terhadap intensi pembelian dalam aplikasi. Kesimpulannya, game mobile bukan sekadar hiburan, melainkan juga sistem ideologis dalam kapitalisme digital yang memproduksi hasrat dan konsumsi berulang.

Kata kunci: *jouissance digital, gacha, game mobile, psikoanalisis post-strukturalis,*

ABSTRACT

This research aims to analyze how mobile games create the illusion of satisfaction (*jouissance*) through visual design, gacha systems, and players' emotional attachment to characters and digital items. Using a post-structuralist psychoanalytic approach with Jacques Lacan's theory and Deleuze and Guattari's concept of “desire machines”, this research examines two popular games, Genshin Impact and Mobile Legends: Bang Bang, as spaces of meaning production in digital culture. Data were collected from reliable secondary sources such as scientific journals, online forums, and media reports, and then analyzed

qualitatively through three dimensions: text analysis, discourse practices, and socio-cultural practices. The results show that mobile games provide an experience of *jouissance* through a never-ending cycle of expectations, encouraging consumptive behavior and shaping players' digital identities. Moreover, the empirical findings show that addiction to the gacha system contributes significantly to in-app purchase intentions. In conclusion, mobile games are not just entertainment, but also an ideological system within digital capitalism that produces desire and repeated consumption.

Keywords: *digital jouissance, gacha, mobile games, post-structuralist psychoanalysis*

A. PENDAHULUAN

Gaya hidup masyarakat urban semakin memasukkan game mobile sebagai komponen penting dalam evolusi teknologi digital. Sistem gacha dan interaksi parasosial adalah dua mekanisme yang mendasari perilaku dan keinginan konsumen di balik hiburan yang disediakan. Gagasan psikoanalisis Lacanian tentang *jouissance*, yang menyinggung tentang kebahagiaan di luar batas-batas logika dan kenyamanan, dapat digunakan untuk menjelaskan kejadian ini. Game mobile menggunakan taktik desain yang menarik pengguna untuk kembali bermain dan bertransaksi, memberikan kesan kenikmatan daripada untuk memberikannya. Alat utama dalam menciptakan ketergantungan ini adalah mekanisme gacha dan hubungan emosional dengan persona online (Pradhita, 2021).

Gagasan tentang hasrat dalam pendekatan psikoanalisis pascastrukturalis tidak pernah benar-benar berakhir, sistem ini terus menghasilkan dan mendorongnya. Inilah yang disebut oleh Deleuze dan Guattari sebagai mesin hasrat, di mana gim mobile berperan sebagai kendaraan untuk menciptakan hasrat virtual yang terus berubah. Game seperti Mobile Legends menciptakan ruang digital sebagai wadah untuk mereplikasi kepuasan melalui simbol status, rating, dan reward loop. Dengan kata lain, permainan menarik pemain ke dalam siklus harapan dan keputusan selain memberikan kesenangan.

Dalam konteks budaya digital, game mobile tidak hanya menghadirkan hiburan pasif, tetapi membentuk pengalaman emosional yang kompleks. Konsep *jouissance* dari Jacques Lacan menjadi sangat relevan untuk memahami dinamika ini. *Jouissance* adalah kenikmatan melampaui batas kenyamanan, yang sering kali menimbulkan rasa frustrasi namun justru membuat individu terus mengejar pengalaman tersebut. Dalam game mobile, kondisi ini diwujudkan melalui desain adiktif, narasi yang kuat, serta ekspektasi terhadap “hadiah” atau item eksklusif yang sulit diperoleh.

Selain Lacan, pendekatan post-strukturalis dari Deleuze dan Guattari memperluas analisis terhadap game sebagai mesin hasrat. Dalam pandangan ini, game tidak hanya sebagai produk komersial, tetapi juga sebagai alat produksi keinginan yang terus-menerus bergerak tanpa tujuan akhir. *Mobile Legends*, misalnya, mendorong pemain untuk mengejar ranking atau skin karakter sebagai simbol status digital. Proses ini mengonstruksi subjek pemain sebagai bagian dari

mesin kapitalisme afektif yang terus memproduksi dan mengonsumsi kepuasan semu. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengungkap bagaimana game mobile menciptakan ruang produksi makna, pengalaman afektif, dan mekanisme konsumsi. Melalui kerangka psikoanalisis post-strukturalis, studi ini menganalisis bagaimana game mobile beroperasi sebagai ruang ideologis yang membentuk perilaku, identitas, dan relasi sosial pemain dalam ekosistem budaya digital.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana psikoanalisis post-strukturalis. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap bagaimana game mobile tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang produksi makna, hasrat, dan kepuasan semu (*jouissance*) yang dikonstruksi secara ideologis. Sebagaimana dijelaskan oleh Fairclough, analisis wacana kritis memungkinkan peneliti untuk memahami hubungan antara teks, kekuasaan, dan praktik sosial dalam konteks budaya media. Pendekatan ini juga dipengaruhi oleh teori Lacanian yang melihat bagaimana subjektivitas individu dibentuk melalui tatanan simbolik, imajiner, dan nyata, serta dibaca ulang dalam konteks budaya. Secara konseptual, penelitian ini juga menggunakan pandangan Deleuze dan Guattari tentang “mesin hasrat”, di mana game digital dipahami sebagai instrumen kapitalisme yang tidak hanya memproduksi hiburan, tetapi juga menggerakkan keinginan yang tidak pernah tuntas. Pendekatan ini digunakan untuk membongkar bagaimana game-game populer seperti *Genshin Impact* dan *Mobile Legends*: Bang Bang mengonstruksi keterlibatan emosional dan perilaku konsumtif melalui narasi, simbol visual, dan sistem hadiah dalam gameplay.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari berbagai sumber terpercaya, termasuk artikel ilmiah, publikasi akademik, laporan media, ulasan pengguna di forum daring, serta studi sebelumnya mengenai perilaku pemain game mobile. Fokus utama adalah pada elemen-elemen seperti desain karakter, sistem gacha, reward loop, serta narasi yang membentuk pengalaman afektif dan *jouissance* digital. Teknik pengumpulan data dengan mengandalkan sumber-sumber sekunder ini sejalan dengan praktik dalam kajian media kritis yang mengandalkan dokumentasi publik untuk menafsirkan makna dalam produk media.

Analisis dilakukan 3 cakupan utama

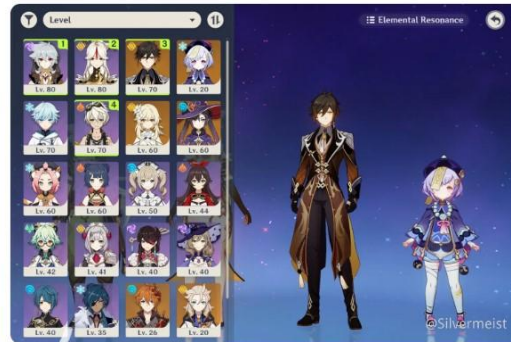
1. Analisis teks, yaitu mengkaji simbolisme, narasi, dan elemen visual/gameplay yang memproduksi makna *jouissance*.
2. Praktik wacana, yakni bagaimana game dikembangkan, dipasarkan, dan diterima dalam konteks sosial tertentu.
3. Praktik sosial-kultural, yaitu bagaimana struktur konsumsi game berhubungan dengan kapitalisme digital, budaya kerja, dan logika neoliberal.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Teks

Pada level teks, game mobile menghadirkan *jouissance* melalui simbol visual, narasi, dan struktur gameplay yang secara sistematis mengatur harapan dan emosi pemain. Dalam *Genshin Impact*, misalnya, sistem *gacha* atau *wish*

digunakan sebagai mekanisme utama dalam merangsang harapan pemain terhadap item atau karakter langka. Probabilitas mendapatkan karakter bintang lima sangat rendah, yakni hanya sekitar 0,6%, namun sistem *pity* memberikan jaminan bahwa pemain akan mendapat karakter langka setelah sejumlah percobaan tertentu.

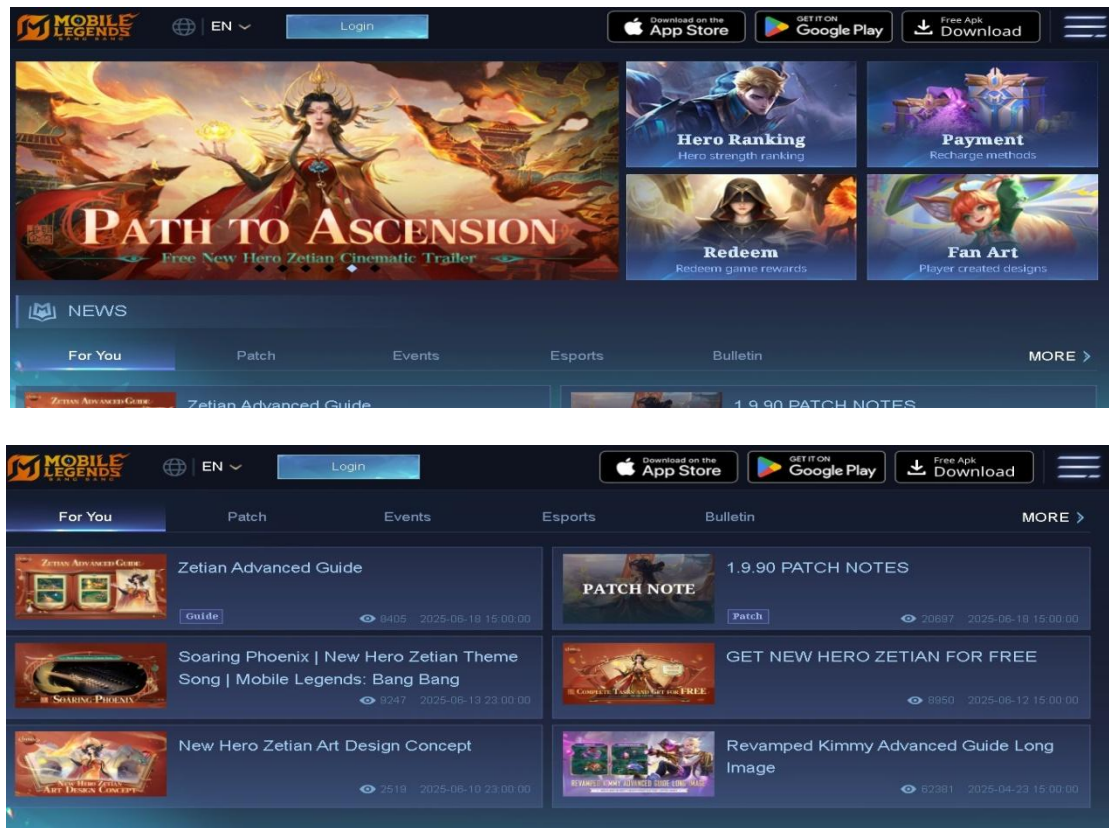


Gambar 1. drop rate dari sistem gacha
Sumber: Web Game Online

Meskipun terlihat adil, sistem ini tetap berbasis keberuntungan, menciptakan ilusi kontrol atas hasil dan memicu siklus emosional antara harapan dan frustrasi. Situasi inilah yang memunculkan pengalaman *jouissance* ala Lacan yaitu “kenikmatan muncul justru karena harapan tidak kunjung terpenuhi”

Selain mekanisme peluang, *Genshin Impact* juga menguatkan ikatan emosional pemain melalui narasi yang mendalam dan desain karakter yang atraktif. Pemain tidak hanya mengejar karakter karena kemampuan bertarungnya, tetapi juga karena keterikatan emosional dan kedekatan simbolis yang dibangun melalui cerita. Hal ini menjadikan game sebagai ruang afektif yang mendorong keterlibatan emosional sekaligus konsumtif. Sementara itu, dalam *Mobile Legends: Bang Bang*, bentuk *jouissance* tampak melalui sistem skin eksklusif yang berfungsi sebagai simbol status sosial digital. Skin tertentu hanya tersedia dalam periode terbatas atau dengan metode undian (*draw*) berbayar. Pemain yang memiliki skin-skin langka dianggap lebih "bergengsi" dalam komunitas, memperkuat aspek simbolik dari kepemilikan digital. Dengan kata lain, game ini tidak hanya menawarkan pengalaman visual, tetapi juga membentuk identitas pemain berdasarkan atribut-atribut virtual yang bisa dikonsumsi.

Melalui elemen-elemen teks ini baik probabilitas gacha, narasi emosional, maupun status melalui skin game mobile bekerja secara simbolik untuk membentuk pengalaman kenikmatan semu yang terus-menerus dikejar, tanpa pernah benar-benar mencapai titik kepuasan final.

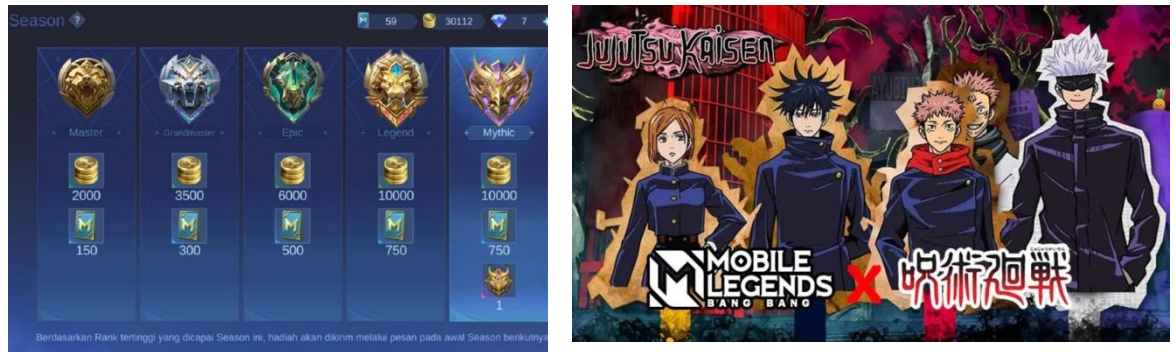


Gambar 2. representasi visual skin eksklusif dan elemen premium
Sumber: Web Game Online

Praktik Wacana

Pada tingkat praktik wacana, game mobile tidak hanya diproduksi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai komoditas yang dipasarkan secara strategis untuk membentuk keterikatan emosional dan pola konsumsi berulang. Salah satu strategi yang dominan digunakan adalah pemasaran berbasis *event* terbatas dan kolaborasi merek lintas industri. Contohnya, *Genshin Impact* pernah bekerja sama dengan KFC di Tiongkok, sementara *Mobile Legends* menjalin kolaborasi dengan berbagai waralaba anime populer. Strategi ini menciptakan urgensi pembelian melalui fenomena *fear of missing out* (FOMO), di mana pemain merasa harus segera berpartisipasi agar tidak kehilangan item eksklusif yang hanya tersedia dalam waktu tertentu.





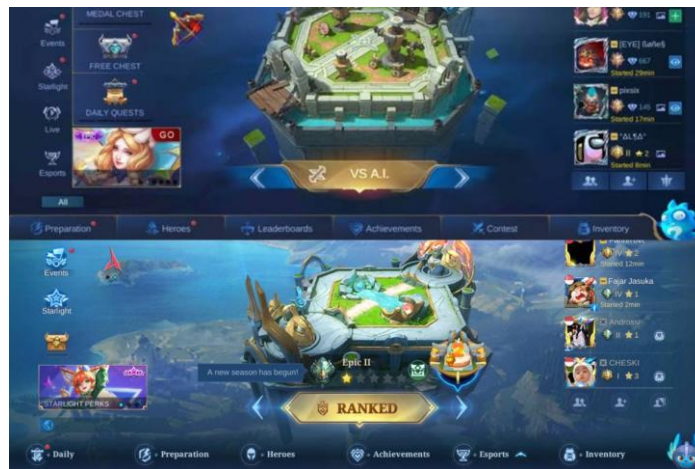
Gambar 3. Beberapa visual yang kolaborasi dengan game mobile
Sumber: Web Game Online

Selain FOMO, game dirancang dengan sistem reward loop, yaitu mekanisme yang secara psikologis memancing pemain untuk terus bermain demi hadiah yang diberikan dalam siklus tertentu. Setiap keterlibatan menghasilkan item, yang secara bertahap meningkatkan keinginan untuk terus aktif. Sistem ini memanfaatkan teori penguatan perilaku, di mana kepuasan tidak datang dari hadiah besar, melainkan dari rangsangan kecil yang berulang



Gambar 6. Fitur Hadiah
Sumber: Web Game Online

Di samping itu, fitur sosial seperti peringkat (*ranking*), kompetisi tim (*squad battle*), dan papan peringkat (*leaderboard*) memberikan tekanan kompetitif yang kuat kepada pemain. Sistem ini mendorong pemain untuk tidak sekadar bermain demi hiburan, tetapi demi mempertahankan status, posisi, dan pengakuan sosial dalam komunitas digital. Akibatnya, banyak pemain merasa perlu terus aktif secara konsisten agar tidak kehilangan prestise atau eksistensi di antara rekan komunitasnya. Praktik ini memperkuat bahwa keterlibatan pemain dalam game bukan hanya hasil dari desain gameplay, tetapi juga dari tekanan sosial dan dinamika pasar yang menyatu dalam struktur permainan



Gambar 7. Fitur peringkat
Sumber: Web Game Online

Praktik sosial-kultural

Pada level sosial-kultural, game mobile tidak dapat dipisahkan dari struktur kapitalisme digital yang membentuk perilaku konsumtif dan identitas digital pemain. Game seperti *Genshin Impact* dan *Mobile Legends* menjadi bagian dari ekosistem budaya yang mendorong konsumsi melalui strategi afektif dan simbolik. Konsep *jouissance* muncul bukan hanya dari gameplay, tetapi dari keinginan untuk menjadi bagian dari komunitas, memperoleh pengakuan sosial, dan mengaktualisasi diri melalui konsumsi digital. Pemain secara simbolis membangun identitas mereka melalui karakter, skin, ranking, dan prestasi dalam game yang semuanya dapat diperoleh melalui pembelian atau partisipasi aktif.

Pada level sosial-kultural, keterlibatan pemain dalam game mobile seperti *Genshin Impact* tidak hanya dibentuk oleh mekanisme permainan, tetapi juga oleh struktur ideologis konsumsi digital yang sistematis. Sistem gacha berperan sebagai mesin produksi hasrat yang memicu perilaku konsumtif melalui ilusi peluang dan tekanan emosional. Pemain tidak hanya bermain untuk kesenangan, tetapi juga terdorong melakukan pembelian demi mendapatkan karakter atau item langka. Fenomena ini mencerminkan *jouissance* dalam arti Lacanian: kenikmatan yang lahir dari kekurangan yang terus dikejar.

Penelitian oleh Cokki, Maupa, Wanstum, dan Sulaiman (2025) menunjukkan bahwa gacha addiction (kecanduan terhadap sistem gacha) memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap in-app purchase intention (niat pembelian dalam aplikasi). Berdasarkan hasil dalam jurnal tersebut, diperoleh koefisien β sebesar 0,461 dengan p-value = 0,000, yang menunjukkan hubungan kuat dan signifikan. Nilai efek ukuran (f^2) sebesar 0,398 juga mengindikasikan bahwa pengaruh tersebut sangat besar. Artinya, semakin tinggi tingkat kecanduan pemain terhadap gacha, semakin tinggi pula intensi mereka untuk melakukan pembelian dalam aplikasi.

	Hypothesis	β	p-value	F
H ₁	Gacha Addiction → Mobile Game Loyalty	0,157	0,004	0,025
H ₂	Gacha Addiction → In-App Purchase Intention	0,461	0,000	0,398
H ₃	Mobile Game Loyalty → In-App Purchase Intention	0,198	0,000	0,072
H ₄	Good Price → In-App Purchase Intention	0,337	0,000	0,204
H ₅	Gacha Addiction → Mobile Game Loyalty → In-App Purchase Intention	0,031	0,018	-

Source: Data processed by the authors (2024).

Hasil ini memperkuat bahwa game tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga ruang produksi konsumsi yang ditopang oleh relasi psikologis dan simbolik. Bahkan dengan adanya mediasi loyalitas terhadap game (Mobile Game Loyalty), pengaruh kecanduan terhadap niat membeli tetap signifikan. Ini menunjukkan bahwa desain game berfungsi sebagai mekanisme untuk membentuk subjek konsumtif dalam ekosistem kapitalisme digital.

Selain itu, kehadiran influencer gaming dan ekosistem e-sports turut memperkuat sistem konsumsi digital ini. Tokoh-tokoh seperti pro player dan streamer populer mempromosikan gaya hidup berbasis game sebagai bentuk aktualisasi diri dan kesuksesan. Hal ini menciptakan standar sosial baru, di mana keterlibatan dalam game bukan lagi sekadar hiburan, tetapi juga simbol kelas dan eksistensi digital. Misalnya, turnamen *Mobile Legends Professional League (MPL)* tidak hanya menampilkan kompetisi, tetapi juga membentuk narasi sukses anak muda berbasis digital.



Gambar 8. Ajang Kompetisi MPL
Sumber: Dokumen peneliti

Oleh karena itu, praktik sosial dalam game mencerminkan bagaimana *jouissance* tidak hanya beroperasi di tingkat individu, tetapi juga dikonstruksi secara kolektif melalui relasi kuasa, simbol sosial, dan mekanisme konsumsi yang terus diperbarui oleh logika kapitalisme afektif.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa game mobile seperti *Genshin Impact* dan *Mobile Legends* tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang produksi makna dan hasrat yang kompleks melalui mekanisme gacha,

narasi emosional, dan elemen visual yang membentuk keterikatan afektif pemain. Melalui pendekatan psikoanalisis post-strukturalis, konsep *jouissance* dipahami sebagai kenikmatan paradoksal yang muncul dari siklus harapan yang tidak terpenuhi, dan justru mendorong konsumsi berulang tanpa jaminan kepuasan nyata.

Pada level teks, simbolisme visual dan sistem hadiah dalam game bekerja untuk membentuk keinginan yang terus-menerus dikejar. Pada tingkat praktik wacana, strategi pemasaran berbasis event terbatas, reward loop, serta tekanan sosial dari fitur kompetisi dan komunitas game menciptakan lingkungan yang mendorong keterlibatan emosional dan pembelian terus-menerus. Sedangkan pada dimensi sosial-kultural, hasil penelitian sebelumnya membuktikan adanya hubungan kuat antara kecanduan gacha dengan niat pembelian dalam aplikasi, yang mengonfirmasi bahwa game mobile membentuk identitas konsumtif pemain dalam kerangka kapitalisme digital.

Oleh karena itu, game mobile telah menjadi mesin hasrat yang tidak hanya memproduksi hiburan, tetapi juga membentuk subjek digital yang terjebak dalam pola konsumsi simbolik dan emosional. *Jouissance* dalam konteks ini menjadi alat ideologis yang menggerakkan ekonomi afektif dalam ekosistem budaya digital kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, R., & Arymami, D. (2022). Hasrat Konsumsi Virtual dalam Permainan Daring Mobile Legends: Perspektif Deleuze dan Guattari. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 8(2), 209-242.
- Andreas, R., & Arymami, D. (2022). Hasrat Konsumsi Virtual dalam Permainan Daring Mobile Legends: Perspektif Deleuze dan Guattari. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 8(2), 209-242.
- Cokki, Maupa, H., Wanstum, & Sulaiman, S. (2025). Gacha addiction and in-app purchases: A study on Genshin Impact players in Indonesia. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 19(1), 20–32
- Han, J. W. (2025). Effects of Mobile Gacha Games on Gambling Behavior and Psychological Health. *arXiv preprint arXiv:2504.00057*..
- Kabelen, M. C. S., & Putri, M. (2022). *Teori Sosiologi Kontemporer*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Pradhipta, A. Y. (2021). Mekanisme ‘gacha’ dan ‘parasocial interaction’ pemain gim seluler. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(1), 215.
- Saraswati, A., & Sartini, N. W. (2017). Wacana perlawanan persebaya 1927 terhadap pssi: analisis wacana kritis norman fairclough (Persebaya 1927’s resistance against pssi: a norman fairclough’s critical discourse analysis study). *Mozaik Humaniora*, 17(2), 181-191.