

Kecanduan *Game Online* terhadap Konsumsi Pembelian *Virtual Goods*

Andien Maylintang, Wahyu Utamidewi, Rastri Kusumaningrum
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Singaperbangsa Karawang
andienmaylintang@gmail.com, wahyu.utamidewi@fisip.unsika.ac.id,
rastri.kusumaningrum@fisip.unsika.ac.id

ABSTRACT

Genshin Impact is an online game that was just released in 2021, and has managed to pocket 46 billion rupiah or equivalent to \$3 million USD in the year it was first released. *Genshin Impact* is a gacha-based game where players can buy virtual goods to fulfill their playing needs. Addiction to online games can trigger players to behave consumptively in order to get what they want. The purpose of this research is to find out how big the impact of online game addiction is on consumptive behavior using followers of the Twitter base account @babufess as *Genshin Impact* players. This study uses a quantitative explanatory survey method with a simple linear regression analysis model. The theory used in this research is Dependency Media Theory. The population in this study amounted to 100 people collecting data using a questionnaire that was distributed using a Likert scale and testing the hypothesis of the coefficient of determination (R^2). Based on the results obtained, it was found that there was a significant influence of the *Genshin Impact* on online game addiction on consumptive behavior.

Keywords: *Game online Addiction, Consumptive Behavior, Dependency Media Theory, Genshin Impact*

ABSTRAK

Game online Genshin Impact yang baru rilis pada tahun 2021 telah berhasil mengantongi 46 miliar rupiah pada tahun rilis pertamanya. *Genshin Impact* adalah *game* yang berbasis undian atau *gacha* di mana pemainnya dapat membeli *virtual goods* atau item dalam *game* untuk memenuhi kebutuhan bermain. Kecanduan *game online* dapat memicu pemainnya untuk berperilaku konsumtif demi mendapatkan apa yang mereka mau. Misi dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan seberapa besar pengaruh kecanduan *game online* terhadap perilaku konsumtif, dengan menggunakan pengikut akun Twitter @babufess sebagai contoh para pemain *Genshin Impact*. Penelitian ini mengadopsi metode survei kuantitatif eksplanatori, dengan menerapkan analisis regresi linear sederhana. Teori yang diadopsi dalam penelitian ini adalah Teori Ketergantungan Media. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang, dan data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar menggunakan skala Likert serta menguji hipotesis koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari kecanduan permainan *online Genshin Impact* terhadap perilaku konsumtif.

Kata Kunci: *Kecanduan Game online, Perilaku Konsumtif, Teori Ketergantungan Media, Genshin Impact*

PENDAHULUAN

Di tangan masyarakat modern, teknologi kini tidak hanya dipakai sebagai alat bantu kerja. Kini teknologi memiliki manfaat lain yakni sebagai sumber hiburan yang sekarang disebut sebagai media baru (*new media*). Dikutip dari (Kusuma Habibie, 2018), *New Media* adalah media yang menawarkan digitalisasi, konvergensi, interaktif, dan pengembangan internet yang dapat membuat dan menyampaikan pesan. Interaktivitas pada *new media* menawarkan pilihan informasi apa yang diinginkan pengguna serta seberapa besar keluaran informasinya.

Game online atau permainan internet merupakan salah satu bentuk produk dari *new media*. Diambil dari (Adams, 2013), *game online* adalah jenis permainan yang memungkinkan banyak orang bermain secara bersamaan, terhubung melalui jaringan internet. Fleksibilitas dalam memainkannya memberikan kebebasan waktu dan tempat, asalkan perangkat yang digunakan terhubung dengan internet. Kebanyakan *game online* memiliki alur cerita yang menjadi fokus utama *game* tersebut. Pemain akan didorong untuk menyelesaikan misi agar dapat naik ke level selanjutnya.

Genshin Impact adalah *game open-world* RPG yang dikembangkan oleh perusahaan asal China, Hoyoverse yang dirilis pada tahun 2020. Genre *open-world* (dunia terbuka) adalah model *game* yang menawarkan fitur penjelajahan dunia virtual di dalam *game* secara bebas. Pemain juga diberi kebebasan untuk memilih jalan untuk pencapaian tujuan (Haryanto & Shinta Sari, 2012). Sedangkan RPG (*Role playing game*) dapat diartikan sebagai permainan di mana pemainnya dapat memainkan karakter dengan peran untuk membuat suatu alur cerita. Genshin Impact ini menawarkan fitur *multiplayer* di mana pemain dapat bermain dengan maksimal empat orang pemain. *Game* ini hanya bisa dimainkan *online* menggunakan jaringan internet. *Game* ini menggunakan sistem undian atau *gacha* dengan mata uang virtual Primogems dan Genesis Crystal yang dapat dibeli langsung dalam *game*. Hal ini menarik banyak pemain yang ingin membagikan hasil *gacha* mereka ke media sosial (Genshin Impact, 2023).

Kecanduan Game Online

Seiring dengan munculnya perkembangan yang pesat dalam dunia *game online*, muncul fenomena baru yang dikenal sebagai kecanduan *game online*. Keberadaan kecanduan *game online* telah diakui oleh World Health Organization (WHO) dalam *International Classification of Diseases (ICD-11)* sebagai gangguan mental. Perilaku ini ditandai dengan hilangnya kendali terhadap permainan dan meningkatnya prioritas yang diberikan pada *game* dibandingkan dengan kegiatan lainnya. Meskipun ada konsekuensi negatif yang muncul, individu yang mengalami kecanduan ini terus melanjutkan perilaku tersebut (World Health Organization, 2022).

Menurut penelitian oleh (Firdaus et al., 2018) Chen & Chang mengungkapkan bahwa kecanduan *game online* memiliki empat aspek yang mencakup: dorongan tak

terkendali (*compulsion*), penarikan diri (*withdrawal*), toleransi (*tolerance*), dan masalah interpersonal dan kesehatan terkait (*interpersonal and health related problem*).

Perilaku Konsumtif

Menurut pandangan Zahrah (2022), perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan manusia untuk terlibat dalam pola konsumsi yang tidak terbatas, seperti membeli barang secara berlebihan atau tanpa perencanaan. Perilaku konsumtif ini umumnya tidak berdasarkan pada kebutuhan nyata, melainkan semata-mata didorong oleh keinginan belaka. Menariknya, kecanduan *game* dapat menjadi pemicu bagi fenomena perilaku konsumtif ini. Kecanduan membuat pengguna rela melakukan apa saja untuk memuaskan keinginannya. Terbukti dengan banyaknya pemain *game* yang rela merogoh kocek jutaan rupiah hanya untuk *game*-nya.

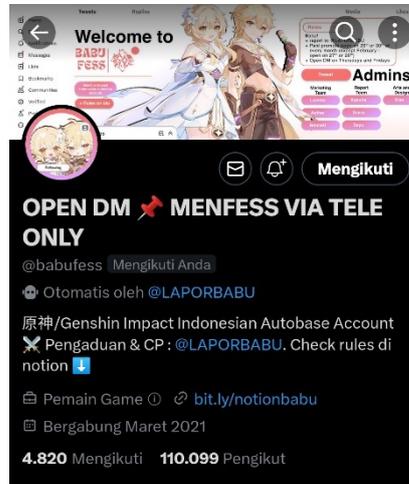
Dengan berbagai paket pembelian yang ditawarkan oleh *game*, tidak jarang akhirnya pemain *game* berani mengeluarkan uang dalam jumlah besar untuk membeli item virtual dalam *game* tersebut. Contohnya, Genshin Impact menawarkan *range* harga 15 ribu rupiah hingga 1,5 juta rupiah dalam satu paket tergantung kebutuhan. Seorang *gamer* di Jawa Tengah mengaku telah mengeluarkan uang jutaan rupiah demi membeli produk virtual dalam *game* dengan kisaran harga 110 ribu rupiah sampai 225 ribu rupiah. Seorang gadis di China menghabiskan total 64 ribu dollar Amerika atau setara dengan 959 juta rupiah, menghabiskan tabungan orang tuanya demi kesenangan pribadinya dalam *game* (Hasanah et al., 2022),

Teori Ketergantungan Media

Pemahaman tentang Teori Ketergantungan Media (*Media Dependency Theory*) melibatkan penelusuran kondisi struktural dalam masyarakat yang berperan dalam mengatur dampak media massa. Teori ini pertama kali dirumuskan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin L. DeFleur. Sandra dan Melvin berargumen bahwa semakin tinggi tingkat kebutuhan masyarakat akan sebuah media, maka akan semakin tinggi pula ketergantungan masyarakat. Semakin besar ketergantungan, maka akan semakin besar pula efek yang disebabkan oleh media tersebut (Bungin, 2014). Teori ini memiliki relevansi yang besar pada zaman sekarang, di mana setiap orang semakin bergantung pada media. Banyak individu yang akhirnya mengembangkan kecenderungan ketergantungan terhadap media. Sebagai contoh, banyak remaja dan anak-anak saat ini sangat tergantung pada media *online* atau *new media*, seperti *game online*.

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pengikut akun Twitter @babufess. Akun Twitter @babufess adalah *autobase* (*auto-fanbase*) bagi para pemain Genshin Impact. *Autobase* adalah akun yang menjadi wadah bagi sebuah komunitas untuk berinteraksi satu sama lain menggunakan identitas anonim dengan topik yang diusung oleh akun tersebut. Dalam kasus ini, akun Twitter @babufess adalah *autobase* khusus bagi pemain Genshin Impact untuk berinteraksi dengan komunitasnya. Sudah

dapat dipastikan pengikut akun Twitter @babufess adalah pengguna *game* Genshin Impact, maka dari itu peneliti mengambil subjek ini.



Gambar 1 Akun Twitter @babufess (diakses pada 13 Juli 2023)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kecanduan *game online* terhadap perilaku konsumtif. Genshin Impact dipilih karena keunikannya sebagai *game* berbasis *open-world RPG* yang berhasil menguasai pasar dengan umur yang terbilang cukup baru. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kajian baru terhadap teori ketergantungan media dan anggapan baru mengenai fenomena kecanduan *game online* serta referensi tambahan bagi penelitian lainnya terkait *game online* Genshin Impact.

Pengembangan Hipotesis

H1 = Ada pengaruh *compulsion* terhadap perilaku konsumtif pembelian produk virtual (*virtual goods*) *game online* Genshin Impact pada pengikut akun Twitter @babufess yang signifikan.

H2 = Ada pengaruh *withdrawal* terhadap perilaku konsumtif pembelian produk virtual (*virtual goods*) *game online* Genshin Impact pada pengikut akun Twitter @babufess yang signifikan.

H3 = Ada pengaruh *tolerance* terhadap perilaku konsumtif pembelian produk virtual (*virtual goods*) *game online* Genshin Impact pada pengikut akun Twitter @babufess yang signifikan.

H4 = Ada pengaruh interpersonal dan *health-related problem* terhadap perilaku konsumtif pembelian produk virtual (*virtual goods*) *game online* Genshin Impact pada pengikut akun Twitter @babufess yang signifikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan metodologi kuantitatif dalam bentuk survei eksplanatori. Survei eksplanatori adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan, pengaruh, atau bahkan kausalitas dengan mengambil sampel dari populasi tertentu dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, Singarimbun, 1963 dalam (Widiarizki, 2021).

Pada penelitian ini, digunakan teknik pengambilan sampel *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah metode pengambilan sampel yang dilakukan secara acak dari populasi tanpa memperhatikan strata yang ada di dalamnya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dari Taro Yamane. Teknik ini digunakan karena populasinya sudah diketahui dengan pasti. Tipe skala pengukuran penelitian ini menggunakan skala Likert dengan 5 score.

Waktu dan Tempat Penelitian

Peneliti melakukan pengumpulan data selama 1 bulan yakni bulan Juli 2023. Penelitian ini dilakukan di media sosial Twitter dengan subjek *followers* akun Twitter @babufess sebagai *autobase* khusus bagi pemain *game* Genshin Impact.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, peneliti akan mengungkapkan data yang berhasil dikumpulkan dan membahas hasil penelitian dari data tersebut. Beberapa hal yang akan dibahas meliputi pengujian normalitas, analisis regresi linear sederhana, pengujian parsial (T), dan pengujian koefisien determinasi (R^2).

Uji Normalitas

Tabel 1 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.14285686
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.051
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data oleh peneliti

Berdasarkan hasil pengujian normalitas, ditemukan bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki distribusi yang normal.

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 2 Uji Regresi Linear Sederhana

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	204.398	1	204.398	44.064	.000 ^b
	Residual	454.592	98	4.639		
	Total	658.990	99			
a. Dependent Variable: <u>Perilaku Konsumtif</u>						
b. Predictors: (Constant), <u>Kecanduan Game Online</u>						

Sumber: Data oleh peneliti

Dengan mengacu pada tabel data yang tertera di atas, ditemukan nilai F hitung sebesar 44.064 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X (*Kecanduan Game Online*) dan variabel Y (*Perilaku Konsumtif*).

Uji Parsial (T)

Tabel 3 Uji Parsial (T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.251	2.208		2.830	.006
	Compulsion	.146	.133	.107	1.100	.274
	Withdrawal	.194	.057	.316	3.387	.001
	Tolerance	.201	.110	.166	1.823	.071

	Interpersonal and Health-Related Problem	.239	.087	.243	2.742	.007
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Sumber: Data oleh peneliti

Dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha=0,05$, menggunakan rumus derajat kebebasan (df) = $n-k-1$, di mana $n = 100$ dan $k = 4$, kita mendapatkan $df = 95$. Mengacu pada tabel t dengan $df=95$, ditemukan nilai t tabel = 1,98525.

Dilihat dari data tabel di atas, variabel X1 (*Compulsion*) memiliki nilai t hitung = 1,100 dan Sig. = 0,274 > 0,05. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak, yang berarti variabel *compulsion* tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Untuk variabel X2 (*Withdrawal*), ditemukan nilai t hitung = 3,387 dan Sig. = 0,001 < 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa variabel *withdrawal* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Pada variabel X3 (*Tolerance*), nilai t hitung = 1,823 dan Sig. = 0,071 > 0,05. Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel *tolerance* tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Terakhir, variabel X4 (*Interpersonal and Health-Related Problem*) memiliki nilai t hitung = 3,387 dan Sig. = 0,001 < 0,05. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima, menunjukkan bahwa variabel interpersonal dan *health-related problem* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.557 ^a	.310	.303	2.154
a. Predictors: (Constant), <u>Kecanduan Game Online</u>				

Sumber: Data oleh peneliti

Dari tabel data yang tertera di atas, ditemukan nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,557 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,310. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel X (*Kecanduan Game Online*) memiliki pengaruh sebesar 31% terhadap variabel Y (Perilaku Konsumtif), sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian penelitian, dapat disimpulkan bahwa pada sub variabel X1 (*Compulsion*), ditemukan nilai t hitung = 1.100 dan Sig. = 0,274 > 0,05. Oleh karena itu, hipotesis nol (Ho) diterima dan hipotesis alternatif (Ha) ditolak, yang berarti variabel *compulsion* tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Pada sub variabel X2 (*Withdrawal*), ditemukan nilai t hitung = 3.387 dan Sig. = 0,001 < 0,05. Dengan demikian, Ho ditolak dan Ha diterima, yang menunjukkan bahwa variabel *withdrawal* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Pada sub variabel X3 (*Tolerance*), ditemukan nilai t hitung = 1.823 dan Sig. = 0,071 > 0,05. Sehingga Ho diterima dan Ha ditolak, yang berarti variabel *tolerance* tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Terakhir, pada sub variabel X4 (*Interpersonal dan Health-Related Problem*) ditemukan nilai t hitung = 3.387 dan Sig. = 0,001 < 0,05. Oleh karena itu, Ho ditolak dan Ha diterima, menunjukkan bahwa variabel *interpersonal dan health-related problem* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Hasil dari penelitian ini mendukung pendapat Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach dalam Teori Ketergantungan Media (*Media Dependency Theory*) yang menyatakan bahwa semakin tinggi kebutuhan terhadap media, semakin besar potensi efek yang dihasilkan oleh media tersebut. Dalam konteks ini, efek yang terjadi akibat kecanduan media *game online* Genshin Impact adalah perilaku konsumtif.

Saran

Perlu adanya kajian lebih dalam mengenai kecanduan *game online* pada perilaku konsumtif. Penelitian ini hanya meneliti efeknya pada pemain Genshin Impact yang mana *game* ini tidak mengharuskan pemainnya untuk melakukan pembelian dalam *game*. Untuk melihat hasil yang lebih signifikan, dapat menggunakan *game* yang fiturnya memang hanya bisa diakses jika pemainnya melakukan pembelian dalam *game*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, E. (2013). *Fundamentals of Game Design* (2nd edition). New Riders Publishing.
- APJII. (2018). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017*.
- Bungin, B. (2014). *Sosiologi Komunikasi* (1st ed.). Kencana.
- Genshin Impact. (2023, February 14). *Genshin Impact*.
- Haryanto, H., & Shinta Sari, W. (2012). *Serious Game* Berbasis Konsep *Open World* Sebagai Sarana Belajar Mandiri dalam Pengenalan Bahasa Mandarin untuk Anak. *Techno.COM*, 11(4), 202–210.

- Hasanah, S., Hidayati, D., & Syakarofath, N. (2022). Kecenderungan *Gaming Disorder* dan Perilaku Konsumtif Pembelian Virtual Goods pada Pemain *Online Game*. *Gadjah Mada Journal of Psychology*, 2.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenadamedia Group.
- Kusuma Habibie, D. (2018). Dwi Fungsi Media Massa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 79-86.
- Omuya, K. (2022, December 15). *Which are The Top 10 Most Popular Online Games Right Now?* Sportsbrief.com.
- Pratnyawan, A. (2022, May 17). *Genshin Impact Jadi Game Mobile Gacha Terlaris Q1 2022, Segini Pendapatannya*. Suara.Com.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Widiarizki, A. D. (2021). *Pengaruh Komunikasi Internal Organisasi terhadap Sikap Pegawai*. Universitas Singaperbangsa Karawang.
- World Health Organization. (2022). *Gaming Disorder*. World Health Organization.
- Zahrah, A. (2022). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif*. Universitas Singaperbangsa Karawang.