

BAB I

PENGANTAR

A. Latar Belakang

Game online mengacu pada suatu sarana permainan dengan menggunakan berbagai alat-alat elektronik yang mampu menggunakan keterlibatan berbagai pengguna internet di tempat berbeda dalam waktu bersamaan (Firdaus et al., 2018). *Game online* dapat diakses melalui berbagai perangkat, yakni komputer, laptop, handphone, dan perangkat lainnya. Terdapat banyak jenis permainan yang dapat dimainkan, dari permainan berbasis teks hingga yang memiliki tampilan grafik yang membentuk tampilan dalam dunia virtual. *Game online* mulai muncul pada tahun 2001 di Indonesia, yakni melalui sebuah permainan sederhana yang bernama Nexian Online buat perusahaan Bolehgame. Sejak saat itu perkembangan *game online* di Indonesia mulai berkembang yang dimulai dengan pengenalan sistem ID atau *username* dan juga password oleh para pemain *game*. Beberapa jenis *game online* yang paling terkenal di Indonesia di mulai pada tahun 2016 antara lain *COC (Clash of Clan)*, *Get Rich*, dan *Mobile Legend* (Firdaus et al., 2018).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2020 melakukan survey dan menghasilkan angka sebesar 16,5% yaitu masyarakat Indonesia telah memilih *game online* sebagai media hiburan (Izza, 2020). Survei oleh *Wearsocial* pada tahun 2022 mengungkapkan bahwa 94,5% pengguna internet di Indonesia adalah pengguna *game online* secara tetap tiap bulan, yang telah menjadikan Indonesia berada pada urutan ke tiga negara dengan jumlah pemain *game online* terbanyak di dunia.. Hasil studi Pokkt, *Decision Lab* dan

Mobile Marketing Association (MMA) pada tahun 2018 menyatakan bahwa pemain *game online* di Indonesia telah mencapai 60 juta (Lokadata, 2018). Dan di tahun 2022, *Decision Lab* melakukan survei yang sama dan menghasilkan angka 52 juta orang telah bermain *game online* secara konsisten (Burhan, 2022).

Ada banyak jenis *game* yang menjadi kesukaan para pemain *game online* di Indonesia, salah satunya adalah *Genshin Impact*. *Game* ini dikembangkan oleh perusahaan asal China, yakni Hoyoverse. *Genshin Impact* rilis pada tahun 2020 yakni pada tanggal 28 September 2020 dan mampu masuk dalam 10 besar *game online* yang paling banyak diunduh di berbagai negara pada tahun pertama dirilis, salah satunya adalah Indonesia. Berdasarkan hasil pendataan yang dilakukan oleh platform SensorTower, *Genshin Impact* berada di peringkat pertama jumlah download terbanyak pada tahun 2020 (Chapple, 2020). Pada hasil pendataan terbaru yang dilakukan oleh AppMagic pada tahun 2022, Indonesia merupakan Negara ke-4 dengan jumlah pemain terbanyak untuk media *smartphone*.

Genshin Impact dengan mudah menarik pemain karena mengusung konsep *open-world* dengan berbagai pertarungan yang seru. *Genshin Impact* memiliki alur cerita mengenai seorang *traveller* yang berpetualang untuk mencari saudaranya yang hilang, dimana pemain akan berperan sebagai *traveller* tersebut. Dalam *Genshin Impact* terdapat dunia bernama Teyvat yang memiliki 7 negara yakni Mondstadt, Liyue, Inazuma, Sumeru, Fontaine, Natlan dan Snezhnaya. Setiap karakter dan negara dalam *Genshin Impact* memiliki latar belakang ceritanya masing-masing yang didasarkan pada observasi mendalam pada lokasi dan tatanan yang ada di dunia nyata. (Febriani Setiawati Prasetya & Lani Anggapuspa, 2022). Selain latar belakang cerita, *challenge* atau tantangan yang terdapat pada *Genshin Impact* dinilai tidak terlalu susah ataupun terlalu mudah,

sehingga pemain tertantang untuk mengasah kemampuan mereka lebih jauh lagi untuk merasakan rasa puas saat berhasil menaklukkan tantangan yang ada. *Genshin Impact* juga memiliki daya tarik design visual serta audio yang memanjakan mata para pemainnya, sehingga pemain secara tidak sadar akan terpaku pada permainan yang sedang dimainkan dan akan kehilangan kesadaran akan waktu bermain (Zahraputeri & Kusdibyo, 2021).

Salah satu nilai tambah pada *Genshin Impact* adalah adanya kemudahan dalam mendapatkan *primogems* atau mata uang dalam *game*. *Genshin Impact* juga menawarkan berbagai konten gratis yang dapat dinikmati pemain secara bebas. Untuk mendapatkan karakter baru, *Genshin Impact* menggunakan sistem *wish* atau *gacha* untuk memperluas jangkauan karakter. *Gacha* memiliki sistem undian untuk mendapatkan item secara acak. Peluang untuk menang dalam *gacha* sangat bervariasi, sehingga tidak ada kepastian valid bahwa pemain langsung mendapatkan karakter atau senjata langka saat melakukan *gacha*. *Gacha* memungkinkan untuk mendapatkan item yang biasa saja atau bahkan karakter langka yang diinginkan (Spicemart dalam Prayogo et al., 2022). Untuk melakukan *gacha*, pemain membutuhkan *Acquaint fate* dan *Interwind Fate* yang didapatkan dari menukarkan *primogems*.

Setiap 21 hari sekali, Hoyoverse akan mengganti karakter atau item yang akan dikeluarkan dalam *game Genshin Impact*. Karakter atau item tersebut dapat berupa keluaran terbaru atau keluaran lama yang dirilis kembali. Dilansir dari platform *AppMagic*, pendapatan Hoyoverse setiap mengganti karakter atau item dimulai dari angka USD 17,5 juta atau setara IDR 258M. Ini merupakan pendapatan dari tanggal 2 Mei 2023 hingga 8 Mei 2023 yang didapat saat Hoyoverse merilis Baizhu sebagai karakter baru dan Ganyu sebagai karakter lama

yang dirilis kembali. Di waktu yang lebih lama, Hoyoverse meraup pendapatan USD 34,6 juta dari karakter Shenhe dan Ayaka. Pendapatan ini belum termasuk dari pembelian untuk mendapatkan item langka seperti *skin* dan senjata.

Gacha memungkinkan untuk adanya penjualan berulang yang berupa *top-up* yang dilakukan oleh pemain untuk mendapatkan karakter atau senjata yang diinginkan, hal ini dikarenakan pemain selalu ingin meningkatkan nilai akun serta pengalaman bermain mereka (Kelly dalam Prayogo et al., 2022). Pemain yang memainkan *Genshin Impact* secara gratis akan memiliki keterbatasan *primogems* untuk melakukan *gacha*. Ditambah lagi adanya pembaharuan karakter serta item langka secara berkala, sehingga adanya keterbatasan waktu untuk para pemain dalam mendapatkan karakter serta item langka yang diinginkan. Para pemain yang ingin terus melakukan *gacha* untuk mendapatkan karakter yang diinginkan dalam waktu terbatas akan melakukan *top-up* atau pembelian di dalam *game* yang melibatkan mata uang asli (Martijin & Khalid, 2023). Para pemain yang menginginkan karakter atau item langka akan melakukan pembelian secara impulsif serta pemborosan tanpa memikirkan kegunaan jangka panjangnya.

Pembelian secara impulsif dan pemborosan merupakan bentuk dari perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif pada dasarnya merupakan sebuah perilaku pemborosan dalam membeli sebuah barang atau jasa yang sebenarnya tidak dibutuhkan tetapi hanya untuk mengikuti arus dari lingkungan atau untuk kepuasan diri semata (Grinder dalam Lina & Rosyid, 1997). Grinder juga mengungkapkan bahwa pada dasarnya konsumtivisme adalah pola hidup yang didorong oleh hasrat dan juga keinginan untuk mencapai kesenangan semata. Dari berbagai tingkat dalam masyarakat, remaja merupakan golongan yang paling banyak terpengaruhi oleh perilaku konsumtif. Hal ini dikarenakan karakter remaja yang cenderung labil

dan susah dalam membuat keputusan yang mendorong munculnya perilaku konsumtif (Mais et al., 2020). Pada masa digital seperti saat ini, ada banyak produk industri yang menjadikan remaja sebagai target pemasaran, seperti *online shopping* yang mengikuti tren remaja, berbagai jasa yang memudahkan para remaja dalam melakukan berbagai hal, dan juga *game online*.

Dampak negatif dari *game online* menurut Ishak & Torro (2016) adalah dapat menyebabkan ketagihan dan kecanduan, tidak dapat mengatur waktu dan menyita waktu produktif. Kelompok masyarakat yang rentan mengalami kecenderungan kecanduan *game online* adalah remaja. Remaja merupakan periode yang diawali dengan usia 10 hingga 12 tahun dan berakhir dengan usia 18 hingga 22 tahun (Santrock, 2011). Menurut Komisi Penyiaran Indonesia, anak-anak lebih suka menghabiskan waktu dengan memainkan smartphone dibandingkan bermain di lapangan terbuka, salah satu kegiatan yang disukai adalah bermain *game online* (Rizkinaswara dalam Rahman et al., 2022). Saat ini, remaja dianggap lebih rentan mengembangkan kecenderungan kecanduan *game online* dibandingkan dengan orang dewasa. Remaja, karena fase transisi mereka, cenderung mudah terombang-ambing oleh rasa ingin tahu mereka yang tinggi terhadap pengalaman baru, serta susah dalam mengendalikan dirinya (Jordan & Andersen, 2016). Berdasarkan survey awal yang telah dilakukan sebelum penelitian, kelompok usia 17-22 tahun merupakan kelompok usia dengan pengguna remaja pemain *Genshin Impact* terbanyak.

Keterlibatan yang tidak terkendali dalam *game online* dapat mengakibatkan berbagai konsekuensi negatif yang terkait dengan kecanduan. Kecenderungan kecanduan *game online* dapat memberikan konsekuensi buruk, salah satunya adalah timbulnya perilaku konsumtif (Aditya, 2021). Bentuk perilaku konsumtif

pada pemain *Genshin Impact* adalah melakukan pembelian di dalam *game* untuk mendapatkan item yang diinginkan. Seseorang yang telah ketagihan akan *game online* akan merasa ingin bermain secara terus menerus dan ingin mendapatkan berbagai item atau karakter langka demi kesenangan semata.

Game online di kalangan remaja dapat menimbulkan efek negatif yang akan timbul dikarenakan telah mengalami kecanduan terhadap permainan tersebut. Perilaku yang paling menonjol di kalangan remaja yang bermain *game online* merupakan pembelian secara impulsif pada item-item yang terdapat dalam permainan tersebut. Dengan membeli item-item tersebut, pemain akan merasa bangga dan merasa keren karena telah mendapatkan karakter atau item langka. Setelah itu pemain akan terus melakukan pembelian tanpa pikir panjang untuk menyenangkan kepuasan semata. Dari paparan tersebut, peneliti tertarik untuk menyelidiki dampak ketergantungan terhadap permainan online pada perilaku konsumtif remaja yang bermain *Genshin Impact* berjudul penelitian **“PENGARUH KECENDERUNGAN KECANDUAN GAME ONLINE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA YANG BERMAIN GAME ONLINE GENSHIN IMPACT”**

B. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan konteks dan analisis permasalahan di atas, maka perumusan permasalahan dalam penelitian yaitu:

1. Adakah pengaruh kecenderungan kecanduan *game online* terhadap perilaku konsumtif remaja yang bermain *Genshin Impact*?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Berkenaan dengan tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui adakah pengaruh kecenderungan kecanduan *game online* terhadap perilaku konsumtif remaja yang bermain *Genshin Impact*.

2. Manfaat Penelitian

- a. **Manfaat teoritis:** secara teoritis penelitian ini akan menambah penelitian mengenai perilaku yang akan diteliti. Khususnya untuk mengetahui bagaimana kecenderungan kecanduan *game online* dapat memengaruhi perilaku konsumtif.
- b. **Manfaat Praktis :**
 - Penelitian ini secara praktis dapat digunakan sebagai ilustrasi tentang bagaimana kecanduan terhadap *game online* dapat memengaruhi perilaku konsumtif.
 - Dapat digunakan sebagai gambaran bagi pemain yang ingin bermain *game online* agar lebih memahami apabila bermain secara berlebihan dapat memberikan dampak buruk.
 - Memberikan kesadaran kepada para pemain *game online* guna terhindar dari kecanduan *game online* yang dapat memengaruhi perilaku konsumtifnya.
 - Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu orang tua untuk memahami tentang konsekuensi apa saja yang akan timbul saat anak mulai kecanduan bermain *game online*.

D. Perbedaan dengan Penelitian Sebelumnya

Penelitian ini merupakan penelitian penting untuk dilakukan dikarenakan terdapat pembaruan terhadap penelitian terdahulu. Penelitian mengenai kecenderungan kecanduan *game online* sudah banyak dilakukan di Indonesia dengan berbagai variabel yang menjadi penghubung serta subjek yang bervariasi. Beberapa penelitian terdahulu mengenai kecenderungan kecanduan *game online* yang akan dijadikan sebagai acuan referensi dalam penelitian yang akan dilaksanakan, yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Rina Yulius, Sekolah Tinggi Teknologi Payakumbuh – Program Studi Teknik Komputer pada tahun 2017, dengan judul “Analisis Perilaku Pengguna Dalam Pembelian *Item Virtual* pada *game online*”. Subjek pada penelitian ini merupakan pemain *game online* secara umum yang telah membeli item virtual. Temuan penelitian menunjukkan bahwa ada banyak faktor penentu perilaku pengguna saat memperoleh komoditas virtual dalam konteks game berbasis internet. Temuan penelitian menunjukkan bahwa ada banyak faktor penentu perilaku pengguna saat memperoleh komoditas virtual dalam konteks game berbasis internet. *Playfulness* dan kepercayaan pengguna *game online* berpengaruh signifikan terhadap minat beli item virtual yang ditawarkan. Pada saat yang sama, kepuasan pengguna, kualitas fungsi, dan utilitas harga tidak berdampak signifikan terhadap niat beli pengguna *game*.

Penelitian yang dilakukan oleh Fauzy Husni Mubarak pada tahun 2021 dengan judul “Hubungan antara Kecenderungan kecanduan *game online* dengan Pembelian Impulsif Perangkat *Game* pada Mahasiswa” menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara kecenderungan kecanduan *game online* dengan pembelian impulsif. Populasi dari penelitian ini merupakan mahasiswa

berusia 18 hingga 24 tahun yang berdomisili di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian memperlihatkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara kecenderungan kecanduan *game online* dengan pembelian impulsif perangkat game ($r = 0.365$, $p < 0.05$, $R^2 = 0.133$). Oleh karena itu, semakin tinggi kecanduan *game online* maka semakin tinggi pembelian impulsif perangkat game. Kontribusi hubungan yang diberikan variabel kecanduan *game online* dengan pembelian impulsif perangkat game adalah 13.322%.

Penelitian yang dilakukan oleh Fraldy Robert Mais, dkk pada tahun 2020 dengan judul “Kecenderungan kecanduan *game online* Dengan Insomnia Pada Remaja”. Penelitian ini dilakukan pada remaja di SMA N 1 Tondano. Desain Penelitian yang digunakan yaitu Deskriptif Analitik dengan pendekatan Cross Sectional Study. *Purposive sampling* dipilih sebagai teknik pengambilan sampel, dan jumlah sampel sebanyak 68 remaja. Hasil Penelitian uji statistik menggunakan uji Spearman pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$, didapatkan nilai $r = 0,003 < \alpha = 0,05$. Sehingga ada hubungan signifikan antara kecanduan *game online* dengan insomnia pada remaja.

Berdasarkan hasil peninjauan penelitian terdahulu yang telah dijabarkan oleh peneliti, terdapat perbedaan. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada subjek remaja akhir dengan rentang usia antara 17 hingga 22 tahun yang bermain *game online Genshin Impact*. Sedangkan penelitian sebelumnya, peneliti hanya berfokus pada subjek yang bermain *game online* secara umum tanpa mempertimbangkan adanya perbedaan yang terdapat pada setiap jenis *game online*. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yang menganalisis pengaruh antar variabel dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*.