



Perilaku Konsumtif Pada Remaja Yang Bermain Genshin Impact Ditinjau Dari Kecenderungan Kecanduan Game Online

Rizky Ratu Suryaning Praing¹, Ritna sandri², Aryudho Widyatno³

^{1,2}Fakultas Psikologi, Universitas Merdeka Malang

³Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Malang

Email: rizkysuryaning@gmail.com¹, ritna.sandri@unmer.ac.id²,
aryudho.widyatno.fpsi@um.ac.id³

ABSTRAK

Kata Kunci:

Kecenderungan Kecanduan
Game Online
Perilaku Konsumtif
Game Online
Genshin Impact

Perilaku konsumtif ialah keinginan seseorang untuk membeli barang atau item dalam *game online* untuk memenuhi keinginannya dalam memiliki berbagai karakter atau senjata langka serta menggunakan aspek-aspek yang terdiri atas pembelian tanpa pertimbangan matang, pemborosan, dan mencari kesenangan. Sedangkan kecenderungan kecanduan *game online* mengacu pada keterlibatan individu secara terus-menerus dalam aktivitas bermain *game online* selama durasi waktu tertentu yang terdiri atas aspek *compulsion*, *withdrawal*, *tolerance*, dan *interpersonal and health-related problems*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kecenderungan kecanduan *game online* terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional dengan teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Subjek dalam penelitian ini adalah 100 pemain *game online Genshin Impact* yang berusia antara 17-22 tahun dan telah melakukan top-up minimal 2 kali dalam 1 bulan. Proses pengambilan data menggunakan instrumen skala kecenderungan kecanduan *game online* dan skala perilaku konsumtif. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana dan data yang akan diujikan telah berdistribusi normal dan linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecenderungan kecanduan *game online* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif sebesar 15,8% dan sisanya sebesar 84,2% dipengaruhi oleh variabel lain. Sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh kecenderungan kecanduan *game online* terhadap perilaku konsumtif pada remaja yang bermain *Genshin Impact* dapat diterima.

ABSTRACT

Keyword:

Online Game Addiction
Tendency
Consumptive Behavior
Online games
Genshin Impact

Consumptive behavior is desire to buy goods or items in online games to fulfill his desire to have various rare characters or weapons and use aspects that consist of buying without careful consideration, wasting, and looking for fun. Tendency of online game addiction refers to the involvement of individuals continuously in playing online game activities for a certain duration consisting of aspects of compulsion, withdrawal, tolerance, and interpersonal and health-related problems. This study aims to determine the effect of online game addiction on consumptive behavior. This study used a correlational quantitative research method with a purposive sampling technique. The subjects in this study were 100 Genshin Impact players aged between 17-22 years and had top-up at least 2 times in 1 month. The data collection process uses an online game addiction tendency scale instrument and a consumptive behavior

scale. The data analysis technique used simple regression analysis and the data to be tested were normally and linearly distributed. The results showed that the tendency of online game addiction has a significant effect on consumptive behavior by 15.8% and the remaining 84.2% is influenced by other variables. So the hypothesis which states that there is an influence of online game addiction tendencies on consumptive behavior in adolescents who play Genshin Impact can be accepted.

PENDAHULUAN

Game online mulai muncul pada tahun 2001 di Indonesia, yakni melalui sebuah permainan sederhana yang bernama *Nexian Online* dari 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*. *Game online* menurut Firdaus et al., (2018) adalah jenis permainan elektronik yang bisa dimainkan melalui berbagai perangkat seperti komputer, *smartphone*, laptop, konsol permainan, dan perangkat serupa yang mendukung mode multiplayer atau dapat dimainkan oleh banyak pemain secara simultan [1]. Lutfiwati (dalam Syaripudin, 2021) menjabarkan *game online* sebagai jenis permainan yang berbasis dalam jaringan yang berbentuk aplikasi permainan maupun berbentuk *browser* atau server tertentu [2].

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2020 melakukan survey. Hasil survey menunjukkan sebesar 16,5% masyarakat Indonesia telah memilih *game online* sebagai media hiburan [3]. 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.

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 [4]. 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. [5]. 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 [6].

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 akan 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) [7]. *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)[7]. 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 [8].

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) [9]. Grinder juga mengungkapkan bahwa pada dasarnya konsumtivisme adalah pola hidup yang didorong oleh hasrat dan juga keinginan untuk mencapai kesenangan semata.

Kelompok masyarakat yang rentan mengalami kecanduan *game online* adalah remaja. Remaja menurut Santrock (2011), merupakan periode perkembangan yang diawali dari usia 10-12 tahun dan diakhiri dengan usia 18-22 tahun [10]. 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) [11]. Saat ini, remaja dipandang lebih mudah terpengaruh terhadap kecanduan *game online* jika 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 [12].

Kecanduan *game online* menurut Syaripudin (2021) ialah kondisi ketika individu terbiasa bermain *game online*, di mana berdurasi bermain yang semakin lama, sambil mengabaikan potensi hasil negatifnya [2]. Kecanduan *game online* menurut Olle & Westcott, 2018 adalah penggunaan masif dari *game* komputer atau di perangkat lainnya. Individu yang telah kecanduan *game online* akan mengalami isolasi sosial, perubahan suasana hati, hanya terpaku pada *game* yang dimainkan dan cenderung mengabaikan kehidupannya sendiri [13]. Menurut Chen & Chang (2008), ada empat aspek kecanduan *game online*, antara lain (a) *compulsion* merupakan perilaku berulang atau tindakan mental yang dirasakan individu terdorong untuk dilakukan sebagai tanggapan atas obsesi atau menurut aturan yang kaku; (b) *withdrawal* merupakan pada respons emosional negatif yang muncul dari penghindaran atau penghentian aktivitas yang tidak menyenangkan bagi seseorang; (c) *tolerance* adalah korelasi antara durasi aktivitas dan disposisi individu untuk menerima keadaan di sekitarnya; dan (d) *interpersonal and health-related problems* adalah keterlibatan yang berkepanjangan dalam aktivitas tertentu dapat menimbulkan komplikasi kesehatan dan tantangan dalam interaksi sosial [14].

Kecanduan *game online* dapat memberikan konsekuensi buruk, salah satunya adalah timbulnya perilaku konsumtif [15]. 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.

Konsumtif secara khusus menunjukkan tentang keinginan seseorang untuk membeli sesuatu yang sebenarnya tidak terlalu diperlukan olehnya, perilaku yang menunjukkan bahwa nilai uang yang telah digunakan lebih penting dibandingkan nilai dari barang atau jasa yang dikonsumsi. Menurut Suyasa, perilaku konsumtif adalah ketika seseorang ingin membeli barang berdasarkan keinginan daripada kebutuhan, dan hal ini dijalankan secara berlebihan yang menyebabkan pembaziran dan pemborosan biaya [16].

Konsep perilaku konsumtif berkaitan dengan penggunaan barang atau jasa tertentu secara berlebihan tanpa adanya kebutuhan yang sesuai. Lina & Rosyid (1997), telah mengidentifikasi berbagai dimensi perilaku konsumtif: (a) pembelian tanpa pertimbangan matang adalah ketika seseorang memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa, mereka

dapat melakukannya hanya karena adanya keinginan yang datang secara tiba-tiba, yang dilakukan tanpa pertimbangan panjang dan tidak memikirkan konsekuensi dari keputusan tersebut; (b) pemborosan adalah kegiatan memboroskan banyak uang tanpa didasari oleh nilai kebutuhan; dan (c) mencari kesenangan merupakan keinginan untuk mendapatkan kesenangan dan perilaku konsumen dapat terpengaruh oleh berbagai faktor, termasuk kepuasan [9].

METODE

Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif korelasional guna mengevaluasi pengaruh antara dua variabel atau lebih. Adapun variabel yang diteliti adalah perilaku konsumtif (Y) dan kecenderungan kecanduan *game online* (X). Populasi pada penelitian ini adalah remaja usia 17-22 tahun yang adalah pemain *game Genshin Impact* dan merupakan pengguna media sosial *Twitter*, dan *Discord*. Lebih spesifiknya, populasi merupakan remaja yang bermain *Genshin Impact* yang belum diketahui jumlah pastinya. Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Lemeshow dengan hasil hitung minimal adalah 96 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

Penelitian ini mempergunakan *purposive sampling* untuk teknik pengambilan sampel yang dipilih. *Purposive sampling* menurut Sugiyono, 2015 merupakan sebuah teknik pengambilan sampel yang berdasarkan pertimbangan dan kriteria khusus [17]. Teknik ini dapat digunakan dengan cara mengirimkan survey online menggunakan media *google-form*

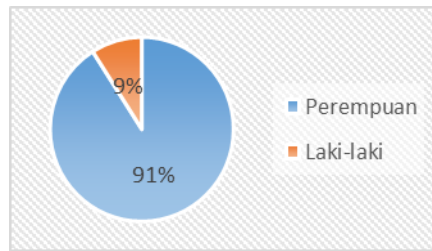
Penelitian ini menggunakan skala psikologi sebagai teknik pengumpulan data primer yang terdapat aitem *favorable* dan aitem *unfavorable*. Terdapat 2 skala yang akan digunakan dalam penelitian ini, yakni skala perilaku konsumtif dan skala kecenderungan kecanduan *game online*. Analisis data menggunakan *pearson product moment* untuk menguji validitas suatu skala, dan uji reliabilitas akan menggunakan formula *alpha cronbach*. Analisis data tersebut akan menggunakan bantuan program uji statistik SPSS versi 27. Uji hipotesis menggunakan uji regresi linear sederhana. Teknik ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kecenderungan kecanduan *game online* dan perilaku konsumtif terhadap remaja yang bermain *game online Genshin Impact*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

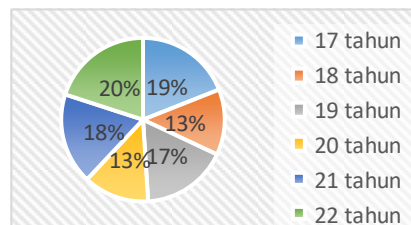
Deskripsi Subjek

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan pemain *game online Genshin Impact* berjumlah 100 responden, diantaranya 91 responden berjenis kelamin perempuan, dan 9 responden adalah laki-laki. Adapun grafiknya dapat dilihat pada grafik 1.



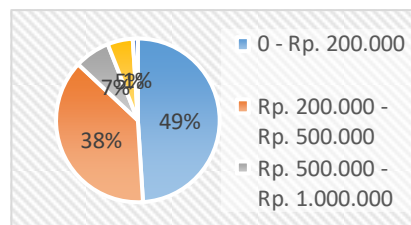
Grafik 1. Deskripsi subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin

Hasil perhitungan kategori kriteria berdasarkan usia subjek pada penelitian ini adalah sebanyak 19 subjek berusia 17 tahun dengan persentase sebesar 19%, 13 subjek berusia 18 tahun dengan persentase sebesar 13%, 17 subjek berusia 19 tahun dengan persentase sebesar 17%, 13 subjek berusia 20 tahun dengan persentase sebesar 13%, 18 subjek berusia 21 tahun dengan persentase sebesar 18%, dan 20 subjek berusia 22 tahun. Adapun grafiknya dapat dilihat pada grafik 2.



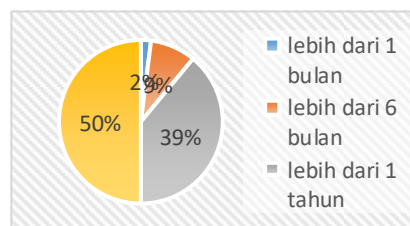
Grafik 2. Deskripsi subjek penelitian berdasarkan usia

Hasil perhitungan pada kategori berdasarkan nominal yang telah dikeluarkan dalam *game online* menunjukkan bahwa mayoritas responden sebanyak 49 subjek telah melakukan pembelian maksimal Rp.200.000 dalam satu bulan dan 38 subjek telah melakukan pembelian maksimal Rp.500.000 dalam satu bulan. Selain itu, terdapat 7 subjek yang telah melakukan pembelian dengan jumlah maksimal sebesar Rp. 1.000.000, 5 subjek dengan jumlah di atas Rp.1.000.000, dan 1 subjek dengan jumlah di atas Rp. 5.000.000 dalam waktu 1 bulan.



Grafik 3. Deskripsi data berdasarkan nominal yang dikeluarkan untuk *top-up*.

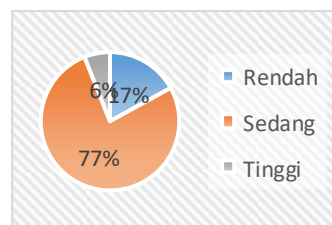
Hasil perhitungan pada kategori berdasarkan berapa lama responden telah menjadi pemain aktif *Genshin Impact* menunjukkan bahwa sebanyak 50 subjek telah bermain *Genshin Impact* selama lebih dari 2 tahun, 39 subjek telah bermain selama lebih dari 1 tahun, 9 subjek telah bermain lebih dari 6 bulan, dan 2 subjek merupakan pemain yang baru bermain selama lebih dari 1 bulan.



Grafik 4. Deskripsi data berdasarkan berapa lama bermain *Genshin Impact*.

Deskripsi Data

Setelah uji coba dilaksanakan pada skala kecenderungan kecanduan *game online*, didapatkan 28 aitem valid dengan rentang skor jawaban 1-4. Sehingga nilai minimum hipotetik terbilang sebesar 28, dan nilai maksimum hipotetik sebesar 112. Mean hipotetik sebesar 70, dan standar deviasi sebesar 14.

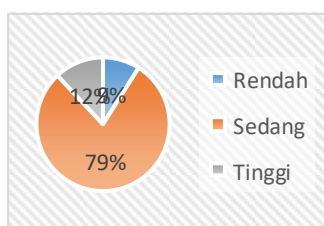


Grafik 5. Kategorisasi Variabel Kecenderungan Kecanduan *Game Online*

Hasil pengkategorian dari perhitungan yang telah dilakukan pada skala kecenderungan kecanduan *game online* diketahui jumlah responden dengan kategori rendah berjumlah 17 responden dengan persentase 17%, kategori sedang berjumlah 77 responden dengan persentase 77%, dan kategori tinggi berjumlah 6 responden dengan persentase 6%. Seseorang dapat dikatakan mengalami tingkat kecanduan *game online* kecanduan tingkat sedang terjadi ketika seorang pemain menjadi sangat antusias ketika ditanya tentang *game online* yang dimainkannya, mengalami kesulitan untuk berkonsentrasi, dan menjadi sangat mengantuk dan emosional. (Sianturi dalam Pratama et al., 2020) [18].

Setelah uji coba dilakukan pada skala perilaku konsumtif, didapatkan 33 aitem valid dengan rentang skor jawaban 1-4. Sehingga nilai minimum hipotetik terbilang sebesar 33, dan

nilai maksimum hipotetik sebesar 132. Mean hipotetik sebesar 82,5, dan standar deviasi sebesar 16,5.



Grafik 6. Kategorisasi Variabel Perilaku Konsumtif.

Hasil pengkategorian dari perhitungan yang telah dilakukan pada skala perilaku konsumtif diketahui jumlah responden dengan kategori rendah berjumlah 9 responden dengan persentase 9%, kategori sedang berjumlah 79 responden dengan persentase 79%, dan kategori tinggi berjumlah 12 responden dengan persentase 12%. Tingkat tinggi sedang dan rendah pada perilaku konsumtif menunjukkan seberapa besar keparahan partisipan dalam perilaku konsumtifnya. Semakin tinggi tingkatnya, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh partisipan. Perilaku konsumtif dengan tingkat sedang menunjukkan bahwa pemain *game online* masih membeli atau melakukan top-up tetapi tidak berlebihan hingga menimbulkan pemborosan [19].

Uji Asumsi Klasik

Uji Linearitas

Uji ini bertujuan guna memenuhi prasyarat analisis regresi yang mensyaratkan terbentuknya asosiasi fungsional. Ada hubungan linear yang signifikan antara kecenderungan untuk bermain *game online* dan perilaku konsumtif, seperti yang ditunjukkan oleh hasil perhitungan pada tabel 1, nilai signifikansi adalah 0,455 di atas 0,05

Tabel 1. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Deviation from Linearity	Linearity (Sig. p<0,05)
Kecenderungan Kecanduan <i>Game online</i>	0,455	0.000
Perilaku Konsumtif		

Uji Normalitas

Uji normalitas dipergunakan demi mengevaluasi apakah data yang diperoleh mempunyai distribusi normal. Berlandaskan dasar pengambilan keputusan Kolmogorov Smirnov, nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan bahwa nilai residual memiliki distribusi

normal, sedangkan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa nilai residual tidak memiliki distribusi normal.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov

Variabel	Sig/p	Keterangan
Kecenderungan Kecanduan <i>Game online</i>	0,200	Sig > 0,05
Perilaku Konsumtif		

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 2, diketahui bahwa nilai signifikansi 0,200 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk melakukan uji hipotesis yang menyatakan bahwasanya terdapat dampak kecanduan *game online* atas perilaku konsumtif pada remaja yang bermain *Genshin Impact*. Dengan bantuan program SPSS versi 27, didapatkan rangkuman hasil analisis regresi linear sederhana yang terdapat pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model		B	t	Sig.
1	Konstanta	48,977	6,484	< 0,001
	Kecenderungan kecanduan <i>game online</i>	0,487	4,289	< 0,001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Hasil analisis regresi linear sederhana seperti pada tabel di atas dapat ditulis sebagai persamaan regresi, yaitu:

$$Y = 48,977 + 0,487x$$

Nilai konstanta sebesar 48,977 hal ini berarti bahwasanya perilaku konsumtif pada remaja yang bermain *Genshin Impact* akan sebesar 48,977 jika tingkat kecenderungan kecanduan *game online* sama dengan nol. Hal ini bisa diterangkan bahwasanya variabel kecenderungan kecanduan *game online* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, hal ini dilihat dari hasil koefisien regresi yang sebesar 0,487 menunjukkan apabila kecenderungan kecanduan *game online* meningkat sebesar 1 persen, maka perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 0,487. Nilai signifikan (sig. t) sebesar 0,001 jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan 0,05, sehingga pengaruh kecenderungan kecanduan *game online* terhadap perilaku konsumtif adalah signifikan.

Dengan nilai konstanta 48,977, perilaku konsumtif remaja yang bermain *Genshin Impact* akan sebesar 48,977 jika tidak ada kecenderungan kecanduan *game online*. Ini

memperlihatkan bahwasanya variabel kecenderungan kecanduan *game online* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, seperti yang ditunjukkan oleh hasil koefisien regresi sebesar 0,487, yang memperlihatkan bahwasanya perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 0,487 jika kecenderungan kecanduan *game online* meningkat sebesar 1%. Nilai signifikan (sig. t) sebesar 0,001 jauh lebih rendah daripada 0,05, yang menunjukkan bahwa pengaruh kecenderungan kecanduan *game online* terhadap perilaku konsumtif ialah signifikan. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS, nilai t_{hitung} sebesar 6,484, sedangkan sig t sebesar 0,001. Sehingga dapat diasumsikan $sig\ t < 5\%$ ($0,001 < 0,05$) yang berarti ada pengaruh signifikan variable kecenderungan kecanduan *game online* terhadap perilaku konsumtif. Hasil ini memperlihatkan bahwasanya semakin tinggi kecenderungan kecanduan *game online*, maka perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh remaja yang bermain *Genshin Impact* akan semakin tinggi, begitu pula sebaliknya.

Koefisien Determinasi

Guna melihat seberapa besar pengaruh kecenderungan kecanduan *game online* terhadap perilaku konsumtif, dilaksanakan perhitungan statistik menggunakan koefisien determinasi.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,398	0,158	0,149	12,339

Koefisien determinasi R^2 sebesar 0,158 yang artinya variabel terikat perilaku konsumtif terpengaruh oleh variabel bebas kecenderungan kecanduan *game online* sebesar 15,8%. Sehingga, hipotesis yang mengemukakan “terdapat pengaruh kecenderungan kecanduan *game online* terhadap perilaku konsumtif pada remaja yang bermain *Genshin Impact*” dapat diterima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian diketahui bahwa kecenderungan kecanduan *game online* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hasil analisis data menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan kecanduan *game online*, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif. Hasil analisis data mempergunakan analisis regresi linear sederhana memperlihatkan bahwasanya kecenderungan kecanduan *game online* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada remaja yang bermain *game online Genshin Impact*. Hal ini diperoleh dari nilai R-square sebesar 0,158 yang berarti perilaku konsumtif terpengaruh oleh variabel kecenderungan kecanduan *game online* sebesar 15,8%, sedangkan sisanya sebesar 84,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Hal ini sejalan dengan pengkajian yang dilaksanakan oleh Hasanah et al., (2022) bahwasanya adanya gaming disorder berdampak signifikan terhadap perilaku konsumtif terkait perolehan *virtual goods*. Individu dengan kecenderungan yang lebih besar untuk mengalami gaming disorder lebih cenderung terlibat dalam perilaku konsumtif terhadap *virtual goods*. Sebaliknya, mereka yang menunjukkan perilaku konsumtif terhadap *virtual goods* cenderung memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk mengalami *gaming disorder*. Pada penelitian yang dilakukan oleh Hasanah et al., (2022), menghasilkan R-square sebesar 0,134. Artinya pengaruh *gaming disorder* terhadap perilaku konsumtif sebesar 13,4% dan sisanya 86,6% dipengaruhi oleh faktor lain [19].

Terkait dengan faktor-faktor lain yang bisa mempengaruhi perilaku konsumtif para pemain *game online* dapat dilihat dalam penelitian yang dilaksanakan oleh Prayogo et al., (2022) yang menyatakan bahwasanya terdapat 13 faktor yang mendukung para pemain *game online* untuk melakukan pembelian *gacha* yaitu hadiah yang didapatkan, kebutuhan pokok di luar game telah terpenuhi, tersedianya dana untuk melakukan pembelian, harga, keuntungan yang didapatkan, kebutuhan di game, self reward, kesempatan dalam mendapatkan hadiah yang lebih besar, harga yang sepadan dengan hadiah, hadiah limited edition / hanya dijual di waktu tertentu, dapat dijual kembali, memenuhi kesenangan dan untuk menguji keuntungan [7].

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa perilaku konsumtif subjek dominan berada pada kategori sedang. Setelah dilakukan perhitungan terhadap frekuensi dan persentase pada masing-masing kategori yaitu kategori rendah diperoleh 9 subjek, kategori sedang diperoleh 79 subjek, dan kategori tinggi diperoleh 12 subjek. Perihal tersebut memperlihatkan bahwasanya subjek mempunyai perilaku konsumtif yang masuk kategori sedang. Perilaku konsumtif dengan tingkat sedang menunjukkan bahwa pemain *game online* masih membeli atau melakukan *top-up* tetapi tidak berlebihan hingga menimbulkan pemborosan (Hasanah et al, 2022). Hal ini selaras dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Hasanah et al. (2022), bahwasanya kategorisasi perilaku konsumtif dari pemain *game online* didominasi oleh kategori sedang yakni sebesar 62% atau sebesar 124 responden [19].

Hasil perhitungan memperlihatkan bahwasanya kecenderungan kecanduan *game online* subjek berada pada kategori sedang, dan dari perhitungan pada skala kecenderungan kecanduan *game online* diketahui frekuensi masing-masing kategori yaitu kategori rendah diperoleh 17 subjek, kategori sedang diperoleh 77 subjek, dan kategori tinggi diperoleh 6 subjek. Perihal tersebut memperlihatkan bahwasanya subjek penelitian mempunyai tingkat kecanduan *game online* dalam kategori sedang yang menunjukkan pemain akan merasa antusias apabila ditanya mengenai *game online* yang dimainkannya dan sulit berkonsentrasi hingga mudah mengantuk dan mudah emosional (Sianturi dalam Pratama et al., 2020) [18]. Hasil penelitian selaras dengan

hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Mubarak (2021), yakni sebanyak 10 subjek (10%) mempunyai skor kecanduan *game online* > 27 atau tinggi; sebanyak 75 orang (75%) mempunyai skor di rentang 17-27 atau sedang, dan 15 orang (15%) mempunyai skor di bawah 17 atau rendah [20].

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain: (1) jumlah responden yang hanya berjumlah 100 responden, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya; dan (2) objek penelitian dalam proses pengambilan data hanya berfokus pada social media *Discord* dan *Twitter* yang mana hanya dua dari banyak social media yang juga terdapat komunitas pemain *Genshin Impact*.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data serta pembahasan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kecenderungan kecanduan *game online* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada remaja yang bermain *game online Genshin Impact*. Sumbangan efektif kecenderungan kecanduan *game online* sebesar 15,8% terhadap perilaku konsumtif pada remaja yang bermain *game online Genshin Impact*.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Y. Firdaus, Y. Pebrianti, and T. Andriyani, "Pengaruh Kecanduan Game Online Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Pengguna Game Online," *J. Ris. Terap. Akunt.*, vol. 2, no. 2, pp. 169–181, 2018.
- [2] A. Syaripudin, "Pola Kecanduan Game Online Mobile Legend pada Perilaku Konsumtif," *Pancasakti Tegal*, 2021.
- [3] J. Izza, "Siaran Pers: Pengguna Internet Indonesia Hampir Tembus 200 Juta di 2019- Q2 2020," *Buletin APJII*, 2020. <https://blog.apjii.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-pengguna-internet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/> (accessed Jun. 17, 2023).
- [4] C. Chapple, "Top Mobile Games Worldwide For September 2020 by Downloads," *Sensor Tower*, 2020. <https://sensortower.com/blog/top-mobile-games-worldwide-september-2020-by-downloads> (accessed Jun. 06, 2023).
- [5] X. Febriani Setiawati Prasetya and M. Lani Anggapuspa, "Analisis Visual Desain Karakter Xiao Dalam Game Genshin Impact," *J. Barik*, vol. 4, no. 2, pp. 185–198, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- [6] A. Zahraputeri and L. Kusdibyoy, "Analisis Persepsi Pemain Terhadap Game Cross-Platform : Studi Kasus Permainan Genshin Impact," *Pros. 12th Ind. Res. Work. Natl.*

- Semin.*, pp. 1273–1278, 2021.
- [7] D. Prayogo, D. Priharsari, and A. R. Perdanakusuma, “Eksplorasi Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Gacha pada Game Online,” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 6, no. 7, pp. 3189–3198, 2022.
- [8] L. Martijin and A. Khalid, “What aspect of Genshin Impact Makes Players Spend Money ?,” UPPSALA Universitas, 2023.
- [9] L. Lina and H. F. Rosyid, “Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control Pada Remaja Putri,” *Psikologika J. Pemikir. dan Penelit. Psikol.*, vol. 2, no. 4, pp. 5–13, 1997, doi: 10.20885/psikologika.vol2.iss4.art1.
- [10] J. W. Santrock, *Span Development: Perkembangan Masa Hidup Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2011.
- [11] P. R. U. Rahman, W. L. Riza, and R. Gunawan, “Parent dan Peer Attachment Sebagai Prediktor Dari Kecenderungan Internet Addiction Pada Remaja Pengguna Smartphone,” *Psychophedia J. Psikol. Univ. Buana Perjuangan Karawang*, vol. 7, no. 1, pp. 67–79, 2022.
- [12] C. J. Jordan and S. L. Andersen, “Sensitive Periods of Substance Abuse: Early Risk for The Transition to Dependence,” *Dev. Cogn. Neurosci.*, vol. 25, no. 10, 2016, doi: 10.1016/j.dcn.2016.10.004.
- [13] D. A. Olle and J. R. Westcott, *Video Game Addiction*. London, United Kingdom: Mercury Learning and Information, 2018.
- [14] C. Y. Chen and S. L. Chang, “An Exploration of The Tendency to Online Game Addiction Due to User’s Liking of Design,” *Asian J. Heal. Inf. Sci.*, vol. 3, no. 1, pp. 79–96, 2008.
- [15] N. Aditya, “Perilaku Konsumtif Pada Remaja Yang Bermain Game Online,” *Fak. Psikol. Univ. Muhammadiyah Surakarta*, 2021, [Online]. Available: <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/91233>
- [16] E. Lestarina, H. Karimah, N. Febrianti, R. Ranny, and D. Herlina, “Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja,” *JRTI (Jurnal Ris. Tindakan Indones.)*, vol. 2, no. 2, pp. 1–6, 2017, doi: 10.29210/3003210000.
- [17] Sugiyono, *Metode Penelitian. Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2015.
- [18] R. A. Pratama, E. Widiarti, and H. Hendrawati, “Tingkat Kecanduan Game Online pada Mahasiswa Fakultas Keperawatan,” *J. Nurs. Care*, vol. 3, no. 2, pp. 110–118, 2020, doi: 10.24198/jnc.v3i2.22850.
- [19] S. S. A. Hasanah, D. S. Hidayati, and N. A. Syakarofath, “Kecenderungan Gaming

- Disorder dan Perilaku Konsumtif Pembelian Virtual Goods pada Pemain Online Game,” *Gajah Mada J. Psychol.*, vol. 8, no. 1, p. 1, 2022, doi: 10.22146/gamajop.56824.
- [20] F. H. Mubarak, “Hubungan antara Intensi Kecanduan Game Online dengan Pembelian Impulsif Perangkat Game Pada Mahasiswa,” *Acta Psychol.*, vol. 3, no. 1, pp. 69–80, 2021, doi: 10.21831/ap.v3i1.40025.