



Pengaruh *Game Online* Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Desa Tebel Kabupaten Sidoarjo

The Influence of Online Games on Consumptive Behavior of Teenagers in Tebel Village Sidoarjo Regency

Asita Salsabilla Maharani¹, Wira Fimansyah², Daud³

¹ Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

^{2,3} Program Studi Pendidikan Antropologi, Universitas Negeri Medan, Indonesia

Corresponding Author: asitasalsabilla1706@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *game online* terhadap perilaku pada remaja di Desa Tebel, Kabupaten Sidoarjo. Metode yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* (sampel bertujuan) dan *maximum variation sampling* yang melibatkan enam informan dari dua remaja tingkat ekonomi tinggi, satu remaja tingkat ekonomi menengah dan dua remaja tingkat ekonomi rendah. Temuan menegaskan bahwa pola konsumtif remaja membeli item dalam favoritnya yaitu Mobile Legends Dan Free Fire. Remaja berperilaku konsumtif karena faktor pergaulan, ekonomi dan media informasi. Pembelian item berfungsi untuk mempercantik karakter atau ingin diperhatikan di lingkungan. Mereka mendapatkan uang saku dari orangtuanya, uang saku digunakan untuk membeli *item* melalui top up di Indomaret, Alfamart, Shopee, Dana Atau Gopay. Dengan demikian, pola konsumtif remaja akan menimbulkan dampak boros, ketergantungan dan transaksi menjadi besar di rekening orang tua. Sehingga perlu adanya upaya untuk meminimalisir perilaku konsumtif remaja diantaranya ajakan menabung dari orang tua, selektif membedakan kebutuhan, mengisi waktu luang dengan kegiatan positif, kontrol akun *playstore* remaja dan menggunakan aplikasi *Family Link*.

Kata Kunci: *Online*, Perilaku Konsumtif, Remaja.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of online games on adolescent behavior in Tebel Village, Sidoarjo Regency. The method used is descriptive qualitative with purposive sampling technique and maximum variation sampling involving six informants from two middle to high economic youths, one middle economic youths and two low economic youths. This finding confirms that the pattern of teenage consumers buying items in their favorite s, namely Mobile Legends and Free Fire. Adolescents behave consumptively because of social, economic and informational factors. Purchase of items serves to beautify the character or want to be noticed in the environment. They get pocket money from their parents, pocket money is used to buy items through top up at Indomaret, Alfamart, Shopee, Dana or Gopay. Thus, adolescent consumptive patterns will lead to wasteful, dependent impacts and big transaction in parent's account. So it is necessary to make efforts to minimize adolescent consumptive behavior, including invitations to save from parents, differentiating needs, filling free time with positive activities, controlling youth playstore accounts, and using the Family Link application.

Keyword: *Online, Consumer Behavior, Teenagers.*

PENDAHULUAN

Kebijakan pemerintah yang mengharuskan seseorang beraktivitas di rumah demi mencegah penyebaran dan penularan virus Covid-19, menjadikan internet sebagai bahan penting dari aktivitas masyarakat khususnya remaja hingga menimbulkan kecanduan *online* (INewsYogya.id, 2020). Banyak aktivitas yang dilakukan di rumah membuat remaja kelas 1 SMP-3 SMA memiliki lebih banyak waktu untuk bermain *online*. Rata-rata mereka menghabiskan waktu 3-5 jam dalam sehari.

Game Online adalah yang dapat diakses dengan mudah dan kapan saja melalui *smartphone* dengan melibatkan lebih dari satu pemain. *Game Online* dikenal sebagai permainan yang melibatkan para pemain yang dapat berinteraksi bersama-sama dengan membutuhkan internet untuk mengaksesnya (Sagara & Masykur, 2018). Munculnya *game online* ini memiliki manfaat yang besar yaitu hiburan, penghilang penat, menyalurkan hobi dan mendapatkan teman baru. Indonesia memiliki jumlah pemain terbanyak ketiga di dunia yaitu 94,5% (Azkiya, 2022). Pesatnya pertumbuhan pemain *online* ini tentunya turut andil dalam perubahan perilaku para pemainnya.

Banyak remaja yang memainkan *online* gratis seperti *Mobile Legends: Bang-Bang* dan *Free Fire*. *Mobile Legends: Bang-Bang* dan *Free Fire* merupakan yang menyediakan *item* gratis dan berbayar. Remaja harus melakukan pembelian *itm* untuk eberapa karakter dan *item* yang terkunci. Jika tidak melakukan pembelian *item*, maka *item* yang dimiliki remaja hanya itu-itu saja. Perilaku membeli *item online* sudah menjadi kebiasaan wajib bagi para pemain (Wohn & Na, 2012). Pembelian *item* dilakukan oleh semua pemain dari semua kalangan, namun yang paling mendominasi adalah para remaja, mereka bisa melakukan pembelian *item online* seperti *skin*, senjata dan armor yang harganya bisa

mencapai ratusan ribu (Yulius, 2017). Pembelian *item* ini akan semakin tinggi saat ketika nilai barang tersebut semakin terasa bagi seseorang (Joshi et al., 2015). Remaja dapat mudah mengatakan kata kasar kepada teman satu tim karena ada teman satu timnya tidak memiliki *skin* yang dapat menyebabkan kekalahan. Banyak teman yang mudah terbujuk rayu untuk membeli *item*. Tentunya hal ini akan berdampak pada menjadi boros atau kecanduan pada perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif itu terjadi karena adanya pujian terutama dalam mempengaruhi niat mereka untuk membeli *item*. Keinginan untuk menjadi lebih unggul diantara pemain lainnya, dimana pemain yang ingin memenangkan suatu permainan harus melengkapi karakter *online* dengan berbagai *item*. Mempercantik penampilan karakternya dengan membeli *skin* agar lebih menarik saat bermain dengan pemain lainnya yang menjadi faktor selanjutnya dalam perilaku konsumtif ini.

Terlepas dari meluasnya pembelian *item online* dilakukan para remaja. Sebagai besar penelitian sebelumnya dibidang ini telah meneliti perilaku pengguna, motivasi *rs* untuk bermain, faktor yang mempengaruhi niat untuk bermain *online* (Ducheneaut et al., 2006), (Bostan, 2009), (Hsu & Lu, 2004). Namun para peneliti tersebut belum membahas bagaimana pola konsumtif pengguna pada pembelian *item*. Kemudian, faktor-faktor yang menyebabkan pemain melakukan pembelian *item online*. Peneliti tertarik untuk memilih pengguna pada remaja. Remaja di sekitar sebagai pengguna internet dalam menikmati dan sering melakukan pembelian *item*. Peneliti melakukan penelitian pada remaja di sekitar termasuk kota Sidoarjo khususnya remaja di Desa Tebel, maka penelitian ini ingin mengetahui tentang "Pengaruh Online Pada Perilaku Remaja di Desa Tebel"

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dalam menjelaskan permasalahan yang diteliti pada kondisi yang nyata dengan menyajikan data berupa rangkuman yang mudah dipahami. Maka dalam penelitian ini peneliti akan mendeskripsikan tentang perilaku konsumtif remaja dalam pembelian item . Penelitian ini mengambil objek penelitian *online* Free Fire dan Mobile Legends yang paling banyak dimainkan oleh remaja. Lokasi Penelitian ini terjadi di Desa Tebel, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo. Pengumpulan data dilakukan dengan proses observasi, wawancara dan dokumentasi. Peneliti melakukan observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung tentang aktivitas remaja yang bermain *online* yang melakukan pembelian item. Setelah observasi, peneliti melakukan wawancara yang dilakukan melalui dua alternatif karena penelitian dilakukan waktu pandemi dan mengurangi kerumunan yakni wawancara langsung dan pesan whatsapp. Dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan mengambil gambar berupa foto aktivitas pembelian item dilakukan oleh informan.

Teknik Pengambilan Sampel dipakai yaitu *purposive sampling* (sampel bertujuan) dan *maximum variation sampling*. Teknik *purposive sampling* ini bukan berdasarkan random akan tetapi sampel dipilih karena peneliti memandang informan dapat memberikan data yang diinginkan peneliti. Sedangkan *maximum variation sampling* bahwa teknik yang digunakan memiliki ciri-ciri khusus. Dimana peneliti mengambil informan dengan ciri yang berbeda yaitu berdasarkan tingkat perekonomian para remaja bermain yaitu: Tingkat Ekonomi Tinggi (Merkeka yang diberikan uang saku lebih dari 15.000/hari), Tingkat Ekonomi Rendah (Mereka yang diberikan uang saku yaitu 15.000), Tingkat Ekonomi Rendah (Mereka yang diberikan uang saku dibawah

15.000). Lokasi penelitian ini mengambil lokasi di Sidoarjo tepatnya di Desa Tebel, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Sidoarjo. Teknis analisis data yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung sampai data tuntas melalui proses reduksi data, sajian data, penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku Konsumtif

Pesatnya perkembangan teknologi yang terjadi telah berdampak pada pola perubahan perilaku khususnya dalam hal belanja. Apalagi banyaknya toko *online* yang bermunculan, membuat belanja tinggal menekan tombol di gadget yang bisa dilakukan siapa saja, dimana saja dan kapan saja. Inilah pemicu perilaku konsumtif. Terlebih lagi banyak remaja yang belum bekerja meminta bantuan orang tua untuk membayar uang belanjanya (Rona, 2016). Dengan kemudahan belanja *online*, remaja tergiur dengan penawaran menarik untuk membeli barang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan dengan akal sehat. Perilaku tersebut dikhawatirkan menjadi perilaku konsumtif yang menjadi penyakit perilaku sosial bagi remaja.

Perilaku sosial dikemukakan oleh BF Skinner (Hanum, 2011) bahwa tingkah laku individu dengan lingkungan akan menghasilkan suatu perubahan. Paradigma perilaku sosial inilah yang digunakan peneliti untuk menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkah laku individu khususnya remaja mengenai perilaku pembelian atau pola konsumtif pembelian item pada remaja. Ada dua teori dalam paradigma perilaku sosial yaitu: 1) *behavioral sociology* dan 2) *teori exchange*. Peneliti menggunakan *teori behavioral sociology* atau teori sosiologi dalam memfokuskan hubungan antara tingkah laku individu sebagai aktor dengan akibat disebabkan tingkah laku yang terjadi di lingkungan aktor. Adanya pengungatan sebagai

suatu *reward* atau penghargaan memiliki pengaruh yang besar terhadap perubahan perilaku. Perilaku konsumsi ini akan mengalami pengulangan.

Dalam sosiologi, konsumtif diartikan sebagai perilaku berkaitan dengan masalah selera, identitas, gaya hidup. Perilaku konsumtif ini diartikan bahwa selera manusia dapat berubah dikarenakan tergantung dari kualitas barang yang dan pada persepsi orang lain. Apalagi kebutuhan manusia mengalami perubahan dalam pemenuhan kebutuhan. Awalnya hanya untuk kebutuhan dasar berganti pada kebutuhan sekunder dan tersier. Hal ini terjadi pada para remaja baik putra maupun putri.

Perilaku konsumtif adalah perilaku yang menjalani kehidupan yang mewah dan berlebihan. Penggunaan segala sesuatu yang mahal akan memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi pengguna karena keinginan untuk memenuhi keinginan semata. Perilaku konsumtif ditandai dengan adanya tindakan yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga menjadi berlebihan.

Perilaku konsumtif pada remaja tidak didasarkan pada kebutuhan, tetapi keinginan disebabkan faktor mudah terpengaruh dengan rayuan penjual, mudah terbuju iklan, tidak berpikir hemat, kurang realitis, penampilan produk bagus, menarik perhatian orang lain, menggunakan barang mewah, menjaga status, meniru idola (Eni Lestarina, Hasnah Karimah, 2017), (Laily, 2022). Perilaku ini tidak didasarkan suatu kebutuhan, hanya digunakan untuk menunjang harga diri mereka dalam suatu pergaulan semata tanpa memandang kebutuhan yang sebenarnya.

Setiap remaja mengalami perilaku konsumtif karena ada faktor tertentu yang mendorong setiap individu melakukan hal tersebut. Pemain yang loyal dalam mengeluarkan uangnya berapa pun jumlahnya karena faktor dari lingkungan, status sosial ekonomi orang tua, dan media informasi (Randy, 2016), (Nafidzurramadhan, 2021). Remaja

menggunakan uangnya untuk belanja *online* dalam membeli item bukan karena produk itu nyaman digunakan saat , tetapi karena item mempunyai nilai yang lebih dibanding tidak memiliki item *online*.

Lingkungan pergaulan atau lingkungan bermain merupakan lingkungan kedua setelah keluarga yang mengajarkan individu untuk menjalin ikatan perasaan yang kuat. Individu belajar untuk hidup bersama dan bekerja sama dengan individu lainnya. Sehingga terbentuk norma dan nilai dalam diri individu. Maka tingkah laku, minat bahkan sikap dan pemikiran individu akan dipengaruhi oleh kelompoknya.

Peneliti menemukan hubungan yang kuat antara kelompok bermain dengan pola konsumsi pembelian item pada remaja. Seperti yang terjadi, remaja di Desa Tebel menyatakan bahwa teman bermainnya berpengaruh terhadap keinginan mereka untuk memiliki atau membeli item . Saat melihat item menarik dimiliki temannya, remaja selalu mengikuti item yang dimiliki kelompoknya. Ini karena mereka bermain di luar rumah menggunakan wifi di warung warkop untuk main bareng (mabar) dengan teman-teman mereka. Apalagi mereka merasa bangga mmeiliki item yang sama dengan teman-teman. Seperti pernyataan Siswa kelas 7 SMP yang berinisial BM sebagai berikut, "*Ketika saya bermain di wifi warung sebelah rumah saya. Saya mabar bersama teman saya. Kemudian melihat skin bagus dimiliki atau teman maumembeli skin, skin tersebut membuat saya jadi tertarik beli..*" (1 November 2021).

Secara psikologis, remaja sebagai individu sedang dalam proses pendewasaan, mereka mudah mengikuti keinginannya tanpa ada pertimbangan yang matang. Penelitian ini menemukan bahwa remaja melakukan pembelian item karena rasa suka, gengsi atau ingin diakui orang lain.

Kebutuhan suatu item *online* dapat dipenuhi karena bujukan dari iklan atau *event*

diadakan dengan tawaran harga murah dan keuntungan besar bagi para pemain sebagai faktor berikutnya perilaku konsumtif (Urban, 2015). Kemunculan *event* dalam disesuaikan dengan sasaran pasar yaitu pelajar senang bermain. *Event* ini untuk mendapatkan skin *hero* yang sering diadakan mingguan atau bulanan. Mereka yang sudah terbiasa membeli item ini akan merasa rugi besar sampai menyesal karena tidak memanfaatkan promo tersebut.

Remaja kelas 11 berinisial RA mengaku membeli item saat ada kemunculan event dengan harga yang lebih murah yang diadakan oleh tersebut, “*Saya membeli item , saat ada kemunculan event dalam tersebut. Karena harga banyak promo harga itemnya dan kadang juga bisa lebih murah dari hargaitem asli misal harga item setara 30 diamond yaitu 100 ribu. Bisa lebih murah kalau adaevent jadi harga item yaitu 3 diamond atau harganya 5 ribu*” (1 November 2021). Pemain tertarik melakukan pembelian item karena mengikuti trend, “*Saya biasanya membeli item seminggu bisa sampai 3 kali biasanya mengikuti trend yang ada*” (Remaja Kelas 12 berinisial VI, 1 November 2021).

Hal lain yang menimbulkan perilaku konsumtif pada remaja yakni faktor ekonomi, dimana remaja yang mendapatkan uang saku dari orang tuanya digunakan untuk membeli item *online*. Perilaku konsumtif yang tinggi ini terjadi pada remaja yang belum bekerja. Mereka rela tidak beli jajan selama seminggu agar bisa membeli item yang mahal dari uang saku harian mereka.

Faktor ekonomi ini dikaitkan dengan hubungan pendapatan orangtua dengan uang saku yang diterima remaja. Semakin besar pendapatan orangtua, maka tingkat konsumsi anak menjadi tinggi karena uang saku yang diberikan oleh orangtua nominalnya besar. “*Aku biasanya top up dengan harga 150 ribu. Uang saku diberikan orangtua ku 50 ribu perhari dan ku tabung selama 3 hari agar bisa membeli item*

mobile legend” (VI, 1 November 2021).

Remaja dari keluarga berpenghasilan tinggi bahkan kondisi ekonomi pas-pasan juga mengikuti pembelian item *online*, namun membeli item dengan harga murah sesuai dengan kemampuan uang saku yang dipunyanya. “*Uang saku ku 5 ribu, kadang juga gak sangu. Pembelian item jarang sih. Tapi kalau mau beli item milih harga yang murah, biasanya sekitar beli item seharga 15 ribu. Hasil dari nabung 3 hari kadang nabung seminggu*” (Remaja Kelas 8 berinisial WH, 1 November 2021).

Tabel 1. Alokasi Dana Pembelian Item *Online*

Nama Remaja	Kelas	Jumlah Uang Saku/hari	Alokasi Dana Pembelian Item
DO	7/1 SMP	Rp 15.000	Rp 20.000
RA	11/ 2 SMA	Rp 50.000	Rp 150.000
WH	8/2 SMP	Rp 5.000	Rp 10.000
BM	7/1 SMP	Rp 5.000	Rp 15.000
VI	12/3 SMA	Rp 50.000	Rp 150.000

Variasi *Online* Yang Digandrungi Remaja

Ada beberapa perangkat yang digunakan untuk bermain *online* diantaranya *smartphone*, laptop/desktop, konsol gim, tablet, perangkat gim genggam, *virtual reality*, dan perangkat media *streaming*. paling populer dan sering dimainkan oleh remaja di Desa Tebel yang paling banyak dimainkan yaitu Mobile Legends: Bang-Bang dan Free Fire.

Free Fire adalah yang digarap Dots Studio dan diterbitkan Garena, diliris di Indonesia pada Januari 2018 (Shelly Furqan, 2020). Free Fire adalah peperangan antara membidik dan menembak yang mempertemukan para pemain

didalam satu maps yang luas, dimana setiap pemain saling membunuh dan menjadi orang yang bisa bertahan hidup untuk menjadi pemenang. Free Fire ini banyak dimainkan dan cukup populer di Remaja Desa Tebel. Seiring dengan kepopulerannya, banyak remaja sampai membuat tim untuk bermain bersama bahkan mengikuti kompetisi atau turnamen yang diadakan oleh Free Fire.

Mobile Legends: Bang-Bang atau biasa dikenal dengan sebutan ML merupakan *mobile* yang diliris di Indonesia pada tanggal 11 Juli 2016. ini merupakan kedua yang paling populer di Remaja Desa Tebel. Remaja Desa Tebel biasanya memainkan ini dengan berkumpul bersama timnya di sebuah warung kopi dekat rumah mereka. mobile Legend ini merupakan strategi dan memerlukan kekompakan antar tim. Mobile Legend ini sering mengadakan turnamen ML dan terkadang mereka mengikuti turnamen jika bertepatan dengan libur sekolah.

Free Fire dan Mobile Legends merupakan tidak hanya memberikan dampak positif saja, tetapi juga berdampak negatif jika dimainkan oleh remaja karena di dalam terdapat tantangan dan untuk meningkatkan kemampuan karakter harus membeli skin . Item-item yang dibeli yaitu *Diamond*, Kostum, Senjata, dan *Hero*. *Diamond* digunakan untuk membeli item yang ada di , kostum adalah pakaian yang digunakan oleh karakter untuk membuatnya terlihat menarik, senjata untuk menembak lawan agar permainan tampak seru dan menyenangkan, hero adalah karakter suatu . Rata-rata pemain melakukan pembelian item setiap bertransaksi yaitu 1-3 kali dalam satu bulan. Remaja Desa Tebel banyak menghabiskan uang sekitar Rp. 150.000 untuk pembelian item . Bagi Remaja di Desa Tebel, item di Mobile Legends lebih mahal harganya daripada Free Fire.



Gambar 1. Skin Dibeli Oleh Remaja Desa Tebel

Tabel 2. Pembelian Skin

Nama Remaja	Skin Dibeli
DO	Kostum
RA	Kostum
WH	Diamond dan kostum
BM	Kostum
VI	Hero

Membeli item melalui top up sudah menjadi kebutuhan bagi para remaja yang bermain . Top up bisa dapat meningkatkan stamina karakter dalam dengan melakukan pembayaran menggunakan uang asli. Banyak situs *online shop* menjadi pilihan remaja untuk melakukan top up berbagai jenis seperti Mobile Legends dan Free Fire. Tempat yang digunakan untuk membeli item biasanya yaitu: Shopee, Alfamart/Indomaret, bahkan bisa melalui layanan *e-wallet* misal Gopay, Dana.

Shopee merupakan aplikasi yang digunakan oleh para remaja untuk berbelanja item tanpa harus ribet atau bersusah payah seperti dulu harus ke warnet. Pembelian item di Shopee ini bisa dilakukan secara *online* dan mudah diakses menggunakan *smartphone*. Alfamart dan Indomaret selain untuk tempat berbelanja ternyata bisa digunakan untuk membeli item berupa pembelian *diamond*. Biasanya remaja melakukan pembelian tersebut dengan cara top up artinya menyetor uang secara langsung ke kasir. Karena remaja melakukan top up tanpa perlu memiliki rekening bank, pulsa atau kartu kredit. Jadi bisa dilakukan oleh siapa saja bahkan sangat praktis.

Gopay merupakan salah satu aplikasi lain yang dipilih remaja untuk membeli *diamond* dengan keuntungan yang mudah, tidak perlu repot mengubah isi aplikasi atau isi ulang pulsa. Karena remaja mengatakan bahwa dengan gopay mereka dapat membeli item tanpa keluar dari . Harganya murah dan gratis tanpa biaya admin. Dana merupakan alternatif paling tempat dalam *marketplace* yang menjual kebutuhan . Remaja menggunakan Dana sebagai keperluan item mereka karena aman, nyaman bahkan terpercaya untuk mereka bertransaksi baik tunai maupun non tunai. Bahkan Dana juga ditargetkan untuk para *rs* yaitu *DANA ID s* di dunia *gaming* yang memudahkan para *rs* untuk melakukan top up item dengan mudah

Tabel 3. Tempat Membeli Item

Nama Remaja	Tempat Membeli Item	Pembelian Item
DO	Indomaret dan Shopee	Seminggu dua kali
RA	Indomaret dan Shopee	Tiga- empat kali dalam seminggu
WH	Shopee	Tergantung dari keinginan, kalau kepengen beli ya beli
BM	Indomaret	Seminggu 3 kali
VI	Indomaret, Alfamart, Dana, Shopee	Seminggu satu kali

Dampak Negatif Perilaku Konsumtif.

Perilaku konsumtif dapat menjadikan remaja rela meminjam uang ke orang lain untuk pembelian *item* . Remaja yang menjadi pecandu *online* tidak segan-segan melakukan tindakan

apapun termasuk tindakan kriminal seperti mencuri uang di rumah tetangganya, kotak amal di masjid, handphone milik pejalan kaki dan uang orang tuanya agar bisa memiliki item yang diinginkan (Elia, 2019), (Aditama, 2021). (Putra, 2019). Mereka bahkan rela mentransfer uang lewat pulsa atau dompet digital dengan jumlah yang cukup banyak bagi anak-anak (Zain, 2021). Pembelian *impulsif* ini dilakukan karena ingin menjadi lebih kuat setiap harinya dalam bermain *online* melalui pembelian *item* (Psychologia et al., 2021). Hal buruk yang terjadi akibat membeli item ini adalah seorang remaja dibunuh oleh temannya sendiri karena tidak bisa membayar utang yang dia pinjam untuk membeli *item* (Kompas.com, n.d.).

Banyak sekali dampak dari perilaku konsumtif pembelian *item* yang harus diketahui, apalagi jika perilaku ini dilakukan secara terus menerus. Perilaku konsumtif ini akan mengakibatkan uang yang dimiliki akan dihabiskan untuk membeli barang-barang yang tidak penting, sehingga tidak bisa menyisihkan uang untuk kebutuhan lainnya.

Remaja yang memiliki perilaku konsumtif akan kesulitan untuk melakukan kegiatan menabung (Hartati, 2011). Saat ada kebutuhan mendesak seperti halnya tiba-tiba perlu mengeluarkan uang untuk kebutuhan sekolah, akan tetapi karena uang habis beli *item* , maka kebutuhan sekolah tidak dapat terpenuhi, maka harus mengeluarkan uang lain. Peneliti menemukan bahwa dampak negatif perilaku konsumtif ini dikeluhkan oleh orang tua. Teman bermain berdampak pada perilaku konsumtif, ketika karakter dimiliki salah satu teman dalam akan diperlihatkan kepada teman lain. Temannya menjadi cemburu dan meminta uang kepada orang tuanya untuk membeli *item* .

Terlebih lagi, ketika akun playstore di ponsel remaja tersebut terhubung atau menjadi satu dengan kartu Prabayar orang tuanya. Remaja melakukan transaksi dengan menggunakan kartu

orang tuanya secara diam-diam. Kemudahan membeli item tersebut pada akhir bulan datang tagihan dalam jumlah yang besar bagi orang tua. Padahal orang tua tidak pernah menggunakan transaksi tersebut.

Cara Menanggulangi Perilaku Konsumtif

Mereka yang memiliki perilaku konsumtif ini menghabiskan banyak uang dengan waktu yang berulang-ulang untuk bisa merasakan kepuasan dan kesenangan sementara (Cashbac, 2022). Tentunya jika hal ini dilakukan secara terus menerus akan menyebabkan dampak yang buruk. Karena itu, jika remaja memiliki perilaku konsumtif, penting untuk mengubahnya secara perlahan.

Perilaku konsumtif pembelian *item* pada remaja memerlukan peran dari orang tua untuk memberikan perhatian pada anak-anaknya. Orang tua harus memantau serta memperhatikan perkembangan anaknya sudah sejauh mana mereka melakukan perkembangan pada perubahan positif. Orang tua harus membuat suatu aksi dalam meminimalisasikan perilaku konsumtif dalam diri remaja.

Pertama, orang tua harus mengajarkan anaknya untuk menabung. Menabung ini diajarkan sejak dini dengan membiasakan anak untuk menabung dari sisa uang jajan atau uang saku yang diberikan orang tua. Dengan menabung akan mengajarkan anak arti berjuang mengumpulkan uang sedikit demi sedikit sehingga anak akan berpikir ulang untuk menggunakan uangnya apalagi hal-hal yang tidak penting seperti pembelian *item*.

Kedua, anak harus ditanamkan rasa kemandirian dengan mengembangkan perilaku positif seperti pengembangan potensi pada minat, bakat dan kreativitas agar anak bisa produktif yang akan melakukan kegiatan bermanfaat bagi dirinya.

Ketiga, mengisi waktu luang Anak diajak untuk mengisi waktu luang dengan mengikuti

berbagai kegiatan yang ada di sekolah ataupun luar sekolah seperti mengikuti kegiatan ekstrakurikuler, kegiatan kemasyarakatan, kegiatan dalam mengasah atau pengembangan keterampilan berupa les mendesain, les piano.

Keempat, Anak diajarkan untuk memiliki sifat selektif dalam hal membedakan kebutuhan penting, biasa, mubazir.

Orangtua harus memberikan sebuah peraturan berupa tata tertib pada anak. Jika anak melanggar akan mendapat hukuman, sedangkan bila anak mentaati mendapat hadiah. Hal tersebut akan membuat anak mengurangi perilaku buruk berupa konsumtif pembelian *item*. Orang tua yang sering menasehati anaknya tentang apa yang dikonsumsi dan sangat sering ikut menentukan apa yang dikonsumsi anak merupakan salah satu cara mencegah perilaku konsumtif pada anak (Rahayu, 2013).

Google juga membantu orang tua untuk melindungi remaja dari pembelian item dengan menyediakan aplikasi *Family Link* (Tidar, 2019). Orang tua bisa menambahkan akun anaknya untuk memantau tiap kali ada permintaan pembelian *item* dilakukan oleh remaja, saat pembelian ini memerlukan *verifikasi* dari orang tua untuk menyetujui permintaan ini. Cara menggunakan *Family Link* ini yaitu membuka *google playstore*, mengakses akun, memilih *family*, dilanjut *manage family members* dan memasukkan akun anak dengan alamat *Gmail* yang dimiliki anak.

Orang tua bisa mengubah metode pembayaran di akun *playstore* milik mereka yang dipakai oleh remaja. Langkah-langkah ini digunakan untuk mengatasi pembelian *item* oleh remaja yaitu membuka aplikasi *playstore*, mengusap layar ke kiri dengan menekan tombol menu, pilih *payment* dan *more payment setting*, masukkan alamat *email* dan kata sandi akun, cari metode pembayaran yang akan dihapus, lalu *remove* dua kali untuk mengkonfirmasi (Sukindar, 2019), (Gobel, 2021). Orang tua bisa mewaspadai

tagihan pembayaran besar dilakukan anak.

Remaja juga mengakui bahwa melakukan pembelian *item* mengakibatkan pemborosan uang. Mereka memiliki cara mengurangi pembelian *item game online* seperti membatasi pembelian item walaupun ada penawaran harga murah dan diskon. Jika ada item baru di *event* mingguan atau bulanan dengan promo menarik, maka jangan terburu-buru membeli. Uang harus disediakan untuk kebutuhan penting seperti membeli buku pelajaran dan alat-alat tulis. Jika kebutuhan sekolah telah terpenuhi dan masih ada sisa uang. Sisa uang tersebut ditabung untuk digunakan membeli *item*.

Membeli barang apa yang dibutuhkan, jangan membeli karena mengikuti *trend* atau ingin disebut keren. Pastikan barang yang dibeli benar-benar dibutuhkan (Cermati.com, 2016). Mencatat setiap kebutuhan yang ingin dibeli dengan membedakan mana yang harus dibeli sekarang, mendesak atau bisa dibeli di lain waktu. Hal ini, mereka lakukan agar tidak tergoda dengan kebiasaan pembelian *item*.

Perilaku konsumtif bisa terjadi karena bermain terus kemudian menguptade dan mencari item terbaru. Hal ini dikarenakan ketika mencari tau, maka mudah untuk tergiur dalam membeli *item*. Bagi mereka tidak bisa menahan diri, mereka berusaha hanya sekedar bermain tanpa berusaha tau item-*item* serta penawaran terbaru.

Bermain memang menyenangkan, namun hal tersebut bagi mereka merupakan hal yang berbahaya. Mudahnya mereka mengeluarkan uang untuk kebutuhan yang tidak penting, salah satunya keinginan membeli *item*. Maka, mereka mengurangi bermain dengan mengisi waktu untuk aktivitas pengembangan bakat, berkumpul bersama keluarga, bermain dengan hewan peliharaan dan membantu orang tua.

Tabel 4 . Cara Remaja Mengurangi Pembelian *Item*

Nama Remaja	Mengisi Waktu
DO	Bermain dengan kucing
RA	Melihat anime
WH	Membantu orang tua
BM	Berkumpul bersama orang tua dan Futsal
VI	Mendesain aplikasi atau web

SIMPULAN

Bermain *game online* bisa membuat kecanduan dan berpotensi memiliki perilaku konsumtif. Remaja di Desa Tebel merasa tergiur untuk membeli item di favoritnya seperti Mobile Legends dan Free Fire, lantaran keinginan meniru teman, uang saku yang lebih dan mendapatkan karakter baru bisa membuat remaja memenangkan melalui membeli item dari iklan suatu tersebut. Kemenangan itulah membuat remaja ketagihan membeli *item online*.

Pembelian *item* merupakan persoalan serius yang harus menjadi perhatian orang tua. Sebab remaja yang tak bisa menghentikan kebiasaan pembelian *item* bisa merugikan dirinya sendiri, orang tua dan orang-orang yang ada di sekitarnya, boros, ketergantungan dan transaksi pada kartu pembayaran dimiliki orang tua menjadi besar. Maka untuk meminimalisir perilaku konsumtif ini tidak akan berhasil, jika tidak ada peran individu dan orang tua. Jadi pilihan berhenti membeli *item online* bisa diarahkan ke perilaku seperti menabung, selektif kebutuhan, mengisi waktu luang dengan hal-hal

positif, menggunakan family link untuk mengontrol pembelian remaja.

SARAN

Bagi orang tua perlu pemantauan dan sosialisasi bagi remaja yang memiliki perilaku konsumtif tinggi dan menciptakan perilaku menabung sehingga remaja bisa memiliki perilaku hemat dan lebih terarah dalam memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan, kontrol akun playstore remaja dan menggunakan *Family Link*. Bagi siswa hendaknya membuat prioritas kebutuhan dan mengisi waktunya dengan hal pengembangan diri serta berkumpul bersama keluarga agar bisa meminimalkan perilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, M. (2021). *Dua Remaja Nekat Curi Kotak Amal Masjid Akibat Kecanduan Online!* <https://nextren.grid.id/read/012757217/dua-remaja-nekat-curi-kotak-amal-masjid-akibat-kecanduan--online?page=all> (diakses pada 15 Juni 2022)
- Azkiya, V. (2022). *Jumlah rs Indonesia Terbanyak Ketiga di Dunia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/16/jumlah-rs-indonesia-terbanyak-ketiga-di-dunia> (diakses pada 15 Juni 2022)
- Bostan, B. (2009). Player motivations: A psychological perspective. *Computers in Entertainment*, 7(2). <https://doi.org/10.1145/1541895.1541902>
- Cashbac. (2022). *Pola Hidup Konsumtif, Dampak dan Cara Menghindarinya*. Cashbac. <https://cashbac.com/blog/pola-hidup-konsumtif-dampak-cara-menghindarinya/> (diakses pada 15 Juni 2022)
- Cermati.com. (2016). *8 Cara Mengubah Gaya Hidup Konsumtif*. <https://www.cermati.com/artikel/8-cara-cepat-mengubah-gaya-hidup-konsumtif> (diakses pada 15 Juni 2022)
- Ducheneaut, N., Yee, N., Nickell, E., & Moore, R. J. (2006). "Alone together?" Exploring the social dynamics of massively multiplayer online s. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, 1(March), 407–416.
- Elia, Y. (2019). *4 Dampak Negatif ESPORT Untuk Kaum Muda Di Indonesia*. Hybrid.Co.Id. <https://www.google.com/amp/s/hybrid.co.id/amp/post/dampak-negatif-esports> (diakses pada 15 Juni 2022)
- Eni Lestarina, Hasnah Karimah, N. F. (2017). *Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja*. 2, 1–6.
- Gobel, T. (2021). *Mencegah Pembelian Aplikasi Tak Dikehendaki di Google Play Store*. Cyberthreat.Id. <https://cyberthreat.id/read/10962/Mencegah-Pembelian-Aplikasi-Tak-Dikehendaki-di-Google-Play-Store> (diakses pada 15 Juni 2022)
- Hanum, F. (2011). Konsep, materi dan pembelajaran sosiologi. *Seminar Regional: Pembelajaran Dan Pendidikan Karakter Mapel Sosiologi Ketingan, 27 September 2011, September*, 1–18.
- Hartati, F. S. (2011). MELALUI LAYANAN KONSELING KELOMPOK PADA SISWA KELAS VIII SMP NEGERI 12 SEMARANG TAHUN AJARAN 2010 / 2011.
- Hsu, C. L., & Lu, H. P. (2004). Why do people play on-line s? An extended TAM with social influences and flow experience. *Information and Management*, 41(7), 853–868. <https://doi.org/10.1016/j.im.2003.08.014>
- INewsYogya.id. (2020). *3 Masalah Kesehatan Mental di Tengah Pandemi Covid, Kecanduan Online Masuk Kategori*. <https://yogya.inews.id/berita/3-masalah-kesehatan-mental-di-tengah-pandemi-covid-kecanduan--online-masuk-kategori> (diakses pada 15 Juni 2022)
- Joshi, S., Arindom, R., Dikshit, T., Anish, B., Deep, A. G., & Pallav, P. (2015). Conceptual paper on factors affecting the attitude of senior

- citizens towards purchase of smartphones. *Indian Journal of Science and Technology*, 8(12), 83–89. <https://doi.org/10.17485/ijst/2015/v8i>
- Kompas.com. (n.d.). *Remaja Ini Nekat Habiskan Rp 195 Juta Milik Ibunya Demi Online* Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul “Remaja Ini Nekat Habiskan Rp 195 Juta Milik Ibunya Demi Online.” 2021. Retrieved June 15, 2022, from <https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/05/151000265/remaja-ini-nekat-habiskan-rp-195-juta-milik-ibunya-demi-online?page=all> (diakses pada 15 Juni 2022)
- Laily, I. N. (2022). *Memahami Arti Konsumtif, Indikator, Faktor, dan Dampaknya*. <https://katadata.co.id/safrezi/berita/61ef7e4f41753/memahami-arti-konsumtif-indikator-faktor-dan-dampaknya> (diakses pada 15 Juni 2022)
- Nafidzurramadhan, A. (2021). *Halaman Persetujuan Strategi Koping Stres Pada Mahasiswa Dalam Menghadapi Praktikum Publikasi Ilmiah*.
- Psychologia, A., Mubarak, F. H., Psikologi, J., Pendidikan, F. I., & Yogyakarta, U. N. (2021). *Acta Psychologia*. 3, 69–80.
- Putra, B. (2019). *Demi Beli Item Online, 3 Remaja Nekat Jambret Handphone* Artikel ini telah tayang di *TribunJakarta.com* dengan judul *Demi Beli Item Online, 3 Remaja Nekat Jambret Handphone*. *TribunJakarta.Com*. <https://jakarta.tribunnews.com/2019/08/29/demi-beli-item--online-3-remaja-nekat-jambret-handphone> (diakses pada 15 Juni 2022)
- Rahayu, T. S. (2013). *PENGARUH PERAN ORANG TUA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA KELAS XI DI SMA KESATRIAN 1 SEMARANG*.
- Randy, R. (2016). *Perilaku Pemain Online Terhadap the Behavior of Online r Toward the Purchasing of Item Virtual*. *Skripsi*.
- Rona. (2016). *Fenomena Perilaku Konsumtif, Baik atau Buruk?* *Medcom.Id*. <https://www.medcom.id/rona/keluarga/GNlnErBk-fenomena-perilaku-konsumtif-baik-atau-buruk> (diakses pada 15 Juni 2022)
- Sagara, S., & Masykur, A. M. (2018). *Gambaran Online r. Empati*, 7(2), 418–424.
- Shelly Furqan. (2020). *MODEL KOMUNIKASI MAHASISWA PEMAIN ONLINE FREE FIRE (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas UAD IAIN Bengkulu)*. 16. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/4410/>
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian*.
- Sukindar. (2019). *Cegah Sering Khilaf!! Ini Cara Hapus Metode Pembayaran di Google Play Store*. *Gadgetren*. <https://gadgetren.com/2019/07/02/cara-hapus-metode-pembayaran-di-google-play-store/> (diakses pada 15 Juni 2022)
- Tidar. (2019). *Tagihan Online 11 Juta di Kediri Bisa Dihindari, Begini Caranya*. *Buka Review*. <https://review.bukalapak.com/amp/techno/moderasi-pembelian-iap--android-orangtua-anak-105622> (diakses pada 15 Juni 2022)
- Urban, M. (2015). *JIPSi*. V(2).
- Wohn, D. Y., & Na, E. K. (2012). *Virtual item purchasing patterns in a social : Differences between high and low spenders*. *ACM International Conference Proceeding Series*, 431–432. <https://doi.org/10.1145/2132176.2132237>
- Yulius, R. (2017). *Analisis Perilaku Pengguna dalam Pembelian Item Virtual pada Online*. *Journal of Animation & s Studies*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24821/jags.v3i1.1582>
- Zain, I. (2021). *Perluakah Mmembuat Aturan Ketat Untuk Mencegah Anak Kecanduan Belanja Voucher* *Oline*. <https://www.kompasiana.com/ikromzzzt/60d477b89b65000ac67fab62/aturan-ketat-pembelian-dengan-ktp-untuk-mencegah-anak-kecanduan-berbelanja-voucher--online-berlebihan?page=2> (diakses pada 15 Juni 2022)