



Jurnal Ilmu Komunikasi  
**ULTIMACOMM**

Vol 8, No. 2

ISSN: 2085 - 4609 (Print), e- ISSN 2549-4007

Journal homepage: <http://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM>



## **Analisis Penyebab Terjadinya *Digital Addiction* pada Remaja Ditinjau dari Teori *Media Entertainment***

Mochammad Kresna Noer

To cite this article:

Noer, Mochammad Kresna (2016). Analisis Penyebab Terjadinya Digital Addiction pada Remaja Ditinjau dari Teori Media Entertainment. *Jurnal UltimaComm*, 8(2), 1-24



Submit your article to this journal [↗](#)

Published in Partnership with



Full Terms & Conditions of access and use can be found at  
<http://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM/about>

## Analisis Penyebab Terjadinya *Digital Addiction* pada Remaja Ditinjau dari Teori *Media Entertainment*

Mochammad Kresna Noer

Universitas Multimedia Nusantara

Email: mohammad.kresna@lecturer.umn.ac.id

### ABSTRAK

Salah satu motivasi seseorang dalam mengkonsumsi media hiburan menurut Teori *Media Entertainment* oleh Peter Vorderer adalah untuk *escapism*, atau melarikan diri dari permasalahan dan kepenatan rutinitas sehari-hari. Sebagai contoh, ketika seseorang sedang jenuh maka tidak jarang ditemukan individu tersebut mengalihkan pikiran untuk mengurangi tingkat *stress* dengan bermain *game*, menonton televisi atau mendengarkan musik. Menurut teori tersebut, ekspektasi seseorang dalam mengkonsumsi hiburan adalah untuk mendapatkan pengalaman *enjoyment*. Motivasi *escapism* mengharapkan *enjoyment experiences* tidak hanya terjadi ketika pada saat bermain *video games* namun juga setelah memainkannya. Penelitian ini tidak hanya melihat bagaimana pengaruh motivasi *escapism* dalam mengkonsumsi hiburan namun juga ingin mengetahui bagaimana pengalaman seseorang sesaat setelah mengkonsumsi media hiburan tersebut. Pengujian tersebut didasarkan pada asumsi pengalaman seseorang pada saat mengkonsumsi media berbeda sesaat setelah berhenti mengkonsumsinya salah satunya adalah perasaan menyesal tidak memanfaatkan waktu dengan baik, lelah, semakin jenuh dan lain sebagainya.

*Kata Kunci: media interaktif, adiksi digital, teori komunikasi*

### ABSTRACT

*According to Peter Vorderer's Theory of Media Entertainment, one of people's motivations to consume entertainment media is to escape from daily problems and routines, or known also as escapism. For example, when people are feeling bored, they can distract their mind to reduce the stress level by playing game, watching television, and listening to music. According to the theory, people expect to experience enjoyment when consuming entertainment. Escapism motivation expects enjoyment experience to happen at the time of playing game and afterward. Beside of assessing the influence of escapism motivation*

*in consuming experience, this research aims to reveal people's expectation right after consuming the entertainment media. This study is based on the assumption that people have different feeling when and after consuming the media. After media consumption, people might feeling sorry for not using the time wisely, feeling tired and getting more bored.*

*Keywords: interactive media, digital addiction, communication theory*

## PENDAHULUAN

Salah satu kebutuhan manusia dalam hidup adalah kebutuhan akan hiburan. Menurut Sayre, hiburan bisa didapatkan baik secara langsung seperti menonton konser musik secara *live* maupun melalui media seperti menonton acara di televisi, bermain video game, dan mendengarkan musik melalui radio (Sayre, 2002, p. 2). Apabila berbicara mengenai *entertainment* atau hiburan dalam konteks teori media dan masyarakat, maka tidak boleh dilupakan bahwa *entertainment* merupakan salah satu tugas atau fungsi media dalam masyarakat (McQuail, 2010, p. 99). Selain itu juga perlu diingat kembali sejarahnya bahwa salah satu dari empat fungsi utama dari komunikasi yang disempurnakan oleh Wright (1960) adalah hiburan.

Hal itu menunjukkan mengapa fungsi media sebagai penyedia hiburan menjadi penting untuk diteliti. Salah satu teori dalam Ilmu Komunikasi yang membahas mengenai hiburan melalui media adalah Teori *Media Entertainment*. Pada model *Teori Media Entertainment* yang dikemukakan oleh Peter Vorderer, terdapat salah satu hal yang menjadi motivasi seseorang ketika mengkonsumsi materi hiburan untuk mendapatkan *enjoyment*, yaitu *escapism*. Motivasi *escapism* menjadi penting untuk dibahas karena motivasi ini berlaku baik di media interaktif maupun non interaktif. Selain itu, *escapism* juga merupakan motivasi seseorang untuk mengalihkan pikiran dari kepenatan menjadi lebih positif.

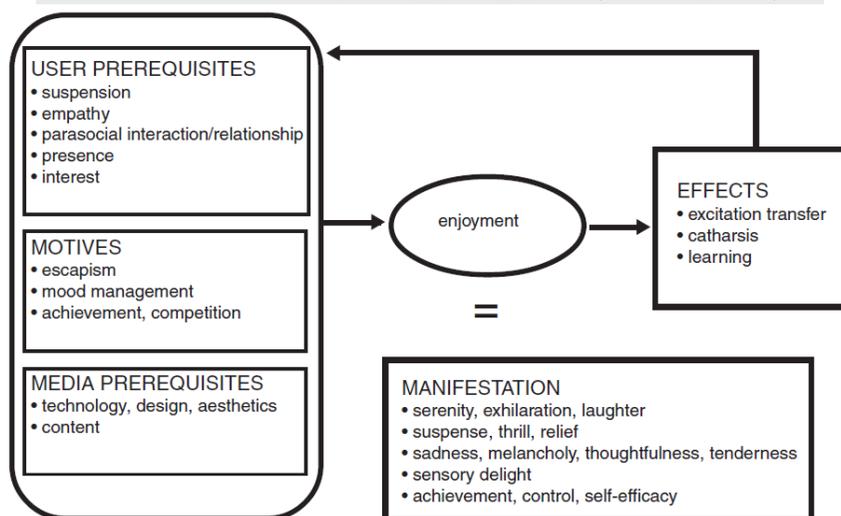
Perkembangan teknologi membawa perubahan, termasuk kemajuan pada teknologi *game digital*. Permainan yang ada pada saat ini dapat dikatakan meningkat dalam hal kekayaan multimedia dan interaktivitas. Goertz (1995) memiliki sistematisasi definisi dan terdapat lima kriteria untuk menentukan tingkat interaktivitas, yaitu derajat selektivitas, sejauh mana konten yang diberikan dapat dimodifikasi oleh pengguna, kuantitas konten yang berbeda yang bisa dipilih dan dimodifikasi, derajat linearitas/ nonlinearitas, dan jumlah indera yang berbeda yang diaktifkan bila menggunakan media. Sesuai dengan Goertz, tingkat/jumlah yang tinggi dari kriteria ini harus sesuai dengan tingkatan yang lebih tinggi dari interaktivitas pada umumnya. Contoh interaktivitas tingkat

5 difasilitasi oleh *video game*. Paling tidak, pengguna dapat memilih tingkat kesulitan, presentasi, dan hasil dari *game* tersebut. Tingkat modifikasi rendah apabila kemungkinan yang ada hanyalah menyimpan atau menghapus sebuah pesan, dan tinggi di saat ada tambahan informasi yang sejalan dengan tujuan dan minat pengguna.

Tingginya derajat interaktivitas tadi menyebabkan *video games* tidak hanya menjadi alat hiburan. Pada beberapa negara seperti Swedia, *game digital* juga digunakan dalam kurikulum pembelajaran terutama pada anak-anak dan remaja. Hal ini berarti sebagian kelompok masyarakat dapat memanfaatkan sisi positif dari *game*, dengan kata lain konotasi tentang *game* mulai mengalami pergeseran. Harus diakui juga, tidak sedikit remaja yang terjebak dalam suatu kegiatan bermain dan pada akhirnya berpotensi terjadi gejala *academic procrastinating* yang mengakibatkan seorang remaja dikeluarkan dari sebuah perguruan tinggi/sekolah karena kecanduan bermain *game*.

Selain itu, teknologi berkembang secara eksponensial, tidak hanya jauh lebih canggih dan cepat, kemampuan multimediana juga meningkat daripada dekade sebelumnya. Harga yang ditawarkan juga semakin relatif murah dan terjangkau. Belum lagi akses perangkat lunak ilegal yang mudah ditemui di pasaran. Akses yang semakin mudah membuka kesempatan yang semakin besar untuk menyalahgunakan kemajuan teknologi. Terlebih lagi transfer data melalui jaringan internet yang cepat, mudah dan murah. Maka dari itu, tidak jarang ditemukan ketika memainkan sebuah *game* semakin banyak individu bisa menghabiskan waktu berjam-jam dan sulit untuk berhenti.

Gambar 1: Model Teori *Media Entertainment* (Vorderer, 2004)



Studi mengenai *escapism* sebagai motivasi seseorang dalam mengonsumsi media hiburan pada umumnya menggunakan bentuk penelitian eksperimen. Namun metode eksperimen memiliki kelemahan hanya bisa menguji satu atau dua buah variabel untuk melahirkan sebuah model. Selain itu juga sengaja diberikan sejumlah *treatment* (perlakuan) sehingga tidak sesuai dengan realitas yang terjadi di lapangan. Pada pembahasan mengenai *escapism* kali ini, peneliti memilih untuk menggunakan metode survei karena lebih memungkinkan peneliti untuk menguji sejumlah variabel dan hubungan di antara variabel yang mempengaruhi *enjoyment experiences* dalam suatu model teoritik. Dengan menggunakan survei, maka peneliti bisa menguji variabel yang mempengaruhi *enjoyment experiences* dan efek dominonya. Efek domino tersebut bisa saja muncul searah atau berlawanan dengan *enjoyment experiences* yang dialami pengonsumsi medianya. Misalnya pada saat mengonsumsi media, individu tersebut merasa *enjoy* dan *relax* namun setelah berhenti lalu melihat penunjuk waktu, individu tersebut lelah disertai rasa menyesal tidak melakukan kegiatan lain yang lebih bermanfaat. Media interaktif yang diuji dalam penelitian ini adalah *digital game* dalam platform apapun dan variabel efek domino dari *enjoyment experiences* adalah *post game experiences* (Poels, 2007).

### Signifikansi sosial & aspek kebaruan penelitian

Berangkat dari fenomena sosial tentunya penelitian ini memberikan sumbangsih bagi kehidupan masyarakat Indonesia secara signifikan. Banyak masyarakat yang tidak menyadari bahwa suatu perilaku komunikasi dapat memberikan dampak psikologis dalam diri seseorang. Salah satunya penggunaan *digital devices* untuk bermain *video game* yang mempunyai dampak pada perubahan perilaku yang merugikan lingkungan seperti 'mengonsumsi' *games* yang menonjolkan unsur-unsur seperti kekerasan dan agresivitas bahkan pornografi. Banyak pakar pendidikan mensinyalir bahwa *games* beraroma kekerasan dan agresi ini adalah pemicu munculnya perilaku-perilaku agresif dan sadistik pada diri remaja.

Selain itu, dalam kehidupan ini tak jarang kita mempunyai persepsi yang berbeda dengan orang lain. Misalnya, bagi sebagian orang, olah raga terjun payung merupakan olah raga yang berbahaya. Namun, bagi orang yang mengetahui dan mendalami olahraga tersebut, bisa jadi bukan sesuatu yang menimbulkan ketakutan tetapi malah terjadi proses *enjoyment* di dalamnya. Dengan kita mengetahui faktor-faktor/ motif yang membuat orang *enjoy* dalam memainkan *game* melalui *digital devices* maka bisa jadi dimanfaatkan untuk hal lain yang lebih positif seperti yang dilakukan oleh Pemerintah Swedia. Selain itu, bisa jadi selama ini remaja lebih suka bermain daripada belajar karena tidak terjadi *enjoyment* di dalamnya, yang salah satu faktornya dikarenakan tidak ada

keseimbangan antara kemampuan yang dimiliki seseorang dengan tantangan yang ada. Tidak seimbang bukan selalu terlalu sulit namun juga bisa terlalu mudah.

Sebagai tambahan saja, penelitian ini juga bisa menjadi pijakan atau titik awal untuk menjelaskan dampak sosial yang baru saja muncul seperti pada permainan "pokemon go". Teknologi GPS dan *augmented reality* menciptakan pengalaman baru bagi para pemainnya. Dampak sosial secara global pun muncul karena keamanan negara baik di tingkat domestik maupun internasional terancam. Pada tingkat domestik contohnya terjadi beberapa kecelakaan akibat permainan. Selain itu, pemainnya masuk dalam objek-objek vital negara yang sebenarnya dilarang bagi warga sipil. Pada tingkat internasional, hal ini memudahkan spionase dan *cyber war*, seperti pada permainan Angry Bird yang populer di 2011.

Tentu saja salah satu tujuan melakukan aktivitas penelitian adalah untuk menemukan *state of the art* atau pembaruan dari perkembangan mutakhir dari suatu riset tertentu. Model Teori *Media Entertainment* yang dibuat oleh Peter Vorderer dan Dolf Zilmann masih lebih dominan membahas media non interaktif seperti musik, buku, film, dll. Sedangkan untuk media interaktif model yang ada kurang komprehensif menggambarkan hubungannya.

Salah satu buktinya adalah pada saat peneliti masih melakukan studi literatur, terlihat bahwa untuk mengalami *enjoyment experiences* syarat dari media hanya teknologi, estetika, desain dan konten padahal dalam video game juga terdapat aspek mekanis seperti perhitungan dalam level dan permainannya supaya *enjoyment experiences* dapat dialami oleh pemain.

Kekurangan berikutnya dari model yang sudah ada adalah pada sisi pengguna. Model tidak mensyaratkan bahwa untuk mengalami *enjoyment experiences*, pengguna media juga harus memiliki pengetahuan dan kemampuan yang cukup untuk menggunakan media.

Berbekal dari temuan di atas, peneliti tidak hanya melengkapi model yang sudah dibuat oleh Vorderer dan Zylmann saja, namun juga akan membuat model baru yang khusus untuk menggambarkan peta *enjoyment* pada media interaktif. Model ini nantinya merupakan kebaruan dari sebuah Teori *Media Entertainment*. Berikutnya, hal yang tidak boleh dilupakan adalah *entertainment* yang merupakan salah satu fungsi komunikasi. Namun, penelitian pada bidang ilmu komunikasi terkait materi hiburan dalam media interaktif belumlah banyak di Indonesia dan masih berkutat di televisi, radio dan koran saja.

Terkait dengan fungsi komunikasi dan fungsi media dalam masyarakat, pembahasan teori ini menjadi sangat penting dan harus disempurnakan segera. Ketika berbicara mengenai *entertainment* dalam konteks teori media dan masyarakat, maka tidak boleh dilupakan bahwa *entertainment* merupakan salah satu tugas atau fungsi media dalam masyarakat. Media menyediakan pengalihan agar pengonsumsinya bisa pergi sejenak dari dunia nyata untuk mendapatkan efek hiburan berupa relaksasi dan meredakan tensi sosial (McQuail, 2010, p. 99).

Perlu diingat kembali sejarahnya bahwa fungsi komunikasi keempat adalah *entertainment*, yaitu kegiatan komunikasi yang dimaksudkan untuk memberikan efek hiburan yang seringkali dipicu oleh kepenatan dan ingin pergi sejenak dari dunia nyata. Sehingga teori ini penting untuk dibahas untuk memperkuat fondasi dasar teori komunikasi dan menjadi relevan diangkat dalam penelitian ini.

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Media Entertainment*

Banyak teori yang mengulas media dan dampaknya seperti *Hypodemic Theory*, *Uses and Gratifications Theory*, *Cultivation Theory* dan lain sebagainya. Sebagian besar membahas dampak dari media namun belum banyak pembahasan yang terjadi ketika mengonsumsi media. Seperti kenapa seorang individu bisa menghabiskan waktu berjam-jam bahkan berhari-hari untuk bermain *game*, kenapa seseorang lebih memanfaatkan waktunya untuk menonton sinetron di televisi atau sekadar mendengarkan musik. Salah satu teori yang bisa menjelaskan hal ini adalah teori *Media Entertainment*.

Seperti pada judul di atas, *enjoyment* atau kenikmatan adalah inti dari media *entertainment*. Ketika seseorang lebih memilih menonton acara hiburan, bermain *video games* dan lain sebagainya yang berkaitan di dalamnya, maka teori ini menjelaskan ketika orang mengonsumsi sebuah media terjadi sensasi *pleasure/enjoyment* (kenikmatan) di dalamnya. Motivasi seseorang mengonsumsi media untuk mendapatkan *enjoyment* tersebut sebenarnya terbagi menjadi tiga, yaitu:

1. *Escapism*, seseorang ingin mengonsumsi media bisa jadi karena ingin mencari pelarian dari kepenatan dan rutinitas sehari-hari, yang akrab di masyarakat Indonesia dengan kata-kata seperti "mau cari hiburan, bosan".
2. *Mood management*, seseorang mengonsumsi media juga karena ingin mengatur "mood" atau suasana hatinya. Contohnya ketika

- menonton sebuah acara humor bisa jadi *mood* yang sedang kesal berubah menjadi senang atau ketika kita mendengarkan lagu ketika sedang sedih dan terus larut dalam kesedihan bersama lagu tersebut.
3. Seseorang mengkonsumsi media karena kompetisi, pembuktian diri atau meraih sebuah pencapaian. Contohnya seseorang yang bermain *game* untuk mencapai poin dan tingkat kesulitan tertentu.

Dari ketiga motivasi di atas hanya motivasi pertama saja yang berlaku secara signifikan baik untuk media interaktif maupun non interaktif. Motivasi *mood management* dominan berlaku pada media non interaktif dan motivasi kompetisi dominan berlaku pada media interaktif.

Teori *Media Entertainment* merupakan teori yang cukup relevan untuk menggambarkan kegiatan manusia dalam mengonsumsi konten hiburan melalui media, sehingga permasalahan yang sudah dipaparkan pada bagian sebelumnya patut diteliti lebih lanjut. Selama ini, penelitian yang ada dan sudah dilakukan hanya pada media konvensional saja (terbatas pada televisi, musik, film dan buku). Sementara, saat ini juga tidak sedikit masyarakat yang menggunakan media interaktif seperti *video game* bahkan dilengkapi dengan teknologi *virtual reality*. Sebagai ilustrasi, ketika menonton film (termasuk dalam kategori media non interaktif), hasil atau cerita akhir yang ada sudah diatur dan konsumsinya hanya tinggal menikmati saja. Namun, pada media interaktif seperti *video game* konsumen media bisa memberikan input bahkan memilih akhir dari permainan tersebut karena pemain yang mengendalikan sendiri tokoh dalam *game* tersebut dan hasil akhirnya bisa berupa kekalahan atau kemenangan, tergantung dari kemampuan pemainnya. Motif pemain pun berpengaruh di sini karena berbeda dengan media konvensional. Pada media konvensional mengonsumsi media untuk mengatur perasaan atau *mood* mereka lebih dominan. Namun, pada media interaktif khususnya *video game*, motif lain di luar *mood management* menjadi lebih dominan. Motif yang berbeda membutuhkan instrumen pengukuran yang berbeda pula.

### ***Post Game Experiences***

Bermain *game* digital adalah aktivitas menyenangkan (Poels, 2007). Sebagai konsekuensinya, diasumsikan bahwa setelah bermain *game* orang akan umumnya nyaman dan merasa baik karena mereka telah menikmati aktivitas yang dilakukannya. Kubey dan Csikszentmihalyi berpendapat bahwa bermain *video game* dalam jangka waktu yang relatif lama menawarkan suatu kesenangan dan kepuasan jangka pendek (yaitu orientasi respons yang positif) namun memiliki pengaruh negatif setelahnya (misal kehilangan konsentrasi, *mood* yang buruk, pusing). Orang dengan kontrol diri yang rendah cenderung

menyukai impuls jangka pendek untuk mendukung ketertarikan pribadi jangka panjang. Mudah-mudahan, mereka terus bermain *game* untuk suatu periode yang lama namun mereka akan merasa buruk setelah selesai bermain (Brown, 2002, p. 1297). Jika motivasi *escapism* ini terpenuhi dengan sukses, hal ini seharusnya merangsang perasaan nyaman dan relaksasi. Sejalan dengan motivasi melepaskan diri ini, hadirilah motivasi untuk larut dalam suatu dunia fantasi.

Bermain *game* berpotensi menarik orang-orang dalam suatu dunia fantasi, atau dengan kata lain masuk begitu dalam dalam suatu aktivitas virtual, pemain akan lupa waktu dan berakhir dengan menghabiskan lebih banyak waktu dibandingkan dengan yang sebelumnya sudah direncanakan. Bagaimanapun, orang dapat membatasi sumber daya waktu dan dipaksa untuk membagi waktu mereka antar pekerjaan, keluarga dan kesenangan. Jika bermain *game* dipandang sebagai suatu aktivitas yang menyenangkan namun menyerap terlalu banyak waktu apalagi lebih dari yang sudah direncanakan, maka bermain *video game* dapat menyebabkan orang melewatkan aktivitas lain yang melibatkan tanggung jawab, seperti misalnya belajar, bekerja, dan aktivitas rumah tangga. Kami mengasumsikan bahwa orang-orang akan sering menyadari hal ini ketika mereka berhenti bermain *game*, menyebabkan perasaan negatif atau menyesal, bersalah, atau suatu *mood* yang buruk secara keseluruhan.

### ***Enjoyment* sebagai inti dari Teori *Media Entertainment***

*Enjoyment* dalam bagan yang dibuat oleh Vorderer terletak di antara persyaratan dari sisi media, persyaratan dari sisi penggunanya, motif dan efek *entertainment* itu sendiri. *Enjoyment* merupakan sebuah pengalaman yang menjembatani konsumen media untuk mendapatkan *entertainment effect*. Lalu apakah sebenarnya pengalaman *enjoyment* itu sehingga bisa menjembatani antara tujuan produser konten untuk memberikan *entertainment effect* dalam diri konsumennya?

Sebelum menjawab pertanyaan tersebut, terdapat persyaratan dari sisi media yang harus dipenuhi, yakni teknologi, desain, estetika, dan konten. Berikutnya untuk terciptanya *entertainment effect* juga dibutuhkan peran dari sisi orang yang mengonsumsinya. Pertama adalah *suspension*, yang secara sederhana berarti melakukan penundaan terhadap apa yang sebenarnya dipercayai oleh penikmat media. Pendorong terciptanya efek hiburan kedua adalah *empathy*. Pengguna media merasakan empati terhadap tokoh yang diperankan pada satu bentuk hiburan, penonton merasakan apa yang sengaja diciptakan oleh produser konten. Contohnya, pada film terkadang kita ikut memikirkan jalan keluar dan merasakan seolah-olah kita menjadi seseorang dalam karakter film

tersebut dan dalam keadaan yang sama. Berikutnya yang ketiga adalah interaksi parasosial. Interaksi parasosial merupakan suatu hubungan tanpa timbal balik atau satu arah antara individu dengan figur media (Horton dan Wohl, 1956). Karakteristik utama dari interaksi parasosial ini adalah adanya hubungan satu arah. Pemirsa televisi seolah-olah merasa memiliki hubungan dengan figur media tetapi hubungan tersebut bersifat satu arah. Peran atau persyaratan keempat yang harus dimiliki oleh konsumen media agar tercipta *entertainment effect* adalah *presence*. *Presence* merupakan keberadaan/ representasi diri di dunia media. Pada *video game*, *presence* diwakili oleh karakter yang dimainkan.

Persyaratan terakhir adalah *interest*. Ketertarikan juga menjadi salah satu faktor yang bisa menciptakan *entertainment effect* terhadap para penggunanya, misalnya ketika membaca sebuah buku atau menonton acara *talk show* yang kebetulan topik dibicarakan cukup menarik untuk diikuti. Topik yang menarik ini bisa dekat dengan keseharian, bidang ilmu yang sama, mengagumi figur tertentu, atau lainnya.

Michael A. Shapiro juga mengungkapkan, dalam buku *Playing Video Games* bab 19, persyaratan dari sisi media dan penggunanya untuk mendapatkan *entertainment effect* yang sebenarnya relatif sama dengan apa yang disampaikan Vorderer & Schell namun dengan istilah yang berbeda. Shapiro mengatakan bahwa untuk menciptakan *enjoyment* diperlukan *realism*, *imagination* dan *narrative*.

Definisi mengenai *enjoyment* erat kaitannya dengan *pleasure*. Dalam Bahasa Inggris, *enjoyment* dan *pleasure* merupakan sinonim. Pandangan tradisional mengenai *pleasure* pertama kali dikemukakan oleh Aristoteles (384-332 B.C.) yang membagi *pleasure* menjadi *bodily pleasure* & *pleasure of the soul*. Pandangan modern yang dijelaskan oleh Campbell (1973, p. 40) menyebutkan bahwa *bodily pleasure* terjadi dalam sistem otak manusia. Otak mendapatkan rangsangan tertentu sehingga mengaktifkan sistem neuropsikologi pada area *limbic* sehingga tercipta sensasi *enjoyment*. Karena sistem *limbic* tersebut bekerja dan mengaktifkan hormon-hormon sehingga manusia merasakan, kebahagiaan, kesenangan, kelegaan, ketegangan dan lainnya, perasaan tersebut didefinisikan sebagai *pleasure of the soul* (Zillmann, 2002, p. 551).

Adapun pandangan tradisional mengenai *pleasure* dikemukakan oleh Epicurus (341-270 B.C.) yang menyebutkan bahwa *pleasure* merupakan antitesis dari *pain/discomfort*. Contoh dari bentuk *pain* adalah berupa rasa lapar, rasa haus, dan tekanan seksusal. Melakukan kegiatan seperti makan, minum, dan melakukan aktivitas seksual merupakan sebuah tindakan untuk mendapatkan kebahagiaan. Namun, pandangan modern yang dikemukakan oleh Freud dan

Bousfield tidak sepenuhnya setuju terhadap tesis yang dikemukakan oleh Epicurus. Menurut mereka *pain* tidak sepenuhnya merupakan antitesis dari *pleasure*. Kesakitan atau ketidaknyamanan yang dirasakan seseorang memiliki faktor lain yang disebut dengan *tension* atau tekanan (Zillmann, 2002, p. 551). Maksudnya adalah kesakitan atau ketidaknyamanan seseorang tergantung dari tekanan yang seseorang rasakan. Contohnya adalah Epicurus menyebutkan lapar adalah sebagai rasa sakit atau rasa tidak nyaman. Namun, Freud dan Bousfield menyempurnakannya dengan "tergantung dari tekanannya". Apabila seseorang tersebut merasa lapar dan tidak memiliki uang sama sekali untuk membeli makanan, maka hal tersebut sebagai *pain*. Tidak memiliki uang adalah *tension* atau tekanan, yang dalam kasus ini termasuk tekanan yang tinggi. Ini berbeda dengan seseorang yang berada dalam kondisi lapar, namun karena individu tersebut berpuasa demi mendapatkan pahala dan makanan berbuka sudah disiapkan sebelum saatnya, maka *tension* atau tekanan seseorang tersebut terhadap rasa lapar adalah rendah dan tidak bisa disebut sebagai *pain*. Kedua hal di atas merupakan pandangan hedonis mengenai kenikmatan. Dalam konteks konsumsi media, ada perbedaan tekanan antara orang yang menginginkan bermain *video game* karena belum sempat akibat terbatasnya waktu yang ia miliki dengan yang tidak memiliki uang untuk membeli segala peralatan yang menunjang untuk bermain.

Sebelum lebih jauh mengeksplikasi mengenai *enjoyment*, peneliti merasa perlu menjelaskan hubungannya dalam model yang dibuat oleh Vorderer et. al. *Enjoyment* dalam hal ini menjadi jembatan antara pembuat konten media dan konsumennya demi mendapatkan efek *entertainment*. Seseorang, sebelum mendapatkan efek *entertainment* setelah mengonsumsi media, perlu merasakan *enjoyment experiences* pada saat mengonsumsinya.

Dalam buku Zillmann, yang juga merangkum pendapat dari berbagai ahli yang berpandangan hedonis, disebutkan bahwa sudah sebagaimana adanya hampir seluruh manusia terus mengejar *pleasure* dan sebisa mungkin menghindari *pain* selama hidupnya. Sebagai contoh ketika seseorang merasa lapar, ia akan makan sampai kenyang untuk mendapatkan *pleasure*, begitupun seseorang yang bermain *video game* sampai lupa waktu bahkan meninggal demi merasakan *enjoyment* yang terus menerus dan pada akhirnya mendapatkan efek *entertainment*. Hal tersebut merupakan perwujudan ungkapan "*race for pleasure against nature*" yang artinya manusia terus mengejar *pleasure* namun dibatasi oleh alam. Zillmann mengkategorikan menjadi empat hal yang membatasi seseorang untuk terus mengejar *pleasure*-nya (Zillmann, 2002, p. 558).

Pertama adalah *autonomic activity*, kebutuhan manusia diakomodasi melalui pancaindra yang dimiliki, misalnya saja dalam memenuhi kebutuhan makan, minum dan seksual. Namun, hal tersebut tidak bisa dilakukan terus-menerus. Manusia memiliki batasan fisik seperti kelelahan dan sakit bahkan meninggal. Apabila dilakukan terus menerus yang didapatkan bukanlah *pleasure* melainkan *pain*. Hal ini sama seperti pemain *video game* yang sampai lupa makan dan tidur demi menyelesaikan seluruh misi dalam permainan yang mengantarkan pada *entertainment effect* temporer.

Kedua dan ketiga adalah *habituation & adaptation*. Peneliti menjelaskannya secara simultan karena terdapat keterkaitan. Contoh dari *habituation* adalah ketika seseorang sedang senang mendengarkan lagu tertentu, maka semakin lama volumenya semakin besar. Lagu tersebut juga semakin sering diputar sehingga lama kelamaan individu tersebut merasakan stimulusnya menurun bahkan hilang. Pada akhirnya ketika individu bisa beradaptasi dengan kebiasaan tersebut, maka stimulus sudah hilang. Kemudian, individu tersebut mulai menyukai lagu lain dan melakukan kebiasaan atau habituasi yang sama dengan lagu sebelumnya. Proses ini terus berulang ketika adaptasi terhadap stimulus sudah terbentuk berdasarkan habituasi. Terakhir yang membatasi manusia adalah *hedonic reversal*. *Hedonic reversal* terkait dengan teori *flow* yang dikemukakan oleh Mihaly, bahwa sebuah kenikmatan akan berubah menjadi ketakutan apabila stimulus yang ada terlalu cepat dan tidak biasa (Greenfield, 2000, p. 113). Mihaly mengemukakan bahwa apabila kemampuan seseorang melebihi tantangan yang dihadapi maka individu tersebut akan merasa bosan. Namun, apabila tantangan yang dihadapi seseorang melebihi kemampuannya maka akan tercipta kejenuhan. Dalam usaha pencapaian *pleasure* maka tantangan harus sesuai dengan kemampuan seseorang. Apter (1994) mengemukakan bahwa ada mekanisme yang dapat dilakukan untuk menghindari *hedonic reversal*, yaitu yang disebut dengan "*protective frame*". Dalam industri *video game*, *protective frame* tersebut adalah *level*. Hal ini yang memicu seseorang menjadi *heavy gamers*. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, *enjoyment* dapat terjadi apabila tercipta keseimbangan antara tantangan dalam *game* dan kemampuan yang dimiliki pemainnya. Komponen di dalam algoritma sebuah *game* yang memungkinkan hal tersebut terjadi adalah adanya pengaturan *level* atau tingkat kesulitan (*level*).

## Metodologi

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dan pendekatan kuantitatif (survei) untuk menunjukkan variabel-variabel yang diteliti dan menguji relevansi suatu teori. Pertimbangannya yang pertama, metode survei lebih memungkinkan peneliti untuk menguji sejumlah variabel dan hubungan di antara

variabel yang mempengaruhi *enjoyment experiences* dalam suatu model teoritik. Bila dibandingkan survei, metode eksperimen pada umumnya hanya bisa menguji sejumlah kecil *treatment* (perlakuan) dan juga variabel-variabel lain di luar variabel teoritik.

## Populasi

Populasi adalah suatu kumpulan menyeluruh dari suatu objek yang merupakan perhatian peneliti. Dalam penelitian ini, populasinya adalah mahasiswa di wilayah DKI Jakarta. Mahasiswa dipilih untuk mewakili remaja di Jakarta. Pertimbangannya didasarkan pada pertimbangan sosial psikologis dan teoritis. Pertimbangan pertama, dari sisi sosial psikologis, adalah remaja terutama tahap akhir ditandai dengan persiapan untuk berperan sebagai orang dewasa, termasuk klarifikasi tujuan pekerjaan dan internalisasi suatu sistem nilai pribadi. Logikanya, apabila remaja tahap akhir masih bermain *video games* secara berlebihan maka bagaimana dengan mereka yang berusia lebih muda. Pertimbangan sosial psikologis kedua adalah pada remaja tahap akhir pengawasan orang tua mulai melemah. Remaja tahap akhir mayoritas memiliki otonomi yang tinggi dalam melakukan segala sesuatu termasuk mengatur finansialnya dan peluang bekerja mulai terbuka. Menurut data *Entertainment Software Association (ESA)*, remaja usia tahap akhir adalah pangsa pasar yang paling besar, sekitar 47.6%. Rata-rata mereka menghabiskan waktu bermain *game* 7-8 jam per minggu (Nabi, 2009, p. 456).

Ada beberapa pertimbangan teoritis (dan metodologis) dalam pemilihan populasi remaja tahap akhir dengan *sampling frame* mahasiswa universitas di Jakarta. Pertama, menurut Csikszentmihalyi, untuk merasakan *enjoyment* ketika melakukan segala sesuatu maka kemampuan seseorang dibutuhkan, dalam konteks bermain *video games* diperlukan kemampuan untuk menggunakan alatnya dan mencapai tujuan dalam permainan tersebut. Kebutuhan kemampuan juga mencakup bahasa, keterampilan menggunakan *controller*, memahami perintah, dan lain sebagainya. Mahasiswa patut diteliti karena peneliti memiliki asumsi mereka memiliki kemampuan intelektual yang baik ditandai dengan lulusnya mereka pada saat ujian saringan masuk perguruan tinggi. Intelektual yang baik dibutuhkan untuk memahami perintah dan konten lain dalam permainan *video games*. Nabi mengatakan pemahaman lebih penting dibandingkan kesenangan ketika memainkan permainan video game dibandingkan ketika menonton televisi. Berikut kutipannya:

“Comprehension more important than pleasure when playing a digital game that it is when watching TV” (Nabi, 2009, p. 458).

Jakarta dipilih karena adaptasi terhadap teknologi baru, kecepatan data dan penunjang lain untuk mencapai pengalaman bermain *game* yang optimal relatif mudah didapatkan.

Pertimbangan lain, namun yang paling menguatkan adalah ketika ingin melakukan generalisasi penelitian terkait *video games* diperlukan dua langkah. Pertama adalah melakukan eksperimen terlebih dahulu untuk mengembangkan teori baru dilakukan survei untuk menggeneralisasi hasil pengembangan teori tersebut kepada populasi dengan karakteristik tertentu. Peneliti memiliki keterbatasan waktu dan dana apabila harus melakukan kedua penelitian tersebut sehingga peneliti melanjutkan penelitian eksperimen yang sudah dilakukan oleh Tamborini et. al. dengan metode survei. Hal tersebut diizinkan untuk dilakukan dengan syarat memiliki kesamaan dasar teoritis (tidak bertentangan) dan kesamaan karakteristik pada sampelnya. Pada penelitian eksperimen yang dilakukan oleh Tamborini et. al., jumlah partisipannya adalah 129 remaja tahap akhir yang sedang menempuh studi S1 di Universitas Midwestern USA, sehingga cukup tepat apabila populasi yang dipilih adalah mahasiswa universitas di Jakarta.

Terdapat beberapa definisi yang berbeda mengenai remaja menurut beberapa ahli. Di Indonesia sendiri, departemen dan pemerintah juga memberi batasan yang berbeda mengenai usia remaja. Menurut Undang-Undang No. 4 tahun 1979 mengenai kesejahteraan anak, remaja adalah individu yang belum mencapai umur 21 tahun dan belum menikah (Soetjiningsih, 2007, p. 2).

Ada beberapa pertimbangan untuk menentukan definisi populasi yang akan dipilih. Pertama, penelitian ini dilakukan di Indonesia. Dengan kata lain, dalam menentukan usia remaja berlaku ketentuan perundangan tempat penelitian dilakukan. Kedua, definisi dan batasan dari dua perundangan dimaksud menjangkau masa perkembangan dari remaja. Menurut Pardede (2002, p. 138-140), masa remaja berlangsung melalui tiga tahapan, yaitu masa remaja awal (10-14 tahun), menengah (15-16 tahun), dan akhir (17-sebelum mencapai usia 21 tahun). Masa remaja akhir ditandai dengan persiapan untuk berperan sebagai orang dewasa, termasuk klarifikasi tujuan pekerjaan dan internalisasi suatu sistem nilai pribadi. Perkembangan dan masa tahapan dari remaja ini paling sesuai dengan definisi dari dua perundangan yang berlaku.

Berdasarkan definisi mengenai remaja dan pertimbangan di atas, mahasiswa dipandang paling tepat untuk mewakili remaja tahap akhir dengan usia maksimal 21 tahun. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengambil sampel mahasiswa di DKI Jakarta yang berusia maksimal 21 tahun. Populasi dari penelitian ini adalah semua mahasiswa baik PTN maupun PTS di wilayah DKI Jakarta. Menurut

data dari Dirjen Dikti tahun 2015, total terdapat 677.720 mahasiswa aktif yang tersebar di 59 universitas (<http://forlap.dikti.go.id/files>). Namun usia mahasiswa yang di bawah 21 tahun hanya sebanyak 386.387 mahasiswa yang tersebar di 59 universitas. Rata-rata mereka berada di tahun kedua atau semester 4 dalam masa studinya.

## Sampel

Jumlah sampel ditentukan oleh tiga aspek. Ketiga aspek tersebut adalah keragaman populasi, *sampling error*, dan tingkat kepercayaan yang akan dihitung untuk menentukan jumlah sampel. Perhitungan jumlah sampel baik menggunakan perangkat lunak yang disediakan oleh *survey system* (<http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>) maupun dengan melihat tabel penentuan sampel mendapatkan jumlah sampel yang sama. Perhitungan jumlah sampel menggunakan perangkat lunak kalkulator tersebut, dengan memasukkan jumlah populasi sebesar 386.387 dengan *sampling error* 5% dan tingkat kepercayaan 95%, diperoleh jumlah sampel sebesar 384 mahasiswa. Rencana sampel ditargetkan sebesar 400 mahasiswa namun setelah peneliti mengumpulkan data, terkumpul 393 sampel yang valid untuk dilakukan penghitungan dan analisis.

Sampel yang diambil harus mencerminkan representasi dari populasi. Metode pengambilan sampel yang menjamin representasi itu adalah cluster random sampling (sampel acak kluster).

Secara umum tahapan dalam penarikan sampel kluster adalah sebagai berikut. Pertama, memilih sampel kluster berupa universitas. Berdasarkan data yang diperoleh dari <http://forlap.dikti.go.id> pada 3 Desember 2015, diperoleh sebanyak 59 universitas dengan jumlah mahasiswa 386.387 yang masuk dalam kriteria remaja. Tahap kedua adalah mendaftar seluruh universitas tersebut beserta jumlah mahasiswanya dari segala jurusan. Hal ini dilakukan agar tidak mencederai prinsip dasar pengambilan sampel secara acak, yaitu setiap individu dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Neumann dalam bukunya menegaskan konsep *probability proportionate to size* (PPS). Dalam penelitian ini, universitas yang memiliki mahasiswa lebih banyak memiliki lebih banyak kesempatan untuk dipilih menjadi sampelnya. Banyak kesalahpahaman yang terjadi ketika beberapa peneliti lain menerapkan konsep PPS ini. Pemahaman yang salah mengenai *cluster* dalam penelitian ini adalah jumlah anggota *cluster* yang lebih besar memiliki kursi lebih banyak untuk menjadi sampelnya. Padahal yang benar adalah kesempatan untuk dipilih bukan kursinya. Maka langkah kedua peneliti adalah membuat nomor undian secara

digital dengan memanfaatkan perangkat lunak Ms Excel dari 1-386387. Tentu saja universitas yang memiliki mahasiswa lebih banyak memiliki kesempatan yang lebih besar untuk menjadi anggota total sampel sebesar 400 mahasiswa.

Langkah berikutnya peneliti memanfaatkan situs random.org untuk mengundi 386387 undian dan melakukannya sebanyak 400 kali untuk mendapatkan 400 sampel. Dari semua perguruan tinggi yang ada di DKI Jakarta, diambil sampel dari 38 universitas terpilih dengan komposisi sebagai berikut:

1	Universitas Indonesia	43
2	Universitas Katolik Atma Jaya	11
3	Universitas Krisna Dwipayana	4
4	Universitas Mercubuana	27
5	Universitas Trisakti	5
6	Universitas Al Azhar Indonesia	2
7	Universitas Kristen Indonesia	5
8	Universitas Nasional	10
9	Universitas Azzahra	4
10	Universitas Bhayangkara Jakarta Raya	4
11	Universitas Bina Nusantara	37
12	Universitas Budi Luhur	11
13	Universitas Bunda Mulia	11
14	Universitas Bung Karno	15
15	Universitas Darma Persada	3
16	Universitas Esa unggul	6
17	Universitas Indraprasta PGRI	36
18	Universitas Islam As-syafiiyah	6
19	Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah	4
20	Universitas Jayabaya	1
21	Universitas Kristen Krida Wacana	1
22	Universitas Mohammad Husni Thamrin Jakarta	2
23	Universitas Muhammadiyah Jakarta	33
24	Universitas Pancasila	11
25	Universitas Paramadina	4
26	Universitas Prof. Dr. Moestopo	9
27	Universitas Respati	2
28	Universitas Satya Negara Indonesia	7
29	Universitas Satyagama	4

30	Universitas Suryadarma	2
31	Universitas Tama Jagakarsa	7
32	Universitas Tarumanagara	12
33	Universitas Trilogi	2
34	Universitas Trisakti	4
35	Universitas Yarsi	2
36	Universitas Negeri Jakarta	36
37	Universitas YAI	11
38	UPN Veteran	6

Gambar 2: Hubungan Tidak Langsung *Escapism* Mempengaruhi *Post Game Experiences*



Penelitian ini menggunakan analisis regresi untuk melihat pengaruh antar variabel yang berhubungan. Hipotesisnya adalah peranan *escapism* dalam mempengaruhi *post game experiences* dimoderatori oleh *enjoyment* dalam bermain *video games*.

## HASIL TEMUAN DAN DISKUSI

### Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil olah data kuesioner diketahui bahwa dari 393 responden 47.1% (185 individu) berjenis kelamin laki-laki dan 52.9% (208 individu) berjenis kelamin perempuan.

### Usia Responden

Berdasarkan hasil olah data kuesioner diketahui bahwa dari 393 responden 1.8% (7 individu) masuk dalam kategori remaja tengah pada batas usia 18 tahun, 33.3% (131 individu) berusia 18 tahun, 39.4% (155 individu) berusia 19 tahun dan 25.4% (100 individu) berusia 20 tahun yang kesemuanya masuk ke dalam kategori usia remaja tahap akhir.

## Orang Tua Responden

Berdasarkan hasil olah data kuesioner diketahui bahwa dari 393 responden, 90.1% (354 individu) masih memiliki ayah dan ibu, 1% (4 individu) hanya memiliki ayah saja, 5.6% (22 individu) hanya memiliki ibu saja dan 3.3% (13 individu) orang tua mereka berstatus cerai.

Mengapa peneliti memasukkan pertanyaan di atas ke dalam kuesioner? Hal tersebut dikarenakan peneliti mempunyai asumsi responden yang mempunyai masalah dalam keluarganya menggunakan *video game* menjadi pelarian, namun fakta di lapangan tidak demikian. Keluarga yang statusnya masih lengkap pun juga banyak yang salah satu anggota keluarganya menjadi *heavy gamers*. Gejala *heavy gamers* tidak dikarenakan karena kehilangan salah satu orang tuanya baik karena meninggal ataupun cerai.

## Uang Saku Responden

Usia 18-24 tahun merupakan pengelompokan usia remaja tahap akhir yang biasanya memiliki baik waktu dan uang sehingga membuat mereka menjadi konsumen besar permainan (Schell, 2008, p. 101).

Demi membuktikan pernyataan Schell, peneliti sengaja membuat pertanyaan terbuka mengenai uang saku responden, agar peneliti mendapatkan gambaran secara detail mengenai uang saku responden. Ternyata ada responden yang uang sakunya mencapai Rp.15.000.000.00/bulan. Mayoritas uang saku responden berada pada angka Rp. 500.000,00-Rp. 1.500.000,00 yang bisa dikatakan cukup dan mampu menyisihkan uang saku untuk melakukan aktivitas yang terkait dengan bermain video games. Adapun rata-rata uang saku responden ada pada angka Rp. 1.779.198,47.

## Tempat Tinggal Responden

Dari hasil pengolahan data ternyata jumlah responden yang masih tinggal dengan keluarga inti masih cukup besar yaitu sebesar 74% atau 291 responden. Namun, bukan berarti menandakan tidak melemahnya pengawasan terhadap anak. Orang tua seringkali menganggap mereka sudah bertanggung jawab karena usia remaja. Asumsi kedua adalah pengawasan orang tua bisa saja lebih fokus pada isu kenakalan remaja yang sedang tren sampai saat ini, yaitu seks bebas dan narkoba. Selain tinggal dengan keluarga inti, 17.3% mahasiswa tinggal di rumah kos yang mungkin jarak dengan rumah keluarga inti jauh, 3.6%

tinggal dengan kakek dan atau nenek mereka, 2.8% tinggal dengan kakak/adik dan 2.3% tinggal di asrama/ pesantren/tempat ibadah dll. yang sejenis.

### **Game Favorit Responden dan Alat yang Digunakan**

Pada tabel di bawah ini terdapat peringkat video game yang menjadi sepuluh terfavorit untuk dimainkan oleh para responden. Tiga teratas diduduki oleh *The Sims*, *Defends of The Ancient (DotA)* dan *Clash of Clans*. *Video game DotA* yang masuk pada peringkat kedua dalam penelitian ini merupakan permainan yang cukup membuat ketagihan dan sudah memakan beberapa korban di berbagai belahan dunia, di antaranya Rustam di Indonesia dan seorang remaja di Filipina yang membunuh neneknya sendiri karena disela ketika sedang bermain.

Peringkat	Nama <i>Game</i>	Platform	Persentase (%)
1	The Sims	Mobile	12.9
2	Defends Of The Ancient	PC/ Laptop	12.4
3	Clash of Clans	Mobile	12.2
4	Piano Tile	Mobile	10.6
5	FIFA 2016	Mobile, PC & Console	9.9
6	PES Soccer	Mobile, PC & Console	8.6
7	Candy Crush	Mobile	6.8
8	Grand Theft Auto	Mobile, PC & Console	4.33
9	Harvest Moon	Mobile	4.32
10	Line Get Rich	Mobile	3.8

Selain informasi pada halaman sebelumnya, peneliti juga mendapatkan informasi mengenai *devices* atau alat yang digunakan untuk bermain. Peneliti membagi alat bermain menjadi empat, yaitu:

1. *Console* yang mencakup Sony Playstation, Nintendo Wii, Microsoft Xbox, Sega Dreamcast, dll.
2. *Mobile Devices* yang mencakup Smartphone dan Tablet PC (Android, iOS, Windows & Blackberry)
3. PC/ Laptop (Mac, Linux, Windows)
4. *Mobile console* seperti PSP, Game Boy, Nintendo DS, dll.

Berdasarkan data, diketahui bahwa sebagian besar atau lebih dari 51% responden bermain *video game* pada *smartphone* dan *tablet pc*. Sebenarnya hal tersebut cukup berhubungan dengan data APJII berkolaborasi dengan PUSKAKOM UI pada 2014 bahwa "Terkait dengan teknologi berbasis internet, 85% dari total pengguna internet di Indonesia mengakses internet dengan

menggunakan *mobile phone*" (APJII, 2014, p. 4). Selain itu, penggunaan internet untuk bermain *game online* juga masuk pada peringkat delapan (10 besar) tujuan mengakses internet.

Terkait dengan penggunaan *laptop/PC* yang masuk pada urutan kedua dan cukup besar, 32.1% juga sejalan dengan permainan favorit responden yang ada pada urutan kedua, yaitu DotA 2. Permainan ini hanya bisa dimainkan di PC serta membutuhkan konektivitas internet untuk terhubung dengan lawan mainnya dan berkomunikasi dengan satu tim yang tersebar di seluruh belahan dunia. Begitupun juga dengan data APJII 2014 yang menyebutkan bahwa alat yang digunakan untuk mengakses internet pada peringkat kedua dan ketiga adalah Laptop dan PC secara berurutan.

Salah satu asumsi peneliti mengapa baik *console* maupun *mobile console* menempati urutan terbawah sebagai alat yang digunakan untuk bermain *game digital* adalah karena biaya yang dikeluarkan kurang lebih hampir sama bahkan lebih mahal daripada membeli *laptop* atau *smartphone* namun tidak multifungsi. *Console* dan *mobile console* hanya bisa digunakan sebagai alat bermain saja, tidak bisa digunakan untuk keperluan produktif seperti bekerja dan mengerjakan tugas.

### Durasi dalam bermain *Video game*

Peneliti menggunakan standar dari Nielsen untuk menentukan durasi dalam bermain *video game* per minggu. Nielsen mengkategorikan pemain *game* menjadi:

1. *Heavy*, yaitu *gamers* yang menghabiskan waktu lebih dari 6 jam per minggu untuk bermain *video game*. Berdasarkan hasil olah data, sebagian besar atau 41% (161 responden) masuk ke dalam kategori *heavy gamers*
2. *Medium*, yaitu *gamers* yang menghabiskan waktu antara 160 menit sampai 359 menit per minggu untuk bermain *video game*. Berdasarkan hasil olah data 19.3% (76 responden) masuk ke dalam kategori *medium gamers*
3. *Light*, yaitu *gamers* yang menghabiskan waktu kurang dari 2 jam 40 menit per minggu untuk bermain *video game*. Berdasarkan hasil olah data 9.7% (156 responden) masuk pada kategori *light gamers*.

Ternyata tidak hanya tercermin pada data di atas saja bahwa sebagian besar remaja di Jakarta merupakan *heavy gamers*. Data sekunder yang berasal dari Global Mobile Game Confederation menunjukkan Indonesia menempati urutan

teratas di negara ASEAN sebagai pemain *video game mobile* terbanyak mengalahkan Malaysia, Singapura, Filipina, dan Thailand.

### Kaitan Antara Durasi, Gender dan Preferensi *Game* yang Dimainkan

Penelitian ini sengaja tidak memfokuskan pada genre *video game* tertentu untuk dimainkan karena ingin melihat pemetaan antar variabel-variabel yang ditanyakan datanya kepada responden. Dalam penelitian ini terlihat bahwa terdapat perbedaan preferensi *video game* antara *gamers* laki-laki dan perempuan. Permainan yang mengandalkan rotasi spasial tiga dimensi dan jarak spasial seperti FPS dan olahraga cenderung lebih disukai laki-laki. Sedangkan permainan yang membutuhkan kemampuan mengingat warna dan lokasi cenderung lebih disukai wanita seperti *casual games*. Berikutnya, aspek kekerasan juga menjadi salah satu pertimbangan gender terkait dengan *game* yang dimainkan. Apabila melihat data pada tabel 4.1 yaitu peringkat 10 besar *video game* yang sering dimainkan oleh para responden, maka *game* The Sims, Piano Tile, Candy Crush, Harvest Moon & Line Get Rich adalah *game* yang menjadi favorit perempuan sedangkan *game* seperti Dota, CoC, FIFA 2016, PES Soccer, GTA adalah *game* yang menjadi favorit laki-laki. Efek sampingnya adalah pada durasi bermain. Banyak yang mengesankan laki-laki menghabiskan lebih banyak waktu untuk bermain *game*. Hal tersebut dikarenakan *game* yang menjadi preferensi laki-laki memang dalam memainkannya lebih lama. Berbeda dengan *casual games* yang banyak macamnya namun membutuhkan waktu yang lebih sedikit untuk menyelesaikan tantangan-tantangan yang ada.

### Hasil Analisis Regresi

Hasil regresi menunjukkan pengalaman seseorang setelah bermain *video games* atau *post game experiences* yang motivasinya adalah melarikan diri dari dunia nyata, variabel *enjoyment* tidak memiliki pengaruh yang signifikan sebagai variabel moderator. Namun *post game experiences* dipengaruhi oleh variabel *escapism*. Berikut tabelnya:

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Tesc	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter $\leq$ .050, Probability-of-F-to-remove $\geq$ .100).

a. Dependent Variable: Tpge

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.405 <sup>a</sup>	.164	.135	2.72441

a. Predictors: (Constant), Tesc

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	40.873	1	40.873	5.507	.026 <sup>a</sup>
Residual	207.827	28	7.422		
Total	248.700	29			

a. Predictors: (Constant), Tesc

b. Dependent Variable: Tpge

Tabel 1. Hasil Regresi Variabel *Escapism* dan Variabel *Enjoyment*

Excluded Variables<sup>b</sup>

Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
					Tolerance
1 Totenjrev	.247 <sup>a</sup>	1.178	.249	.221	.670

a. Predictors in the Model: (Constant), Tesc

b. Dependent Variable: Tpge

Dari hasil regresi di atas, terlihat bahwa variabel *enjoyment* dikeluarkan dari pengaruh antara *escapism* dengan *post game experiences*. *Escapism* mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap pembentukan pengalaman setelah bermain *video games*. *Escapism* memiliki pengaruh sebesar 13,5% terhadap pembentukan *post game experiences*.

Salah satu motif seseorang untuk mengalami *post game experiences* demi mencapai *entertainment effect* adalah *escapism*, yaitu keinginan sementara dari para penikmat media hiburan untuk melarikan diri dari dunia nyata yang sedang mereka jalani. Motif *escapism* biasanya terjadi pada seseorang yang sedang mengalami kepenatan pikiran, masalah dan kejenuhan. Dr. Viktor Kaldo menyebutnya dengan *negative escapism*. Hal ini sesuai dengan pendapat McQuail bahwa *entertainment* merupakan salah satu tugas atau fungsi media dalam masyarakat. Media hiburan memiliki tugas untuk menyediakan

kesenangan, pengalihan, dan relaksasi. Selain itu, materi hiburan melalui media juga dapat mengurangi tegangan sosial (McQuail, 2010, p. 99).

Katz dan Foulkes (1962) telah menunjukkan bahwa media massa pada umumnya melayani keinginan para konsumen media untuk mengalihkan mereka dari kehidupan nyata ke dalam dunia khayalan. Hal yang ada di dalam pikiran mereka adalah sebuah dunia hiburan yang sekali dimasuki akan memenuhi keinginan dan mimpi bagi yang mempercayainya (*suspension*). Dari sudut pandang ini, pemain *games* mencari hiburan karena menyediakan kebutuhan menarik diri sementara waktu dari kehidupan nyata (Henning & Vorderer, 2001).

## KESIMPULAN DAN SARAN

Asumsinya adalah ketika seseorang merasa jenuh dan stress, maka ia memerlukan kegiatan yang menawarkan *enjoyment* dan relaksasi di dalamnya. Sehingga setelah selesai melakukan kegiatan tersebut, terbentuk pengalaman yang lebih positif setelahnya. Penjelasan mengapa *enjoyment* tidak memiliki pengaruh sebagai variabel moderator untuk memiliki pengalaman *post game experiences* yang baik karena di dalam *games* terdapat komponen yang dapat menciptakan "*presence*". Berikut kutipannya:

*"Definitional consensus is still emerging, but presence has been commonly defined in the following terms: (1) being in a normal state of consciousness and (2) having the experience of being inside a virtual environment (Mania & Chalmers, 2001; Mikropoulos & Strouboulis, 2004; Ryan, Rigby, & Przybylski, 2006; Tamborini & Skalski, 2006). Wirth et al., 2007 propose the term 'spatial presence' to describe the experience of being integrated into a mediated environment. Unlike prior formulations, this definition includes both "new" media such as video games and virtual reality and conventional media such as books. Specifically regarding the experience of presence while playing video games, it has been argued that the mental models (called scripts in other research traditions) that are developed when presence is achieved during a game-playing experience could be played out in related life situations" (Tamborini & Skalski, 2006).*

Kesimpulan sederhananya adalah tanpa perlu mengalami *enjoyment*, seseorang yang ingin bermain *video games* untuk melarikan diri dari stres, tekanan atau kepenatan sudah pasti mengalami pengalaman yang positif setelahnya karena ketika bermain *video games*, *escapism* secara otomatis terjadi. Pikiran pemain *video game* sudah masuk ke *virtual environment* dalam *video games*. Sehingga,

seakan-akan pemain *video games* tadi sudah tidak ada di dunia nyata dan masuk ke dalam dunia yang diciptakan oleh *game* yang dimainkannya.

Temuan di atas menjadi salah satu penjelasan bagi fenomena adiksi *video games* yang terjadi pada banyak remaja. Mereka mampu bermain *video games* sampai berhari-hari bahkan berbulan-bulan sampai lupa makan dan beristirahat bahkan berujung pada kematian. Hal ini salah satunya dikarenakan mereka larut dalam dunia *virtual* yang diciptakan oleh *video games* tadi. Pikiran dan jasadnya seakan-akan sudah tidak di bumi namun sudah ada dalam dunia *virtual video games* yang dimainkannya (*Presence*).

Dengan adanya *presence* tadi, maka pengalaman negatif setelah bermain *video games* tidak terbentuk, bahkan yang ada adalah pengalaman positif. Setelah bermain *video games*, pemainnya merasakan kebahagiaan, tingkat stres berkurang dan lain sebagainya, sejauh motivasi pemainnya adalah *escapism* atau melarikan diri dari dunia nyata. Penyesalan juga tidak terbentuk karena mereka mendedikasikan sisa waktu yang dimiliki untuk bermain *video games*.

Model *enjoyment at the heart of media entertainment* perlu disempurnakan apabila diimplementasikan untuk media interaktif karena motif seseorang dalam bermain *video game* demi mendapatkan *enjoyment* berbeda dengan media konvensional seperti televisi, radio dan buku.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah mengeksplorasi dan menguji motivasi lain seseorang dalam mengonsumsi media hiburan interaktif untuk menyempurnakan teori *media entertainment* dengan variasi variabel lain maupun demografi populasinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Baran, Stanley J., and Dennis K. Davis. (2005). *Mass Communication Theory Foundations, Ferment, and Future*. Belmont: Wadsworth.
- Brown, E. and Cairns, P. (2004). *A grounded investigation of game immersion*. ACM CHI 2004, 1297-1300.
- Kubey, R., and Csikszentmihalyi, M. (2002). *Television addiction is not a mere metaphor*. Scientific American, 286, 62-68.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. London: Sage Publications.
- Pardede, Nancy. (2002). *Tumbuh Kembang Anak dan Remaja*. Jakarta: Sagung Seto.
- Poels, K., de Kort, Y.A.W., and IJsselsteijn, W.A. (2007). *"It is always a lot of fun!" Exploring dimensions of digital game experience using focus group methodology*. Proceedings of the annual FuturePlay conference.

- Posner, Jonathan; Russell, James A.; Peterson, Bradley S. (2005). *The circumplex model of affect: An integrative approach to affective neuroscience, cognitive development, and psychopathology*. *Development and Psychopathology*, Vol 17(3), 715-734.
- Russell, J. A. (1980). *A circumplex model of affect*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 1161–1178.
- Sayre, S. (2002). *Entertainment marketing and communication: selling branded performance people and places*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Vorderer, P., Klimmt, C. & Ritterfeld, U. (2004). *Enjoyment: At the Heart of Media Entertainment*. *Communication Theory*, 14, 388-408.
- Yee, N. (2002). *Facets: 5 motivation factors for why people play MMORPG's*. <http://www.nickyee.com/facets/home.html>.
- Zillmann, D. (2000b). *The coming of media entertainment: The psychology of its appeal*. New Jersey: Erlbaum.

