

Kecenderungan Kecanduan *Game Online* Ditinjau dari *Sensation Seeking Trait* pada *Gamers* Komunitas *Game Online*

Kamilah Islamiah¹, Ratna Supradewi²

Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang^{1,2}
kamilahislamiah08@gmail.com¹, ratnavina04@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kecenderungan kecanduan *game online* yang dilihat dari *sensation seeking trait* pada *gamers* di komunitas *game online*. Variabel yang digunakan adalah variabel tergantungan berupa kecanduan *game online* dan variabel bebas yang digunakan adalah *sensation seeking*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang diujikan pada 151 responden atau *gamers* di salah satu komunitas *game online* di *facebook*. Metode pengambilan sampel dari penelitian ini adalah teknik *sampling purposive*. Peneliti menggunakan skala kecanduan *game online* dan *sensation seeking*. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi sederhana non parametrik dengan uji korelasi *spearman's rho*, dimana data penelitian di dalam uji korelasi *spearman* ini tidak harus terdistribusi secara normal. Uji hipotesis yang diajukan oleh peneliti yaitu ada hubungan positif yang signifikan antara kecanduan *game online* dan *sensation seeking*. Koefisien korelasi skor aitem total kecanduan *game online* yaitu 0,283 hingga 0,820 dengan reliabilitas 0,932 dan *sensation seeking* memperoleh 0,276 hingga 0,658 dengan reliabilitas 0,752. Uji hipotesis yang dilakukan berdasarkan uji *spearman's rho* yaitu memperoleh koefisien korelasi sebesar 0,765 dengan koefisien signifikansi 0,000 untuk taraf signifikansi (p)<0,05. Hal ini menunjukkan bahwa uji hipotesis yang telah diujikan dapat diterima, yaitu ada hubungan positif yang signifikan antara kecanduan *game online* dan *sensation seeking* pada *gamers* di komunitas *game online*.

Kata kunci: *Kecanduan Game Online, Sensation Seeking trait, Gamers.*

Pendahuluan

Pengaksesan internet pada 2-3 tahun terakhir menurut riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menyebutkan bahwa kalangan umur 19-34 tahun adalah pengguna terbesar internet di Indonesia dengan presentase 49,52% (APJII, 2017). Situs yang ditawarkan pada internet dibidang cukup beragam, mulai dari *browsing, chatting, streaming* sampai *game online*. Intensitas waktu

pemakaian biasanya cukup beragam, terdapat 1-2 jam dan lebih dari 3-4 jam untuk pemakaian pada laptop, tablet dan *smartphone* (Griffiths & Kuss, 2012).

Penggunaan *game online* akhir-akhir ini memang menjadi pusat perhatian bagi masyarakat luas. *Game online* ini sendiri merupakan permainan yang dapat dimainkan dan dihubungkan langsung oleh banyak orang pada waktu yang bersamaan melalui jaringan internet luas (Adams, 2010). Maraknya kemunculan *game online* saat ini, menjadikan *game online* sangat mudah untuk diakses diberbagai *platform*, seperti komputer atau laptop pribadi (PC), *smartphone*, dan alat khusus untuk menunjang bermain *game* (*console game*).

Penelitian 6 tahun terakhir menyebutkan beberapa nama *game online* seperti *Mobile Legend (ML)*, *Clash of Clans (CoC)*, *Arena of Valor (AoV)*, *Fortnite*, *Dota 2* dan *Player Unknown's Battle Ground (PUBG)* merupakan *game* yang paling populer dimainkan dengan alasan beberapa *game* tersebut begitu canggih dapat dimainkan oleh usia berapapun, dapat bertemu dengan warga negara lain yang artinya mencapai jangkauan cukup luas, lalu dapat bermain dengan teman seperkumpulan, dan tidak memandang jenis kelamin apapun (Király, Nagygyörgy, Griffiths, & Demetrovics, 2014).

Kecanggihannya teknologi yang disusul dengan *game online* yang dimainkan juga tidak kalah canggihnya, maka dapat mempertemukan satu orang dengan yang lainnya walaupun tidak secara tatap muka tetapi bisa mengeluarkan suara (*open mic*), maka munculah "komunitas *gamers*". *Gamers* adalah sebutan bagi orang-orang yang bermain *game* secara rutin dan dibidang cukup jago atau mahir dalam segala jenis *game* yang dimainkan, sedangkan komunitas *gamers* adalah wadah bagi *gamers* itu sendiri yang tergabung menjadi anggota dalam komunitas *game online* yang biasanya kita temukan di dalam grup-grup seperti *facebook*, *whatsApp*, *LINE*, atau *platform chat* lain untuk mempertemukan mereka dengan kesamaan *game* yang dimainkan (Kamajaya, 2020).

Kekhawatiran dalam perkembangan *game online* yang cukup pesat, maka akan menghasilkan penggunaan yang sangat berlebihan atau istilah populernya disebut dengan kecanduan *game online*. Sebuah penelitian Kuss dan Griffiths

(2012), mengatakan bahwa memainkan *game online* secara berlebihan merupakan kasus ekstrim yang dapat menimbulkan gejala umum yang sering dialami oleh pecandu yang sesungguhnya. Pecandu *game online* dapat dikatakan sama dengan pecandu alkohol atau obat-obatan. Pecandu *game* menunjukkan beberapa tanda-tanda umum dari pecandu alkohol, salah satunya adalah bentuk dari ketergantungan, termasuk terlalu disibukkan dengan bermain *game* di *gadget*, menarik diri dari kehidupan sosial dan menggunakan *game* untuk melarikan diri dari tekanan di dunia nyata (Griffiths & Kuss, 2012).

Mehroof & Griffiths (2010) menjelaskan pada umumnya *trait-trait* kepribadian mempunyai peran penting dalam kecanduan. Salah satu *trait* tersebut adalah *sensation seeking*. Perilaku mencari sensasi diketahui dapat mempengaruhi kecanduan pada *game online*. *Sensation seeking* menggambarkan sebuah kemauan dan tindakan dalam pengambilan risiko untuk mencapai pengalaman baru yang lebih menantang. Menurut Roberti (2004), orang yang melakukan *sensation seeking* mempunyai tujuan untuk memperoleh rangsangan dan gairah yang tinggi dari stimulus baru yang lebih luar biasa apabila dirasakan, mungkin saja terdengar berbahaya untuk orang lain dikarenakan akan menimbulkan rasa tidak nyaman, reaksi cemas yang berlebih dan mengambil faktor risiko yang lebih tinggi tentunya (Roberti, 2004).

Sensation seeking mempunyai peranan dalam aktivitas di internet termasuk aktivitas bermain *game online*. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Siyez (2014), mengemukakan bahwa aspek yang paling kuat dalam mengarahkan kepada kecanduan *game online* adalah aspek mencari pengalaman (*experience seeking*), diikuti dengan kerentanan menghadapi kebosanan (*boredom susceptibility*), diikuti lagi dengan jenis kelamin, mencari petualangan dan sensasi (*thrill and adventure seeking*) dan yang terakhir adalah ketidakmampuan dalam menghambat dorongan (*dishibition*) (Siyez, 2014).

Metode

Penelitian ini, terdiri dari dua variabel yaitu Kecanduan *Game Online* (Y), sedangkan *Sensation Seeking Trait* (X). Populasi dalam penelitian ini adalah *gamers* pada Komunitas *Game Online* di *facebook* yang memiliki anggota sejumlah 1200 orang sejak peneliti dinyatakan bergabung pada komunitas tersebut. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah bermain secara rutin satu atau beberapa jenis *game online* dan tergabung dalam satu atau lebih grup komunitas *game online* di *facebook*, *whatsApp*, *LINE*, atau *platform* grup *chat* lainnya.

Penelitian ini menggunakan teknik sampel *non probability sampling*. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling purposive*. Peneliti menggunakan kriteria batasan yang digunakan untuk menentukan daya beda dengan kategori tinggi dan rendah, yaitu $r_{xy} \geq 0,25$ (Azwar, 2000). Uji daya beda aitem menggunakan teknik korelasi *product moment* dari *Pearson*.

Peneliti mengadopsi skala kecanduan *game online* milik mahasiswi UII bernama Retno Dwi Mulyani yang mengacu pada konsep alat ukur milik Lemmens, Valkenburg dan Peter (2009) yaitu *Game Addiction Scale* yang diantaranya terdapat aspek *Salience*, *Tolerance*, *Mood modification*, *Withdrawal*, *Relapse*, *Conflict* dan *Problem* yang terdiri dari 31 aitem (Mulyani, 2018). Koefisien korelasi skor aitem total yang didapat dari pengujian skala kecanduan *game online* yaitu 0,283 hingga 0,820 dengan reliabilitas 0,932. Sedangkan skala *sensation seeking* yang digunakan dalam penelitian ini disusun berdasarkan empat aspek yang dikemukakan oleh Zuckerman (1978) diantaranya *thrill and adventure seeking*, *experience seeking*, *disinhibition*, dan *boredom susceptibility* yang terdiri dari 32 aitem yang terbagi atas 18 aitem *favorable* dan 14 aitem *unfavorable*. Koefisien korelasi skor aitem total yang didapat dari hasil uji coba skala *sensation seeking* terhadap 60 subjek adalah 0,276 hingga 0,658 dengan reliabilitas 0,752.

Teknik analisis yang digunakan untuk menguji dan melihat kebenaran hipotesis adalah dengan memakai analisis korelasi sederhana non parametrik yaitu dengan uji korelasi *spearman's rho* dan uji linearitas. Selanjutnya dilakukannya uji linearitas, variabel bebas dan variabel tergantung dapat dikatakan mempunyai korelasi linear

apabila nilai signifikansi mencapai $(p) < 0,05$ dan sebaliknya, dikatakan tidak linier apabila memperoleh nilai signifikansi $(p) > 0,05$ (Sugiyono, 2018).

Hasil

Hasil uji korelasi dengan menggunakan teknik *spearman's rho* di atas, dapat diperoleh untuk responden 151 dengan koefisien korelasi sebesar 0,765, koefisien signifikansi 0,000 untuk taraf signifikansi $p < 0,05$. Tujuan analisis dari uji korelasi *spearman's rho* adalah untuk melihat tingkat kekuatan atau keeratan hubungan antara kedua variabel berdasarkan 5 kriteria.

Tabel 1. Hasil Uji Korelasi *Spearman's rho*

Variabel	N	Koefisien Korelasi	Sig.	Taraf Signifikansi (p)
Kecanduan <i>Game Online</i> <i>Sensation Seeking</i>	151	0.765	0.000	< 0.05

Tingkat kekuatan hubungan yang didapat dengan koefisien korelasi sebesar 0,765 artinya variabel kecanduan *game online* dan *sensation seeking* berkorelasi tinggi.

Tabel 2. Deskripsi Skor Skala Kecanduan *Game Online* dan *Sensation Seeking*

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
Kecanduan <i>Game Online</i>	31	124	77.5	15.5	32	123	81.24	17.180
<i>Sensation Seeking</i>	26	104	65	13	50	96	74.61	13.961

Tujuan analisis berikutnya adalah untuk menentukan arah atau jenis dari hubungan dengan hasil koefisien korelasi sebesar +0,765 yang artinya variabel dalam penelitian ini bersifat searah, indikasinya adalah apabila kecanduan *game online* meningkat maka *sensation seeking* juga ikut meningkat. Tujuan analisis yang terakhir adalah untuk mengetahui apakah kedua variabel memiliki hubungan yang signifikan atau tidak dengan hasil koefisien signifikansi (*sig.(2-tailed)*) 0,000 dengan

taraf signifikansi $p < 0,05$, maka hasil tersebut menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara kecanduan *game online* dan *sensation seeking*.

Uji linearitas diketahui bahwa kecanduan *game online* dan *sensation seeking* memperoleh F_{Linier} sebesar 317,584 dengan nilai signifikansi $0,000 p < 0,05$, dan $F_{deviation\ from\ linierity}$ sebesar 1,480 dengan nilai signifikansi $0,054 p > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang linier antara kecanduan *game online* dengan *sensation seeking*. Skala kecanduan *game online* memiliki 31 aitem meliputi skor 1 hingga 4 untuk setiap aitemnya. Subjek dengan *mean* empirik sebesar 81,24 memiliki kecanduan *game online* dengan kategori yang terbilang sedang dalam rentang skor 69,75 sampai 85,25.

Skala *sensation seeking* memiliki 26 aitem dengan daya beda aitem tinggi meliputi skor 1 hingga 4 untuk tiap aitemnya. Subjek yang memiliki *mean* empirik sebesar 74,61 memiliki *sensation seeking* dengan kategori yang terbilang tinggi dengan rentang skor 71,5 sampai 84,5.

Diskusi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kecenderungan kecanduan *game online* yang ditinjau dari *sensation seeking trait* pada *gamers* di komunitas *game online*. Analisis yang didapatkan dari penelitian ini melalui uji korelasi *spearman's rho* adalah adanya hubungan positif yang signifikan antara kecanduan *game online* dengan *sensation seeking*. Semakin tinggi kecanduan terhadap *game online* maka *sensation seekingnya* tinggi, sebaliknya apabila semakin rendah kecenderungan kecanduan terhadap *game online* maka *sensation seekingnya* semakin rendah.

Hasil penelitian yang didapatkan untuk kecanduan *game online* memiliki kategori sedang dengan *mean* hipotetik sebesar 77,5. Kasus ini dapat terjadi karena beberapa alasan yang peneliti ambil. Salah satunya adalah peneliti tidak meminta keterangan berupa data penggunaan waktu yang digunakan untuk bermain *game online* dan sudah berapa lama bergabung dengan komunitas tersebut pada *google form*, sehingga peneliti tidak dapat mengetahui sesering apa responden menggunakan waktu untuk bermain *game online*.

Menurut Lee (2011), terdapat salah satu aspek yang mempengaruhi kecanduan *game online* berdasarkan intensitas waktu yang digunakan, yaitu *tolerance* atau toleransi. Makna toleransi ini adalah proses dalam perubahan *mood* seseorang dengan meningkatkan jumlah atau intensitas dalam bermain *game online*. Peneliti lainnya juga mengungkapkan bahwa aspek *tolerance* yang dimiliki seseorang diukur dengan presentase orang tersebut bermain *game online*, yaitu menjadi lebih sering dan secara bertahap akan meningkatkan jam untuk bermain *game online* (Lemmens, Peter, & Valkenburg, 2009).

Alasan berikutnya adalah adanya kemungkinan beberapa anggota pada komunitas tersebut masih terbilang baru untuk bergabung dengan komunitas *game online*. Tidak semua orang yang bergabung dalam komunitas *game online* adalah orang yang kecanduan dengan *game online*, rutin serta mahir dalam bermain *game online*. Bisa saja mereka bergabung hanya karena mereka penasaran atau hanya untuk sekedar bermain jenis *game online* yang sama. Mehroof & Griffiths (2010) mengemukakan salah satu faktor yang menyebabkan seseorang mengalami kecanduan *game online* adalah *sensation seeking*. *Sensation seeking* berpengaruh pada seseorang yang penasaran terhadap *game online* tersebut. Rasa penasaran tersebut diwujudkan dengan bergabung di komunitas dan sekaligus dapat menggantikan rasa bosan yaitu untuk mencari pengalaman baru dan berpetualang di dalam *game* yang dimainkan bersama komunitas yang bersangkutan.

Alasan lain mengapa kecanduan *game online* memiliki kategori sedang adalah menurut fakta di lapangan yang didapat dari hasil penelitian ini, rentang umur yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah umur 16-35 tahun, yang artinya mereka adalah kalangan pelajar, mahasiswa dan atau pekerja. Kasus ini menunjukkan bahwa mereka juga masih mempunyai tanggungan tugas sebagai pelajar atau pekerja lewat rumah (WFH) yang harus diselesaikan, seperti belajar *online*, kuliah *online* dan bekerja dari rumah yang sewaktu-waktu jadwalnya tidak pasti atau berubah-ubah. Konteks kecanduan *game online* yang bersifat sedang ini, mereka tetap bermain *game online* tetapi juga tetap melaksanakan tanggung jawab

mereka, tidak setiap saat mereka bermain *game* walaupun setiap hari mereka melakukan aktivitasnya di rumah saja.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Sumomulyo (2019) tentang “Hubungan antara *Sensation Seeking* dan Kecanduan *Game Online* pada Mahasiswa” yang mendapat hasil bahwa *sensation seeking* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya kecanduan *game online*. Penelitian ini menunjukkan ada hubungan yang positif antara *sensation seeking* dengan kecanduan *game online* pada mahasiswa (Sumomulyo, 2019). Pendapat ini juga diperkuat oleh Billieux *et al* (2015), yaitu orang yang mengalami kecanduan *game online* akan identik dengan pencarian sensasi yang tinggi untuk mencari hal-hal baru, dimana hal-hal baru tersebut akan diperoleh berdasarkan faktor *sensation seeking* yang ada pada dalam diri seseorang tersebut.

Peneliti juga mendapatkan hubungan positif yang signifikan antara kecanduan *game online* dengan *sensation seeking*, yaitu seperti yang didapatkan sebelumnya pada uji hipotesis melalui uji korelasi *spearman's rho* dan uji linearitas. Namun, yang membedakan dari penelitian sebelumnya adalah variabel kecanduan *game online* yang didapat menunjukkan kategori sedang dan *sensation seeking* yang tinggi dengan alasan seperti yang sudah dipaparkan di atas.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara kecenderungan kecanduan *game online* ditinjau dari *sensation seeking trait* pada *gamers* komunitas *game online*. Indikasinya adalah semakin tinggi kecanduan terhadap *game online* maka *sensation seekingnya* tinggi, sebaliknya apabila semakin rendah kecenderungan kecanduan terhadap *game online* maka *sensation seekingnya* semakin rendah.

Responden dalam penelitian ini memiliki *sensation seeking* yang tinggi daripada kecanduan *game onlinenya*. Diharapkan setelah penelitian ini, responden tidak terlalu sering mencari sensasi dalam bentuk apapun yang memiliki resiko tinggi seperti mengurangi waktu tidur, tugas dan pekerjaan menjadi terbengkalai,

menghindari lingkungan sosial serta sikap-sikap lain yang menimbulkan masalah akibat pengambilan dari resiko tersebut.

Apabila ada peneliti selanjutnya yang ingin menggunakan topik yang sama atau ingin mengembangkan pembelajaran mengenai kecanduan *game online* dengan *sensation seeking*, maka disarankan untuk lebih mengawasi responden disaat mereka mengisi kuisisioner agar tidak terjadi ketidak sesuaian dalam memberikan pernyataan dalam pengisian kuisisioner oleh responden.

Daftar Pustaka

- Adams, E. (2010). *Fundamentals of Game Design, Second Edition*. Berkeley, CA: New Riders.
- APJII. (2017). Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017, hal. 11-12.
- Azwar, S. (2000). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Griffiths, M. D., & Kuss, D. J. (2012). Adolescent online gaming addiction. *Education and Health, 15-16*.
- Kamajaya, B. (2020). Hubungan Kompetensi Sosial dengan Kecanduan Game Online pada Komunitas PLAYERS UNKNOWN'S BATTLEGROUNDS (PUBG) Mobile di Samarinda. *Jurnal Psikoborneo 8 (1)*, 51-66.
- Király, O., Nagygyörgy, K., Griffiths, M. D., & Demetrovics, Z. (2014). Problematic Online Gaming. *Behavioral Addictions. 61-97*.
- Lee, E. J. (2011). A case study of internet game addiction. *Journal of Addictions Nursing Volume 22, Issue 4. 208-213*.
- Lemmens, J. S., Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2009). Development and Validation of a Game Addiction Scale for Adolescents. *Journal Media Psychology. 12(1):77-95*.
- Mehroof, M., & Griffiths, M. D. (2010). Online Gaming Addiction: The Role of Sensation Seeking, Self-Control, Neuroticism, Aggression, State Anxiety, and Trait Anxiety. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. 13(3):313-6*.

- Mulyani, R. D. (2018). *Hubungan antara Depresi dan Kecanduan Online Game pada Mahasiswa di Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Roberti, J. W. (2004). A review of behavioral and biological correlates of sensation seeking. *Journal of Research in Personality* Volume 38, Issue 3. 256-279.
- Siyez, D. M. (2014). Gender and sensation seeking as predictor variables of problematic internet use by high school students. *The Turkish Journal on Addictions*.1(1):78-97.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zuckerman, M. (1971). Dimensions of Sensation Seeking. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*.36(1), 45–52.