

**PERBEDAAN GAYA HIDUP HEDONIS PADA PEMAIN
DRESS-UP GAME DITINJAU DARI INTENSITAS BERMAIN
GAME**

SKRIPSI

OLEH:

**SARA LUPITA WEHELMINA MAWUNTU
12.860.0055**



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2018**

**PERBEDAAN GAYA HIDUP HEDONIS PADA PEMAIN DRESS-UP
GAME DITINJAU DARI INTENSITAS BERMAIN GAME**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Di Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area



Oleh:

**SARA LUPITA WEHELMINA MAWUNTU
12.860.0055**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2018**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiarisme dalam skripsi ini.

Medan, 6 Oktober 2018



Sara Lupita W. M.
NPM : 12 860 0055

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sara Lupita Wehelmina Mawuntu
NPM : 12.860.0055
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Perbedaan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Pemain Dress-Up Game Ditinjau dari Intensitas Bermain Game beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 6 Oktober 2018

Yang menyatakan



(Sara Lupita Wehelmina Mawuntu)

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : Perbedaan Gaya Hidup Hedonis pada
Pemain Dress-Up Game Ditinjau dari
Intensitas Bermain Game
NAMA MAHASISWA : Sara Lupita Wehelmina Mawuntu
NO. STAMBUK : 12.860.0055
BAGIAN : Psikologi Industri dan Organisasi

MENYETUJUI
KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing I

Pembimbing II

(Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi)

(Laili Alfita, S.Psi, M.Psi)

MENGETAHUI

Kepala Bagian

Dekan

(Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi)

(Prof. Dr. H. Abdul Munir, M.Pd)

Tanggal Sidang Meja Hijau

6 Oktober 2018

DIPERTAHANKAN DI DEPAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA
DAN DITERIMA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN
DARI SYARAT-SYARAT GUNA MEMPEROLEH
GELAR SARJANA (S1) PSIKOLOGI

PADA TANGGAL

6 OKTOBER 2018



DEWAN PENGUJI

TANDA TANGAN

1. Nurmaida Irawani Siregar, S.Psi, M.Si
2. Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi
3. Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi
4. Laili Alfita, S.Psi, M.Psi MM

**PERBEDAAN GAYA HIDUP HEDONIS PADA PEMAIN DRESS-UP
GAME DITINJAU DARI INTENSITAS BERMAIN GAME**

OLEH:

SARA LUPITA WEHELMINA MAWUNTU

12.860.0055

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Perbedaan Gaya Hidup Hedonis pada Pemain Dress-Up *Game* ditinjau dari Intensitas Bermain *Game*. Gaya Hidup Hedonis yang dimaksud ialah kegiatan, minat dan opini yang mengacu pada pengejaran rasa bahagia dengan mengurangi perasaan buruk yang muncul. Hipotesis dalam penelitian ini ialah ada perbedaan Gaya Hidup Hedonis ditinjau dari Intensitas Bermain *Game*. Sampel penelitian berjumlah 33 orang yang mengikuti penelitian secara daring. Terdapat dua skala yang diberikan yaitu skala Intensitas Bermain *Game* yang mengukur seberapa intens kegiatan *gaming* responden dan skala Gaya Hidup Hedonis yang mengukur seberapa tinggi kecenderungan gaya hidup hedonis dalam bermain *game*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Varians Satu Jalur. Dari hasil analisis data tersebut ditemukan hasil sebagai berikut: 1). Ada perbedaan Gaya Hidup Hedonis yang signifikan di antara responden remaja pemain *dress-up game* Miracle Nikki berdasarkan intensitas bermain *game*-nya dengan koefisien $F=0,001$ dengan $P < 0,05$. 2) Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa Mean Empirik Gaya Hidup Hedonis pada responden berintensitas *gaming* rendah sebesar 48,50 dan Gaya Hidup Hedonis pada responden berintensitas *gaming* sedang sebesar 63,34, sementara satu kasus responden berintensitas tinggi diabaikan. Jadi, dapat ditarik simpulan bahwa tipe pemain dengan intensitas bermain *game* yang lebih tinggi memiliki tingkat Gaya Hidup Hedonis yang juga lebih tinggi dibanding dengan pemain lain yang intensitas bermain *game*-nya lebih rendah. 3) Diketahui bahwa tingkat Gaya Hidup Hedonis pada para pemain *dress-up game* Miracle Nikki tergolong sedang ditinjau dari intensitas bermain *game*, karena memiliki Mean Hipotetik 57,5; lebih kecil dari Mean Empirik dan tidak melebihi satu bilangan SD.

Kata kunci : Casual Game; Gaya Hidup Hedonis; Intensitas Bermain Game; Remaja.

Hedonic Lifestyle and Gaming Intensity of Dress-Up Game Players

SARA LUPITA WEHELMINA MAWUNTU

12.860.0055

ABSTRACT

The main aim of this study is to compare the tendency level of hedonic lifestyle in gaming between players of dress-up game with medium level of gaming intensity and players with low level of gaming intensity. In this study, hedonic lifestyle refers to activities, interests and opinions of dress-up game players to achieve pleasure and minimize bad feelings in their gaming behavior. This study was conducted with comparative quantitative approach. Participants' data were gathered using questionnaire with two parts of scale: Gaming Intensity scale and Hedonic Lifestyle scale. Questionnaires were shared online to all participants. There were 33 participants; all of them were dress-up game players from Indonesia aged 13 – 21 years old. According to the result of data analysis using One-Way ANOVA technique, it is known that there was a significant effect of gaming intensity on hedonic lifestyle at the $p < .05$ level for the three conditions [$F(2, 30) = 8.637, p = 0.001$]. Subjects with medium gaming intensity ($N = 28$) have higher tendency to develop hedonic lifestyle in their gaming behavior than subjects with low gaming intensity ($N = 4$), while one case of high gaming intensity was ignored. The average hedonic-lifestyle tendency level of the subjects was medium, according to the value of empirical mean that's lower than hypothetical mean of 57,5.

Key word : Adolescent; Casual Game; Gaming Intensity; Hedonic Lifestyle.

PERSEMBAHAN

Karya tulis ilmiah ini dipersembahkan untuk Tuhan Yang Maha Esa; kepada Yesus Kristus yang telah mengasihi dan memberi anugerah dari awal kehidupan hingga saat ini.

Teruntuk keluarga, tempat bernaung dan bertumbuh serta saling bagi suka duka; terutama untuk kedua orang tua atas limpahan kasih sayang yang tiada berkesudahan

Teruntuk mereka yang telah memberikan dukung dan harapnya yang tulus sehingga keinginan besar ini dapat terwujud.

Tak lupa kepada hidup itu sendiri, dengan segala manis dan pahitnya.

Let me present this work of blood, sweat and tears with the color purple: the last color of the rainbow colors; the one that means "I will trust and love you for a long time", just like your never-ending trust and love.

This one's for all of us.,

MOTTO

Where there is hope, there is always hardship.

Sea – **BTS**

We have to cross the desert to reach the sea. We make a step forward to find another desert.

Kim Namjoon

I'M THE ONE I SHOULD LOVE IN THIS WORLD

Shining me, precious soul of mine

I finally realized, SO I LOVE ME

Not so perfect but so beautiful

I'M THE ONE I SHOULD LOVE.

Epiphany – **Kim Seokjin (BTS)**

I'd like to ask all of you, what is your name? What excites you and makes your heart beat? Tell me your story.

Kim Namjoon

If you can't do the right thing, then do something you won't regret.

Mother (Black Survival)

He has made everything beautiful in its time. He has also set eternity in the human heart; yet no one can fathom what God has done from beginning to end.

Ecclesiastes 3 : 11

UCAPAN TERIMA KASIH

Salam sejahtera bagi kita semua.

Hanya oleh kasih dan berkat dari Allah Tritunggal sajalah maka skripsi saya yang berjudul : **“Perbedaan Gaya Hidup Hedonis pada Pemain Dress-Up Game Ditinjau dari Intensitas Bermain Game”** ini dapat selesai. Adapun maksud dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian tugas dan syarat guna memperoleh gelar S-1 pada jurusan Psikologi.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini. Tanpa bantuan semua orang, penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Untuk itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Yayasan Pendidikan Haji Agus Salim yang telah mendirikan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area sehingga saya mendapatkan banyak ilmu dan informasi mengenai Psikologi di Universitas Medan Area ini.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area yang telah mengabdikan untuk dunia pendidikan khususnya di Universitas Medan Area.
3. Prof. Dr. H. Abdul Munir M.Pd selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah berdedikasi tinggi dan memberikan perhatian kepada semua mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
4. Bapak Hairul Anwar Dalimunthe, S.Psi, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang

memompakan semangat dan dukungannya kepada para pejuang skripsi, termasuk saya.

5. Ibu Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi selaku Dosen Pembimbing I saya yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan dan dukungannya dengan penuh rasa sabar dan sayang, juga atas kepercayaannya terhadap apa yang saya lakukan hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Laili Alfita, S.Psi, M.Psi, MM selaku Dosen Pembimbing II dan Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan dan dukungan yang tiada habisnya, juga dengan lembut terus memotivasi saya untuk terus maju dan percaya pada apa yang saya lakukan.
7. Ibu Nurmaida Irawani Siregar, S.Psi, M.Psi selaku Ketua Penguji Ujian Skripsi ini, yang telah meluangkan waktu untuk hadir dalam ujian skripsi saya serta memberi masukan untuk lebih menyempurnakan skripsi saya ini.
8. Bapak Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi. selaku Sekretaris Penguji Ujian Skripsi ini yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk hadir dalam ujian skripsi saya.
9. Ibu Rahmi Lubis, S.Psi., M.Psi dan Bapak Zuhdi Budiman, S.Psi., M.Psi. selaku Pembimbing I dan Pembimbing II saya terdahulu, atas segala ilmu, bimbingan, masukan dan motivasi yang telah diberikan dalam pengerjaan awal skripsi ini. Tanpa bantuan Ibu dan Bapak, separuh awal perjalanan skripsi saya tidak akan berjalan dengan lancar dan terarah.

10. Bapak Azhar Aziz, S.Psi, MA yang telah membantu dalam pengolahan data hasil penelitian sehingga memudahkan kelancaran penyelesaian skripsi saya ini.
11. Seluruh Dosen Fakultas Psikologi, atas segenap ilmu pengetahuan, pengalaman berkesan dan nasehat yang telah diberikan kepada saya selama berkuliah di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
12. Seluruh staf dan pegawai Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang dengan telaten telah membantu mengurus berkas-berkas saya untuk skripsi ini.
13. Perpustakaan Universitas Medan Area dan para staf serta pegawainya yang telah memberikan referensi literatur yang berguna bagi skripsi ini.
14. Ibu, Heni Suciati dan Ayah, Yance Manuel Mawuntu, yang menjadi sandaran dan penopang dalam jatuh bangun kehidupan saya, bahkan sampai detik ini. Terima kasih untuk kasih sayang yang seakan tiada berkesudahan, pelajaran hidup yang ditanamkan di dalam keluarga setiap harinya, juga untuk tawa canda dan sedu sedan yang kita alami bersama-sama.
15. Sang Adik, Cornella Josephin Anabell Mawuntu, yang menjadi sobat karib sekaligus pihak oposisi, yang juga memberikan banyak pelajaran hidup serta berbagi kehidupan dengan saya. *Borahae, Sister!*
16. Para Anak Bulu yang lucu-lucu dan pintar-pintar: Jojo yang ceria dan lincah serta Gogo, *my spirit animal*. Terimakasih telah mewarnai hari-hari Keluarga Mawuntu dengan tumbuh kembang kalian!

17. Admin grup Miracle Nikki Indonesia, Admin Tyta, yang telah memberikan bantuan dan dukungannya selama saya melakukan penelitian pada para anggota di grupnya, kepada Naurs Istiqomah yang berkat posting-annya di grup Facebook Komunitas 360mobi Keajaiban Nikki VNG telah sangat membantu saya dalam mencari responden penelitian, juga kepada admin Dress Up Diary: Fans Group dan grup Hello Nikki Indonesia Area di Facebook yang telah memberikan bantuannya selama proses penelitian awal. Tak lupa juga saya berterima kasih kepada seluruh responden yang telah terlibat dalam penelitian saya ini baik dalam wawancara, penelitian awal hingga pengambilan data dari awal hingga akhir. Berkat bantuan merekalah saya mampu menyelesaikan skripsi ini dan memperoleh pengetahuan baru seputar *casual gaming* di Indonesia.
18. Kak Susi, Mawi, Natalia, Dilla, Keyya dan teman-teman sejurusan lainnya (yang saya lupa namanya dan mungkin lupa juga orangnya) yang telah menjadi teman dalam perjalanan saya menyelesaikan skripsi yang berkesan ini. Terimakasih telah berbagi bantuan, dukungan, semangat, senyum, pengetahuan dan informasi!
19. Anita, sobat karib dari dunia maya yang keakrabannya melampaui batas ruang dan waktu. Terimakasih atas dukungan dan semangatnya yang paling membekas di dalam sanubari, bahkan di titik paling rendah sekalipun, Beb!
20. Tidak lupa saya ucapkan terima kasih kepada internet yang telah menjadi sumber referensi, lokasi penelitian, tempat berkomunikasi

sampai pemacu suasana hati. Tanpa internet, proses penelitian dan pengerjaan skripsi saya ini tentu akan tersendat secara total.

21. Butir ini saya persembahkan khusus teruntuk mendiang Powapowa-P dan grup idola Bangtan Sonyeondan (BTS). Ada banyak orang, baik nyata maupun rekaan, yang menemani saya selama proses pengerjaan skripsi ini namun pada akhirnya, karya-karya merekalah yang membangkitkan semangat untuk melanjutkan proses pengerjaan skripsi ini hingga selesai.

Saya percaya ucapan terima kasih yang tulus ini dapat sampai kepada pihak-pihak tersebut di atas, pihak-pihak lain yang belum tercantum identitasnya pada butir-butir tersebut di atas dan para pembaca karya tulis ilmiah ini dengan caranya masing-masing. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangan ilmu yang berarti bagi kita semua.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK (BAHASA INDONESIA)	vi
ABSTRAK (BAHASA INGGRIS).....	vii
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
UCAPAN TERIMA KASIH	x
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GRAFIK	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
 BAB I PENDAHULUAN	
Latar Belakang Masalah.....	1
Identifikasi Masalah.....	8
Batasan Masalah	9
Rumusan Masalah.....	9
Tujuan Penelitian	10
Manfaat Penelitian	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
Remaja	11
Definisi Remaja.....	11
Tugas Perkembangan Remaja	12
Gaya Hidup Hedonis	14
Definisi Gaya Hidup	14
Pengukuran Gaya Hidup	15
Definisi Hedonisme.....	16
Teori-teori Mengenai Hedonisme	17

Ciri-ciri Gaya Hidup Hedonis	18
Faktor Gaya Hidup Hedonis.....	19
Aspek Gaya Hidup Hedonis.....	19
Hedonisme pada Remaja.....	21
Casual Game	22
Definisi Casual Game	22
Fitur Casual Game	23
360mobi Miracle Nikki.....	25
Definisi 360mobi Miracle Nikki	25
Cara Bermain 360mobi Miracle Nikki.....	25
Fitur-fitur dalam 360mobi Miracle Nikki	26
Intensitas Bermain Game	28
Definisi Intensitas.....	28
Aspek Intensitas	28
Faktor Intensitas Bermain Game.....	29
Pengelompokan Pemain Game	30
Dampak Psikologis dari Bermain Game	32
Perbedaan Gaya Hidup Hedonis Remaja Putri Pemain Dress-Up Game	
Ditinjau dari Intensitas Bermain Game.....	34
Kerangka Konseptual.....	38
Hipotesis Penelitian	38
 BAB III METODE PENELITIAN	
Metode Penelitian	39
Identifikasi Variabel Penelitian.....	40
Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	40
Subjek Penelitian	41
Teknik Pengumpulan Data.....	42
Uji Validitas dan Reliabilitas	45
Metode Analisis Data.....	47
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
Orientasi Kancan Penelitian	49
Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian	49
Tahap Persiapan Administrasi	49
Tahap Persiapan Alat Ukur Penelitian	50
Tahap Pelaksanaan Penelitian	52
Tahap Analisis dan Pengolahan Data.....	53
Tahap Pembahasan.....	54
Hasil Penelitian	54
Pengelompokan Responden Berdasarkan Intensitas Bermain Game...	54
Uji Asumsi	55
Uji Homogenitas Varians	57
Hasil Perhitungan Analisis ANOVA	58
Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik.....	59
Pembahasan	62

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
Simpulan	69
Keterbatasan Penelitian.....	69
Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1	Aspek dan Indikator untuk Skala Intensitas Bermain <i>Game</i>	43
Tabel 2	Aspek dan Indikator untuk Skala Gaya Hidup Hedonis	44
Tabel 3	Tabel Ringkasan Anova untuk Menguji Hipotesis & Sampel	48
Tabel 4	Distribusi Butir Skala Intensitas Bermain Game	51
Tabel 5	Distribusi Butir Skala Gaya Hidup Hedonis Sebelum Uji Asumsi..	51
Tabel 6	Pengelompokan Responden Berdasarkan Intensitas Bermain Game	55
Tabel 7	Pengelompokan Responden Berdasarkan Durasi Bermain Game dalam Seminggu.....	55
Tabel 8	Distribusi Butir Skala Gaya Hidup Hedonis Setelah Uji Asumsi	56
Tabel 9	Hasil Uji Normalitas Sebaran	57
Tabel 10	Hasil Uji Homogenitas Berdasarkan IGB	57
Tabel 11	Hasil Uji Homogenitas Berdasarkan DGS	58
Tabel 12	Hasil Perhitungan Analisis ANOVA Berdasarkan IGB.....	58
Tabel 13	Hasil Perhitungan Analisis ANOVA Berdasarkan DGS.....	59
Tabel 14	Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik Berdasarkan IGB	61
Tabel 15	Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik Berdasarkan DGS.....	61

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1	Kerangka Konseptual Penelitian.....	38
----------	-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	78
Alat ukur penelitian	79
A – 1 Skala Intensitas Bermain Game	80
A – 2 Skala Gaya Hidup Hedonis	82
A – 3 Contoh Kuesioner Daring yang Belum Diisi	84
 Data penelitian	 93
B – 1 Data Penelitian Intensitas Bermain Game	94
B – 2 Data Penelitian Gaya Hidup Hedonis	95
 Hasil pengolahan data	 96
Lampiran validitas dan reliabilitas Skala Gaya Hidup Hedonis	97
Lampiran Uji Asumsi Normalitas Sebaran Data	100
Lampiran Uji ANOVA dan Homogenitas Gaya Hidup Hedonis Ditinjau dari IBG	101
Lampiran Uji ANOVA dan Homogenitas Gaya Hidup Hedonis Ditinjau dari DGS	103
 Lampiran Surat Izin Penelitian dan Surat Selesai Penelitian	 104
Lampiran Surat Izin Penelitian	105
Lampiran Surat Selesai Penelitian	106

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Remaja adalah kombinasi antara sisi anak-anak yang penuh dengan rasa ingin tahu dan semangat tinggi serta sisi dewasa di mana mereka mulai mencari tempat di dalam masyarakat dengan segala pengetahuan dan harapan akan masa depan. Masa remaja dianggap sebagai masanya mencari jati diri, maka para remaja berlomba-lomba mengekspresikan diri mereka dengan cara yang berbeda-beda. Mereka memanfaatkan minat dan bakat yang mereka miliki untuk membentuk dan mengungkapkan siapa diri mereka sebenarnya. Karakteristik remaja yang penuh energi dan semangat serta senang dihibur dengan hal-hal baru menjadikan remaja bebas menjelajah dunianya bahkan lingkungan di luar dunianya sekali pun untuk mencari hal-hal yang bisa dijadikan “mainan baru” yang asyik untuk didalami.

Pada saat berkelana itulah remaja bersentuhan dengan modernisme. Seiring berjalannya waktu, remaja semakin dimudahkan dalam mengakses informasi berkat teknologi yang semakin canggih. Komunikasi, termasuk media, berkembang pesat dari hari ke hari sehingga saat ini remaja hanya perlu menyentuhkan ujung jari mereka untuk mendapat informasi yang diinginkan atau bahkan yang nantinya akan menarik minat mereka. Dari situ, mereka mengadopsi nilai-nilai yang ditawarkan dan dipaparkan oleh media ke dalam aktivitas, pendapat dan minatnya, yang menjadi faktor penentu gaya hidup.

Mereka terus mencari hal apa saja yang membuat mereka bebas mengekspresikan diri mereka dan mengeksplorasi hal-hal di sekitar mereka,

terutama di waktu luang. Menurut Monks dkk (2006), mengisi waktu luang dapat menjadi suatu masalah tersendiri, di mana remaja harus dapat menemukan kesempatan untuk mengembangkan diri dan untuk melepaskan ketegangan. Remaja mendapatkan keduanya dari permainan. Permainan di sini tentu artinya berbeda dari permainan bagi anak-anak. Monks dkk (2006) melanjutkan, dorongan remaja ke arah originalitas – perwujudan diri yang asli, lain dari pada anak dan orang dewasa – menyebabkan remaja menggunakan waktu luangnya juga secara original. Remaja butuh permainan pengisi waktu luang yang cocok dengan gaya masa kini mereka.

Menurut Hellström (2013) motif paling umum untuk bermain adalah kesenangan. Bermain *game* menyediakan waktu untuk kesenangan dan relaksasi serta menjadi salah satu kegiatan waktu luang paling disukai oleh banyak remaja. Ada banyak permainan yang bisa dimainkan, baik sendirian maupun beramai-ramai bersama teman lainnya, untuk mengisi waktu luang tersebut. Karena adanya kecanggihan teknologi dari hari ke hari, pilihan permainan yang ada semakin berkembang dan beragam jenisnya. Remaja yang cenderung menyukai hal-hal baru pun menjadi tertarik akan produk yang canggih ini, sehingga mereka mencoba jenis-jenis *game* baru yang menarik minat mereka. Lebih jauh lagi, lanjut Hellström (2013), alasan remaja laki-laki senang memainkan MMORPG untuk mengejar perasaan telah mendapatkan pencapaian dan untuk motif sosial, sementara sebagian besar remaja putri bermain untuk mengisi waktu dan menghibur diri.

Para remaja yang berusaha menunjukkan betapa uniknya mereka dari yang lainnya ini pun menjadi pasar yang potensial untuk memasarkan produk-produk

baru, tak terkecuali produk *mobile game* yang digunakan sebagai hiburan dan pengisi waktu luang. Menurut Nurminen (2013), kelompok remaja / dewasa muda yang berusia di antara 13 – 24 tahun memiliki waktu luang yang lebih banyak dibanding kelompok usia lainnya sehingga para pemain muda menjadi target yang tepat untuk memasarkan judul-judul *game* yang saat bermain bisa menghabiskan waktu tergolong lama. Menurut hasil survei DI Marketing (2017) pada 295 responden di seluruh Indonesia, terdapat 51% jumlah pemain *game* yang berusia di bawah 25 tahun. Dari jumlah 295 responden tersebut, 65%-nya adalah perempuan. Fakta ini menarik, mengingat secara stereotipikal bermain *game* dianggap sebagai bagian dari dunia laki-laki.

Berkembangnya *casual game* dan *social game* (*game* yang dikoneksikan ke media sosial seperti Facebook) yang menawarkan kesenangan bermain dan waktu bermain yang fleksibel (bisa diatur sendiri oleh pemainnya) dan tidak membutuhkan waktu lama untuk menamatkannya sehingga bisa dimainkan di waktu senggang membuat kehadirannya semakin populer, terutama di kalangan perempuan. Menurut hasil survei DI-Marketing pada tahun 2017 tersebut, dinyatakan pula bahwa genre *casual* ini menjadi genre terpopuler untuk dimainkan para perempuan karena sistem bermainnya. Mereka dapat memainkan *game* ini di mana saja dan kapan saja sesuai hati mereka. Para pemain bisa saja memainkannya di rumah, di tempat-tempat publik atau bahkan di sekolah, kampus atau tempat kerja. Waktu yang digunakan untuk memainkannya juga dapat diatur. Sistem yang fleksibel ini dimungkinkan terjadi karena *game* kasual membatasi pemakaian *healthpoint* (disingkat HP serta memiliki sebutan dan bentuk yang beragam tergantung dari judul *game* yang dimainkan) hingga jumlah tertentu dan

agar HP dapat terisi penuh kembali setelah dihabiskan, maka pemain harus menunggu hingga beberapa waktu sebelum bisa bermain lagi. Waktu kosong ini dapat dimanfaatkan untuk mengerjakan hal-hal lain seperti belajar, makan, mengerjakan pekerjaan rumah dan lain sebagainya. Meskipun begitu, jika merasa belum puas memainkannya para pemain bisa mengeluarkan uang untuk *me-recharge* HP sehingga dapat bermain sepuas hati. Akibatnya, waktu yang digunakan untuk bermain tersebut tidak dimanfaatkan dengan baik untuk kegiatan lain yang sebenarnya lebih penting.

Semakin banyak pilihan *game* yang dirilis untuk telepon pintar membuat remaja perempuan semakin mudah menemukan *game* baru yang menawarkan pengalaman yang unik dan mengasyikkan. Permainan simulasi *dress-up* (berdandan) adalah sebuah kombinasi antara sistem permainan pengisi waktu luang yang menyenangkan dan kumpulan produk fesyen yang memikat mata, yang keduanya disukai oleh remaja putri. Inilah yang menjadikan para remaja putri betah bermain *game* ini dalam jangka waktu yang cukup lama. Salah seorang pemain game Miracle Nikki yang diwawancarai via pesan pribadi (PM) Facebook mengungkapkan alasan mengapa ia merasa betah dan nyaman memainkan *game* kesukaannya tersebut, selain sifat *game*-nya yang *casual* dan banyaknya *event* yang dijalankan:

“Nah menurut saya ini juga yang membuat betah bermain Nikki. Dalam 1 game tapi begitu banyak fitur lainnya, jadi tidak hanya sekedar untuk dress up fashion atau shopping saja. Kompetensi, kerja sama tim dan berkreasi pun ada di MN ini. Sehingga bermainnya tidak hanya satu hal saja tapi banyak kegiatan yang dapat dilakukan di dalam game MN, ditambah juga dengan ceritanya yang menarik, dan chapter yang banyak, membuat MN itu unik bisa dibilang juga gamedress up fashion yg anti-mainstream haha.” (Wawancara dengan Anonim 1 pada tanggal 25 April 2018).

Saat keinginan untuk mendapatkan kesenangan bertambah, maka bertambah kuat pula rasa membutuhkan sumber daya yang diperlukan untuk mendapatkannya. Di dalam kasus ini, pemain yang ingin memperoleh lebih banyak kesenangan dalam kegiatan bermain *game*-nya akan merasa butuh waktu, daya dan dana yang lebih banyak dari pemain lainnya yang kegiatan bermainnya biasa-biasa saja. Menurut Bosser dan Nakatsu (2006), biasanya kepemilikan aitem (seperti harta karun) yang amat diidam-idamkan oleh para pemain secara alami akan jatuh ke tangan pemain yang paling berjasa yaitu pemain yang sangat terlibat dalam dunia virtual tersebut, yang tidak lain dan tidak bukan adalah pemain *hardcore* dengan intensitas bermain *game* yang tergolong tinggi. Mengenai hal ini, seorang pemain menuturkan alasan mengapa ia merasa tidak mampu menabung stamina dan *in-game currency* yang didapatnya demi kesenangan bermain *game* lewat wawancara singkat melalui balasan pesan di media sosial Facebook:

“Karena banyak setelan bagus yang harus evolusi tentu memakai banyak stamina, sama halnya dengan diamond. Banyak setelan bagus di event yang membutuhkan banyak diamond, juga crafting yang sebagian biasanya perlu diamond.” (Wawancara dengan Anonim 2 pada tanggal 21 Mei 2018).

Seorang pemain lain yang mengaku bermain sebagai *free player* (pemain yang tidak pernah atau berusaha untuk tidak mengeluarkan uang sungguhan dalam bermain *game*) mengemukakan seberapa pentingnya *diamond* sebagai salah satu *in-game currency* yang menunjang keasyikan bermain *game*:

“Banyak fungsi sih. Bisa buat beli stamina atau gold. Beli baju juga ada yang pake diamond. Semakin banyak mungkin makin asyik sih bisa ikut event dengan bebas tapi yang bikin asyik bukan jumlah diamond-nya sebenarnya. Tapi proses ngumpulannya. Untuk dapetin dias kan harus nyelesaikan stage-stage dulu. Itu serunya. Berasa berjuang aja gitu ngumpulnya. (Saya beli diamond) pas ada promo juga sih. Cuma bayar sekitar 30 ribu kalo nda salah. Dapetin baju sama sekian ratus dias. Belinya juga karena ngerasa itu murah. Kalo

mahal masih mikir lagi mau beli. Kalo (top-up) bagiku sih pemborosan. tapi boros sekali-sekali untuk kesenangan kan nda papa ya hehehe.” (Wawancara dengan Anonim 3 pada tanggal 13 Juni 2018).

Lebih lanjut, pada balasan pesan pribadinya yang terbaru, sang pemain mengemukakan keuntungan mendapatkan keanggotaan VIP dalam *game* bagi mereka yang tergolong “*hardcore*” dalam bermain:

“Kalo di Nikki setiap top-up kita bisa dapat VIP dari VIP 1 sampe VIP 10. Kalo sudah VIP kita bisa dapat kado harian berupa stamina atau dias gitu. Bisa dapat diskon untuk beli-beli barang di toko. Bisa beli kesempatan di stage putri lebih dari sekali. Lumayan banyak sih untungnya. Tapi bagiku buat keuntungan yang didapat dari top-up nda seberapa dengan uang yang keluar sih kalo bagiku.” (Wawancara dengan Anonim 3 pada tanggal 6 Juli 2018).

Anonim 1 juga membagikan pengalaman bermainnya yang tergolong biasa-biasa saja sebagai berikut:

“Kalau khilaf sampai beli top-up belum pernah sih, recharge belum pernah. Saya masih lebih menyayangi uang meskipun game-nya game kesayangan. Sepertinya buat saya tidak ada reaksi dari orang sekitar (saat saya khilaf bermain terlalu lama). Saya main MN pun seperlunya saja tidak berlebihan, iyaa buat hiburan aja kalau sudah terhibur yaa cukup aja. Tapi saya pernah main berlebihan dgn waktu yg cukup lama, malah kalau terlalu lama jadinya bosen jenuh gitu. Jadi saya mainnya seperlunya saja untuk kebutuhan mengibur diri atau menemani diri saya. Saya kan serius bermain ketika ada event saja, hanya itu.” (Wawancara dengan Anonim 1 pada tanggal 26 April 2018).

Dari hasil wawancara tersebut, terlihat bahwa terdapat dua kelompok dengan sikap berbeda dalam bermain *dress-up game* tersebut, yaitu mereka yang begitu semangatnya mengejar kesenangan di dalam *game* sampai-sampai mengorbankan waktu, daya dan dananya dan mereka yang masih menahan diri dari kegiatan bermain *game* yang berlebihan. Di dalam *game* semacam ini, sifat, sikap dan kegiatan pemainnya akan mempengaruhi perilaku pembelian mereka di dalam *game*, baik saat membeli aitem pakaian / aksesoris maupun membeli *in-game currency* untuk menunjang keasyikan dalam bermain. Remaja memiliki

kecenderungan berperilaku impulsif (tanpa berpikir panjang sebelum bertindak) sehingga jika tidak berhati-hati mereka dapat terjebak dalam perilaku konsumtif yang merugikan diri mereka. Sifat remaja yang masih belum stabil dan belum mampu menyesuaikan antara keinginan dan kenyataan yang ada dapat memicu timbulnya gaya hidup hedonis. Ini dapat menjadi masalah karena remaja, yang masih menuntut ilmu di sekolah dan belum bekerja, masih belum mendapatkan penghasilan sendiri. Sumber pendapatan yang utama adalah uang saku yang diberikan oleh orangtua mereka. Menurut survei yang dilakukan tim PT MARS Indonesia di tahun 2015, remaja Indonesia tidak lagi banyak mengandalkan pada sisa uang saku sekolah. Mereka menggunakan uang saku yang tidak termasuk dalam uang sekolah yang bisa dipastikan nilainya jauh lebih tinggi. Jika uang saku ini tidak dapat dikelola dengan baik maka akan timbul masalah baru, seperti komunikasi antara orangtua dan anak yang memburuk karena bisa jadi anak akan takut mengaku bahwa uang sakunya habis atau malah berbohong agar mendapat uang saku tambahan serta munculnya perilaku boros dan berfoya-foya yang dapat menetap hingga dewasa nanti. Apalagi jika uang sakunya habis karena dibelanjakan untuk hal-hal yang ‘kurang penting dan tidak nyata’ seperti *in-game currency* yang digunakan untuk membeli barang-barang virtual di *online game*. Selain itu, terdapat dampak-dampak buruk lainnya dari intensitas *gaming* yang terlalu tinggi seperti masalah kesehatan. Contohnya adalah pada hasil penelitian Hellström (2013), terkuak fakta bahwa remaja putri lebih sering mengeluhkan “tidak punya waktu atau lupa makan” dan “kurang tidur” sebagai dampak buruk kebiasaan bermain MMORPG atas kesehatan mereka.

Dunia virtual yang terpampang nyata di dalam *game* memang ampuh dalam mengikat para pemainnya untuk terus bermain, lagi dan lagi. Lowry dkk (2013) menemukan bahwa sistem motivasi hedonis seperti *video games*, situs media sosial dan dunia virtual dapat menciptakan perilaku yang “mengubah kehidupan” (*life-altering*) bahkan kecanduan serta kemauan individu untuk menghabiskan banyak uang dan waktu yang tak terhitung lamanya saat bermain *game* yang menimbulkan rasa senang dan puas. Jika pemain *game* tidak bijaksana dalam bermain *game* seperti ini, bukan tidak mungkin gaya hidup hedonis akan mengakar dalam diri remaja Indonesia, terutama remaja putri. Belum lagi adanya bahaya kecanduan bermain *game* yang dapat mengakibatkan hal-hal buruk yang lebih serius, seperti terbengkalainya urusan pendidikan atau pekerjaan, tidak terurusnya kesehatan dan kebersihan diri, munculnya masalah keuangan karena seringnya membeli *in-game currency*, terhanyut dalam aliran waktu di dalam *game* sehingga pemain menjadi lupa akan dunia nyatanya bahkan yang lebih parah lagi dapat menyebabkan kematian. Mengejar kebahagiaan pun dapat berakhir tidak bahagia.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan, Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Perbedaan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Perempuan Pemain *Dress-Up Game* Ditinjau dari Intensitas Bermain Game.

1.1. Identifikasi Masalah

Setelah dilakukan pendalaman fenomena maka dapat diidentifikasi permasalahan yang hendak dibahas di dalam penelitian ini, yaitu perbedaan gaya hidup hedonis ditinjau dari intensitas bermain *game* para pemainnya.

Gaya hidup hedonis adalah salah satu dari beragam gaya hidup yang ada di dalam masyarakat. Gaya hidup ini mengutamakan kesenangan hidup dan cenderung menghindari hal-hal yang menimbulkan rasa tidak menyenangkan. Ketika pemain memainkan suatu *game* dengan tujuan hanya untuk memperoleh kesenangan maka perilaku, minat dan pendapatnya hanya berpusat pada kesenangan tersebut dan bagaimana cara memenuhinya. Pada para pemain *game*, salah satu faktor yang mempengaruhi munculnya kecenderungan gaya hidup hedonis adalah intensitas bermain *game*. Mereka yang benar-benar ingin mengejar kesenangan dari *game* yang dimainkannya akan mengupayakan waktu, daya dan dana mereka lebih banyak dari yang lain baik secara sadar maupun tidak sadar. Dengan memiliki fasilitas yang mereka perlukan, mereka dapat dengan mudah mencapai kesenangan dalam bermain *game* tanpa harus memikirkan perasaan buruk yang ada.

1.2. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah yang terkait dengan perbedaan gaya hidup hedonis pada remaja putri pemain *dress-up game* ditinjau dari intensitas bermain *game*-nya.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sebelumnya telah dikemukakan, rumusan permasalahan yang akan diteliti adalah: Apakah ada perbedaan gaya hidup hedonis pada remaja perempuan pemain *dress-up game* ditinjau dari intensitas bermain *game*-nya?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan apakah ada perbedaan gaya hidup hedonis remaja perempuan pemain *dress-up game* ditinjau dari intensitas bermain *game* secara empiris.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Untuk menambah referensi dalam bidang ilmu Psikologi, khususnya Psikologi Industri dan Organisasi, serta menjadi referensi bagi Peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian serupa.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk menjadi gambaran bagi para *gamer* remaja, khususnya pemain *dress-up game* sejenis 360mobi Miracle Nikki, kira-kira bagaimana kebiasaan *gaming* yang tergolong baik dan mana yang dapat memicu munculnya gaya hidup hedonis yang dapat mengganggu kehidupan mereka agar mereka terhindar dari efek-efek buruk tersebut.
- b. Untuk menjadi acuan bagi orangtua dan pendidik mengenai kebiasaan *gaming* mana saja yang dapat memicu munculnya gaya hidup hedonis sehingga kemunculannya dapat dikenali, dicegah dan diatasi.

BAB II

KAJIAN TEORI

1. Remaja

A. Definisi Remaja

Menurut Santrock (2007), masa remaja didefinisikan sebagai periode transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa yang melibatkan perubahan-perubahan biologis, kognitif dan sosio-emosional. Di Amerika Serikat dan sebagian besar budaya lainnya, masa remaja dimulai sekitar usia 10 hingga 13 tahun dan berakhir pada sekitar usia 18 hingga 22 tahun. Perubahan biologis, kognitif dan sosio-emosional yang dialami remaja dapat berkisar mulai dari perkembangan fungsi seksual hingga proses berpikir abstrak hingga kemandirian. Adapun penggolongan remaja menurut Thornburg (dalam Dariyo, 2004) terbagi dalam 3 tahap, yaitu:

- a. Remaja awal (usia 13 – 14 tahun) di mana umumnya individu telah memasuki pendidikan di bangku sekolah menengah pertama (SMP)
- b. Remaja tengah (usia 15 – 17 tahun), di mana umumnya individu sudah duduk di sekolah menengah atas (SMA)
- c. Remaja akhir (usia 18 – 21 tahun), di mana umumnya sudah memasuki dunia perguruan tinggi atau lulus SMA dan mungkin sudah bekerja.

Sementara itu, menurut Sarwono (2011), umumnya di Indonesia usia remaja dibatasi dari umur 11 – 24 tahun, dengan pertimbangan bahwa usia 11 tahun adalah usia ketika pada umumnya tanda-tanda seksual sekunder mulai tampak, sehingga dimulailah masa akil balig menurut kriteria sosial. Batas umur 24 tahun, lanjut Sarwono (2011), merupakan batas maksimal seseorang belum dapat memenuhi persyaratan kedewasaan secara sosial maupun psikologis, seperti menggantungkan diri pada orangtua, belum mempunyai hak-hak penuh sebagai orang dewasa (secara

adat / tradisi), belum bisa memberikan pendapat sendiri dan sebagainya. Meskipun begitu, banyak juga orang yang telah mencapai kedewasaannya sebelum batas umur tersebut. Remaja juga adalah orang-orang yang belum menikah, karena status perkawinan adalah tanda bahwa seseorang telah mencapai status dewasa penuh baik secara hukum maupun dalam kehidupan masyarakat dan keluarga.

Dari teori-teori di atas dapat diambil simpulan bahwa remaja adalah seseorang yang berumur antara 13 sampai 18 hingga 21 tahun yang mengalami perubahan fisik, sosio-emosional dan intelektual.

B. Tugas-tugas Perkembangan Remaja

Menurut Herboenangin (dalam buku Mengenal dan Memahami Masalah Remaja, 1996) terdapat sepuluh tugas-tugas perkembangan remaja, yaitu:

1. Remaja harus mampu menjalin relasi (hubungan) lebih matang dengan teman-teman sebayanya. Relasi yang dimaksud adalah relasi yang didasarkan atas kesamaan minat, saling memberi, saling menerima, dan saling menghormati.
2. Remaja harus dapat menjalankan peranan dan tingkah laku yang sesuai dengan jenis kelaminnya.
3. Remaja sudah harus mampu menerima keadaan fisiknya sebagai mana adanya. Bahkan diharapkan dengan fisik yang ia miliki itu dapat ia manfaatkan seoptimal mungkin untuk mencapai keberhasilan-keberhasilan (prestasi) di masyarakat.
4. Remaja pun harus bisa melepaskan ketergantungan emosional dengan orangtua dan orang dewasa lain. Ia tidak lagi terlalu banyak mengeluh dan meminta perlindungan dari orang lain.

5. Remaja harus mulai memikirkan tentang kemandirian ekonomi di masa depan.
Remaja seyogianya sudah tidak berpikir bahwa ia akan terus-menerus dibiayai oleh orangtuanya.
6. Remaja perlu menyiapkan diri dan merencanakan bagaimana masa depannya.
7. Remaja perlu mempersiapkan diri untuk kehidupan perkawinan dan berkeluarga.
8. Remaja perlu menyumbangkan keterampilan intelektual dan sikap-sikapnya sebagai anggota masyarakat yang baik.
9. Remaja harus mulai memiliki tanggung jawab sosial.
10. Remaja pun diharapkan sudah mempunyai suatu sistem nilai dari etika dalam hal bertingkah laku.

Sementara itu menurut Carballo (dalam Sarwono: 2011), terdapat enam penyesuaian diri yang harus dilakukan remaja, yaitu:

1. Menerima dan mengintegrasikan pertumbuhan badannya dalam kepribadiannya.
2. Menentukan peran dan fungsi seksualnya yang adekuat (memenuhi syarat) dalam kebudayaan di mana ia berada.
3. Mencapai kedewasaan dengan kemandirian, kepercayaan diri dan kemampuan untuk menghadapi kehidupan.
4. Mencapai posisi yang diterima oleh masyarakat.
5. Mengembangkan hati nurani, tanggung jawab, moralitas dan nilai-nilai yang sesuai dengan lingkungan dan kebudayaan.
6. Memecahkan problem-problem nyata dalam pengalaman sendiri dan dalam kaitannya dengan lingkungan.

Dari penjabaran di atas dapat ditarik simpulan bahwa tugas perkembangan di masa remaja adalah menghentikan perilaku-perilaku yang mencerminkan sikap yang kekanak-kanakan dan mempersiapkan diri untuk masuk ke dalam masa dewasa yang lebih kompleks dan penuh tanggung jawab.

1. Gaya Hidup Hedonis

A. Definisi Gaya Hidup

Ada beberapa pengertian gaya hidup yang dikemukakan oleh beberapa ahli, di antaranya sebagai berikut:

1. Menurut Kotler dan Keller (2009), gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Gaya hidup memotret interaksi “seseorang secara utuh” dengan lingkungannya.
2. Menurut Minor dan Mowen (2002), gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Gaya hidup merujuk pada manifestasi eksternal dari kepribadian, yang merupakan karakteristik internal seseorang.
3. Menurut Lindquist & Siegy (2009), gaya hidup adalah sebuah konstelasi dari karakteristik-karakteristik individual yang mencerminkan perilaku-perilaku tertentu, seperti partisipasi dalam kelompok sosial dan hubungan dengan orang terdekat, keterikatan untuk melakukan perilaku-perilaku tertentu dan adanya minat hidup yang terpusat, serta dapat memiliki beragam variasi menurut variabel yang relevan secara sosiologis, seperti umur, jenis kelamin, kebudayaan, kelas sosial dan daerah tempat tinggal.

Dengan demikian dapat ditarik simpulan bahwa secara umum gaya hidup adalah cara seseorang hidup yang terdiri dari perilaku atau kegiatan, minat dan

pendapat yang membentuk sebuah pola unik (berbeda-beda pada setiap individu) yang mencerminkan dan menggambarkan keseluruhan kepribadian dan konsep dirinya untuk mencapai tujuan hidup yang dibuatnya untuk dirinya sendiri.

B. Pengukuran Gaya Hidup

Untuk mencari tahu tentang bagaimana manusia menjalani hidupnya diperlukan pengukuran gaya hidup. Pengukuran ini disebut juga psikogram atau pengukuran psikografis. Menurut Assael (1992), terdapat tiga kategori besar dalam psikogram yaitu *activity* (kegiatan) yang terdiri dari pekerjaan, hobi, kegiatan sosial, liburan, hiburan, keanggotaan klub, komunitas, belanja, olahraga; *interest* (minat) yang terdiri dari keluarga, rumah, pekerjaan, komunitas, rekreasi, mode, makanan, media dan prestasi; *opinion* (pendapat) yang terdiri dari diri mereka sendiri, masalah sosial, politik, bisnis, ekonomi, pendidikan, produk, masa depan dan budaya. Menurut Mowen dan Minor (2002), pernyataan AIO yang digunakan untuk mengetahui gaya hidup dijabarkan sebagai berikut:

1. Pertanyaan Aktivitas (*activity questions*)

Meminta konsumen mengindikasikan apa yang mereka lakukan, apa yang mereka beli, dan bagaimana mereka menghabiskan waktu mereka.

2. Pertanyaan Minat (*interest question*)

Memfokuskan pada preferensi dan prioritas konsumen

3. Pertanyaan Opini (*opinion question*)

Menyelidiki pandangan dan perasaan konsumen mengenai topik-topik peristiwa dunia, lokal, moral, ekonomi dan sosial.

Berdasarkan hasil pengukuran ini maka didapatkanlah gaya hidup konsumen dilihat dari pernyataan-pernyataan yang disetujuinya di dalam pengukuran, misalnya

pengkategorian menurut Wells dan Tigert (dalam Assael, 1992) yang di antaranya terdapat kelompok sadar harga, sadar mode, terpusat pada anak, penyuka kesendirian di rumah, pehobi masak, pencari informasi dan sebagainya.

C. Definisi Hedonisme

Menurut Weijers (2011) dalam Internet Encyclopedia of Philosophy, istilah hedonisme berasal dari kata dalam bahasa Yunani ἡδονή (*hēdonē*) yang berarti kesenangan. Hedonisme merujuk kepada beberapa teori yang berhubungan mengenai apa yang baik bagi manusia, bagaimana manusia harus berperilaku dan apa yang memotivasi manusia untuk berperilaku dengan caranya sendiri, di mana di dalamnya hanya terkandung dua elemen penting: kesenangan (*pleasure*) dan rasa sakit (*pain*). Hedonisme yang bersifat filosofis cenderung berfokus pada teori hedonistik mengenai nilai, dan khususnya mengenai kesejahteraan (kehidupan yang baik bagi orang yang menjalaninya). Sebagai teori mengenai nilai, hedonisme menyatakan bahwa pada hakekatnya, seluruh dan satu-satunya kesenangan berharga dan seluruh dan satu-satunya rasa sakit tidak berharga. Para hedonis biasanya mendefinisikan kesenangan dan rasa sakit secara luas, seperti memasukkan fenomena fisik dan mental. Jadi, kegiatan seperti pijatan lembut dan mengingat kenangan yang indah akan menyebabkan timbulnya kesenangan, sementara melukai jari kaki dan mendengar berita kematian orang yang dicintai akan menyebabkan timbulnya rasa sakit.

D. Teori-teori Mengenai Hedonisme

Ada beberapa teori dan pendapat yang dikemukakan para ahli dan filsuf mengenai hedonisme, di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Schneirder (1976) berpendapat bahwa secara tersirat, orang-orang berasumsi bahwa kesenangan, kebahagiaan dan merasa gembira adalah tujuan alami dilakukannya perilaku. Kebanyakan teori hedonisme maju selangkah di depannya, namun bagaimana pun juga teori-teori tersebut juga menyatakan bahwa motif dasar satu-satunya adalah untuk mencari kesenangan dan menghindari rasa sakit. Bahkan banyak atau semua perilaku manusia didahului oleh perhitungan tentang konsekuensi kesenangan – kesakitan apa yang terjadi sebagai dampak dilakukannya perilaku tersebut.
2. John Thibaut dan Harold Kelley (dalam Schneirder, 1976) mendalilkan bahwa orang-orang mencari situasi dengan keuntungan terbaik atau rasio harga dari hadiah (*reward cost*). Jadi, setidaknya secara tersirat, orang-orang memperhitungkan hadiah yang diharapkan versus harganya dan menyesuaikan perilaku mereka untuk memaksimalkan yang terdahulu. Lebih jauh lagi, interaksi antara orang-orang dipandang sebagai pertukaran hadiah dan harga. Pendapat ini sering disebut teori pertukaran. Di dalam sosialisasi individu dengan orang lain, hal ini lebih dikenal dengan istilah *take and give*: seseorang ingin menjalin hubungan dengan orang lain karena adanya manfaat atau keuntungan yang bisa didapatkan dari hubungan tersebut dengan tidak terlalu mengorbankan diri individu tersebut dalam berhubungan dengan orang lain, begitu pula sebaliknya. Manfaat atau keuntungan yang didapat dan apa yang harus dilakukan untuk mendapatkannya bersifat subjektif, artinya

berbeda-beda bagi setiap orang tergantung seperti apa persepsi orang tersebut terhadap orang yang akan berhubungan dengannya.

3. Menurut Minor dan Mowen (2002), pada riset konsumen konsumsi hedonik (*hedonic consumption*) merujuk pada kebutuhan konsumen untuk menggunakan produk dan jasa dalam menciptakan fantasi, perasaan sensasi baru dan memperoleh dorongan emosional. Umumnya istilah hedonisme merujuk pada perolehan kesenangan melalui perasaan, akan tetapi dalam konteks perilaku konsumen istilah ini lebih kompleks. Perasaan yang dicari konsumen mungkin bukanlah kesenangan yang seragam. Bisa saja konsumen merasa puas setelah naik wahana permainan *roller coaster* yang mendebarkan atau menonton film horor yang menakutkan. Keinginan emosional ini akan mempengaruhi konsumen dalam memilih dan membeli produk.

E. Ciri-ciri Gaya Hidup Hedonis

Menurut Susianto (dalam Martha dkk, 2008), karakteristik remaja yang cenderung hedonis adalah sebagai berikut:

1. Mengarahkan aktivitasnya untuk mencapai kenikmatan hidup
2. Sebagian perhatiannya ditujukan ke luar rumah
3. Orientasinya eksternal
4. Merasa mudah berteman meskipun pilih-pilih
5. Ingin menjadi pusat perhatian
6. Waktu luang hanya untuk bersenang-senang.

Dari penjabaran di atas dapat ditarik simpulan bahwa ciri-ciri gaya hidup hedonis adalah mengarahkan aktivitas untuk mencapai kesenangan hidup dan berusaha untuk mendapatkan apapun yang menyenangkan hati.

F. Faktor Gaya Hidup Hedonis

Menurut Kotler (dalam Nadzir dan Ingarianti, 2015), faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup adalah faktor internal dan faktor eksternal, antara lain:

1. Faktor internal

Faktor internal meliputi sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi.

2. Faktor eksternal

Faktor eksternal terdiri dari kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

G. Aspek Gaya Hidup Hedonis

Menurut Susianto (dalam Kusumastuti, 2006), ada tiga aspek dalam gaya hidup hedonis yaitu:

1. Kesenangan hidup

Kesenangan hidup adalah hal-hal yang dapat menimbulkan rasa senang, puas dan nikmat saat dimiliki dan digunakan oleh seorang individu.

2. Pusat perhatian

Pusat perhatian adalah keadaan di mana seorang individu diperhatikan oleh khalayak ramai.

3. Fasilitas

Fasilitas adalah barang-barang fisik yang dapat digunakan untuk menciptakan rasa senang, puas dan nikmat pada seorang individu.

Sementara itu, Bentham (seperti yang dilansir dalam situs philosophy.lander.edu) merumuskan metode Kalkulus Hedonis untuk menghitung banyak kesenangan dan

rasa sakit yang disebabkan oleh perilaku berbeda. Metode ini mengidentifikasi beberapa aspek kesenangan yang menyokong nilainya, antara lain:

1. *Intensity* (intensitas)

Merujuk pada seberapa kuat kesenangan atau sakit yang dirasakan.

2. *Duration* (durasi)

Merujuk pada seberapa lama kesenangan atau rasa sakit dirasakan

3. *Certainty* (kepastian)

Merujuk pada kemungkinan terjadinya kesenangan atau rasa sakit.

4. *Propinquity* (keadaan dekat)

Merujuk pada seberapa jauh di masa depan kesenangan atau rasa sakit akan didapatkan.

5. *Fecundity* (keproduktifan)

Merujuk pada kemungkinan di mana kesenangan akan mengarah pada kesenangan lainnya.

6. *Purity* (kemurnian)

Merujuk pada kemungkinan di mana rasa sakit yang satu akan membawa rasa sakit lainnya.

7. *Extent* (luas)

Merujuk pada seberapa banyak orang yang terpengaruh dari kesenangan yang dialami.

Dari penjabaran di atas maka dapat ditarik simpulan bahwa aspek-aspek gaya hidup hedonis antara lain kesenangan hidup, pusat perhatian dan fasilitas yang dimiliki pemain *game*.

H. Hedonisme pada Remaja

Pada dasarnya, gaya hidup hedonis pada remaja memiliki akar yang sama, yaitu ingin mendapatkan kesenangan dengan cara-cara tersendiri. Dari hasil penelitian Putri (2017) pada siswa SMA Kristen Lab Satya Wacana Salatiga, didapatlah ciri dan karakteristik hedonisme yang terlihat dari para respondenya, yaitu membeli sesuatu karena tren, bukan karena kebutuhan dan spesifikasi; merasa bergengsi ketika menggunakan barang dengan merek ternama karena remaja membutuhkan pengakuan dari orang lain; menghabiskan waktu senggang dengan mengunjungi kafe minimal seminggu sekali dan penggunaan *gadget* yang berlebihan yaitu lebih dari 40 jam per bulan (10 jam dalam seminggu). Mereka juga bersikap konsumtif dan mengajak teman-teman sebayanya untuk ikut bersikap serupa. Adapun dampak yang muncul dari gaya hidup hedonis tersebut adalah memiliki rasa malu ketika diharuskan menggunakan produk yang memiliki merek kurang ternama; menjadi ajang untuk pamer, bersaing dengan teman dan uang saku pemberian orangtua digunakan untuk membeli hal-hal yang kurang bermanfaat demi gengsi.

Sementara itu, dari hasil penelitian Lukitasari (2013) terhadap mahasiswa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Surabaya angkatan 2012-2013, didapati ciri-ciri hedonisme yang tampak yaitu cenderung mengikuti keinginan yang spontan muncul, memiliki relativitas kenikmatan di atas rata-rata dan lebih mengutamakan kebutuhan bersifat duniawi. Bagi para mahasiswa tersebut, lanjut Lukitasari (2013), setiap orang memerlukan kesenangan dan hiburan sebagai penyeimbang, namun pada sisi lain mereka juga sadar bahwa hedonisme tidak semata-mata merupakan hal yang penting bahkan menjadi kebutuhan. Dampak yang muncul akibat gaya hidup tersebut adalah penundaan dalam mengerjakan tugas perkuliahan, IP semester / IPK anjlok, riwayat mengulang pada beberapa mata kuliah dan tidak aktif pada perkuliahan.

Berdasarkan paparan di atas maka dapat ditarik simpulan bahwa hedonisme pada remaja memiliki ciri-ciri yaitu cenderung mengikuti keinginan duniawi secara spontan, memiliki tingkat standar kesenangan yang di atas rata-rata, melakukan tindakan-tindakan yang bertujuan untuk mendapatkan kesenangan dan mengisi waktu luang dengan hal-hal yang hanya memberikan kesenangan. Sementara itu, dari paparan di atas, dampak gaya hidup hedonis pada remaja antara lain hidup boros, senang bersaing / pamer dan terganggunya aktivitas pendidikan.

2. *Casual Game*

A. Definisi *Casual Game*

Menurut Wikipedia, *casual game* adalah *video game* yang ditujukan atau digunakan oleh banyak orang dengan genre dan sistem bermain yang tidak dibatasi. *Casual game* dapat dengan mudah dikenali dari peraturan permainannya yang sederhana dan kurangnya komitmen dalam memainkannya. Komitmen jangka panjang dan kemampuan khusus tidak diperlukan untuk memainkannya. Jenis permainan ini biasanya dimainkan di komputer pribadi baik secara *online* atau *offline* namun permainan ini juga banyak ditemukan dalam konsol permainan dan telepon genggam / telepon pintar.

Sementara itu, menurut Laporan Pasar 2007 Casual Games Association di dalam 2008-2009 Casual Games White Paper, *casual game* adalah permainan video yang dikembangkan untuk konsumen yang banyak (massa), bahkan untuk mereka yang tidak merasa bahwa diri mereka adalah ‘*gamer*’.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat ditarik simpulan bahwa *casual game* adalah jenis permainan yang dikembangkan dan ditujukan untuk orang banyak dengan

ciri khas sistem permainannya yang sederhana dan dapat dimainkan di perangkat *gadget* apa saja baik secara *online* maupun *offline*.

B. Fitur *Casual Game*

Menurut Wikipedia, kebanyakan *casual games* memiliki fitur-fitur sebagai berikut:

1. Cara bermain yang sangat mudah, seperti *game puzzle* yang dapat dimainkan secara keseluruhan menggunakan satu tombol pada taktikus atau tombol telepon genggam.
2. Genre permainannya sudah dikenal banyak orang, seperti permainan kartu atau papan.
3. Bisa dimainkan secara singkat atau selama waktu istirahat bekerja. Bisa pula dimainkan di tempat umum jika menggunakan *gadget* portabel.
4. Pemain dapat mencapai *stage* terakhir dengan cepat atau bermain secara berkelanjutan (tidak ada akhirnya) tanpa harus menyimpan data permainan yang saat itu dimainkan.
5. Pemain dapat mencoba permainan yang ada sebelum membeli versi penuh (*full*).

Menurut Brathwaite dan Schreiber (2009), terdapat beberapa fitur dalam *casual game*, yaitu:

1. Mudah dipelajari

Kebanyakan *casual game* memiliki instruksi yang sangat terbatas, seperti *drag* (geser), *drop* (jatuhkan), dan *click / tap* (mengeklik / menyentuh objek). *Casual game* dimulai dengan gambaran permainan yang dijelaskan dalam dua atau tiga kalimat kemudian pemain diminta mengikuti arahan untuk

memainkan *game* sendiri, sehingga cara bermainnya hampir selalu jelas hanya dengan melihat *game* tersebut.

2. Tingkat kerumitan dikurangi

Casual game dimainkan berdasarkan rangkaian peraturan sederhana yang membentuk sebuah pola yang terus diulang-ulang selama proses bermain *game* berlangsung. Kesederhanaan dan kemudahan tampilan antarmuka (*interface*) memungkinkan terjadinya proses bermain *game* yang santai dan tidak membuat pemain merasa tertekan.

3. Memiliki konflik yang ringan

Konflik di dalam *casual game* tidak memberatkan pemain dalam memainkannya. Secara umum, konflik di dalam *casual game* terdiri atas pemain melawan *game* (semakin lama cara bermain semakin sulit sampai pemain menyelesaikannya atau menjadi kewalahan), pemain mencoba mengalahkan skor dalam permainan dan pemain mencoba menyelesaikan permainan sesuai jangka waktu tertentu.

4. Waktu bermain yang singkat.

Secara umum, durasi bermain *casual game* diukur dalam menit sampai jam. Begitupun, beberapa permainan memiliki modus permainan tanpa batas di mana pemain dapat bermain *game* selama yang diinginkannya.

5. Kurangnya komitmen dalam memainkan *game*

Salah satu keuntungan memainkan *casual game* adalah jika pemain berhenti bermain untuk sementara waktu, progres bermain *game* tidak akan berubah dan tidak akan ada yang hilang. Pemain dapat dengan bebas mengatur jam bermain untuk melakukan hal lain tanpa takut ketinggalan progresnya.

6. Ramah keluarga

Agar dapat disebut sebagai *casual game*, permainan haruslah mudah dimainkan, memiliki fitur yang dapat digunakan oleh segala usia dan konten di dalamnya harus aman dikonsumsi bahkan untuk anak-anak.

Dari penjabaran di atas dapat diambil simpulan bahwa fitur *casual game* antara lain cara bermain yang mudah dan tidak rumit untuk dimainkan semua orang, berkonflik ringan dan sederhana serta tidak memerlukan komitmen kuat dalam memainkannya.

3. 360mobi Miracle Nikki

A. Definisi 360mobi Miracle Nikki

360mobi Miracle Nikki (360mobi Keajaiban Nikki) adalah *casual game* bergenre *dress-up game*. Game ini dirilis oleh VNG Game Publishing pada tanggal 9 Februari 2017. Versi *game* Miracle Nikki ini dirilis di server Amerika Serikat, Vietnam, Thailand dan Indonesia. Per 4 April 2018, *game* ini telah diunduh sebanyak lebih dari lima ratus ribu kali dan memiliki nilai 4,2 bintang. *Game* ini termasuk dalam kategori *freemium*, di mana *game* dapat diunduh secara gratis tetapi tersedia juga aitem yang dapat dibeli dengan menggunakan kartu kredit/debit dan potong pulsa ponsel melalui metode pembayaran Google *Payment* dengan rentang harga mulai dari Rp. 13.000 (\$ 1) sampai lebih dari Rp. 1.000.000 per aitem.

B. Cara Bermain 360mobi Miracle Nikki

Memainkan *game* 360mobi Miracle Nikki ini cukup mudah, karena pengoperasiannya hanya menggunakan *tap* (menyentuh objek) dan *scroll* (menggeser layar) saja. Untuk menyelesaikan misi, pemain harus memadupadankan penampilan

sesuai situasi dan syarat yang ditentukan, dari pakaian yang dikenakan sampai rias wajah dan aksesoris pelengkap hingga mendapat skor (dilambangkan dengan F, D, C, B, A dan S yang adalah nilai tertinggi). Terdapat kemampuan (*skill*) yang dapat digunakan untuk menaikkan skor pemain atau menurunkan skor lawan saat menyelesaikan misi atau bertanding melawan pemain lain.

C. Fitur-fitur dalam 360mobi Miracle Nikki

Seperti yang dilansir oleh laman situs jaringan resminya, *game* ini memiliki beberapa fitur permainan, antara lain:

1. Kompetisi (*Competition*)

Di sini, pemain mendandani karakter utama (Nikki) sesuai tema yang diberikan selama seminggu ke depan. Pemain dapat menjadi juri atas penampilan pemain lain juga dapat mendukung temannya di dalam *game* bahkan meminta dukungan “like” dari teman-temannya tersebut.

2. Perjalanan (*Journey*)

Di sini, pemain memainkan karakter tokoh utama, Nikki, yang ditemani oleh beragam NPC (*non-playable characters*; karakter yang tidak dimainkan tapi ada di dalam cerita) untuk menyelesaikan berbagai misi yang dihadapi sesuai alur cerita yang dimainkan. Pemain mendandani Nikki sesuai dengan tema yang diberikan di setiap misi dan berlomba untuk mendapatkan nilai setinggi mungkin untuk menyelesaikan misi tersebut dan mendapatkan imbalan seperti aitem pakaian, poin pengalaman (EXP) dan Emas.

3. Arena Penata Busana (*Stylist's Arena*)

Di sini, pemain akan bersaing melawan pemain lainnya untuk meraih ranking tertinggi dan mendapatkan emas (*gold*), berlian (*diamond*) dan koin Starlight

(*starlight coin*) yang dapat ditukar dengan resep pakaian yang bernilai tinggi. Musim arena akan berganti setiap minggu sehingga pemain dapat berusaha untuk mencapai ranking yang lebih tinggi minggu depannya.

4. Ruang Misteri (*Mystery House*)

Ruang Misteri merupakan sebutan dari *raffle* / *gacha* (undian) di dalam *game* ini, di mana pemain berkesempatan mendapatkan aitem pakaian secara acak (*random*). Terdapat beberapa ragam *raffle* yang diberikan yang dapat dimainkan secara gratis sekali setiap beberapa saat (satu atau dua hari sekali tergantung jenisnya) atau membayar sejumlah emas / berlian tertentu. Pemain juga bisa menukarkan aitem yang didapat secara khusus dari *raffle* dengan aitem pakaian eksklusif bernilai tinggi.

5. Studio Desain (*Recipe Workshop*)

Di sini, pemain dapat membuat aitem pakaian atau aksesoris sesuai resep yang telah didapatkan sebelumnya. Untuk membuat aitem tersebut, pemain perlu mengumpulkan bahan-bahan yang tercatat dalam resep, yang didapatkan dari Perjalanan, membeli di Toko Pakaian, hasil penukaran aitem khusus atau aitem yang dibuat dari resep lain.

6. Aliansi Penata Busana (*Stylist Association*)

Di sini, pemain dapat membentuk aliansi / kelompok yang bertujuan untuk aktif dan saling membantu agar mendapatkan koin aliansi yang dapat ditukar dengan kemampuan (*skill*), pakaian ataupun bahan pelengkap resep. Aliansi ini dapat juga dijadikan sarana untuk bertemu dengan teman baru dan saling berbagi informasi seputar *game*.

4. Intensitas Bermain *Game*

A. Definisi Intensitas

Menurut Chaplin (1968), intensitas memiliki tiga pengertian sebagai berikut:

1. Satu sifat kuantitatif dari satu penginderaan yang berhubungan dengan intensitas perangsangnya, seperti kecemerlangan suatu warna atau kerasnya suatu bunyi.
2. Kekuatan sebarang tingkah laku atau sebarang pengalaman, seperti intensitas suatu reaksi emosional.
3. Kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau suatu sikap.

Berdasarkan teori di atas, maka dapat ditarik simpulan bahwa intensitas adalah satu sifat kuantitatif yang menyatakan kekuatan tingkah laku atau pengalaman, serta yang mendukung suatu pendapat atau sikap.

B. Aspek Intensitas

Dalam karya tulisnya, Liao dkk (2016) mengemukakan bahwa ukuran yang secara umum dipakai untuk mengukur intensitas pengalaman bermain *game* seorang pemain adalah jam bermain selama seminggu. Mengutip pernyataan Neys dkk (dalam Liao dkk, 2016), karena tidak ada alat ukur laporan pribadi (*self-report*) untuk mengukur intensitas pengalaman pemain *game* yang dibagikan secara global, maka penggunaan secara teratur atas jam bermain selama seminggu yang digunakan sebagai dasar penentuan seberapa intens pengalaman *gaming* seorang pemain *game*.

Sementara itu, menurut Kallio dkk (2011), terdapat tiga sudut pandang dalam melakukan pendekatan terhadap intensitas bermain *game*, yaitu:

1. *Length of gaming sessions*

Merujuk pada lamanya waktu yang digunakan setiap kali bermain *game*.

2. *The regularity of gaming*

Merujuk pada seberapa sering pemain memainkan *game*.

3. *The level of concentration*

Merujuk pada seberapa fokus pemain dalam memainkan *game*.

Berdasarkan teori di atas, maka dapat ditarik simpulan bahwa aspek intensitas bermain *game* antara lain durasi, frekuensi dan tingkat konsentrasi saat memainkan *game*.

C. Faktor Intensitas Bermain Game

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi intensitas bermain *online game* (dalam Lumban, 2012) antara lain:

1. Gender

Gender dapat mempengaruhi seseorang menjadi kecanduan terhadap *online game*. Laki-laki dan perempuan sama-sama tertarik pada fantasi *online game*. Menurut Imanuel (dalam Lumban, 2012), beberapa penelitian menyatakan bahwa laki-laki lebih mudah menjadi kecanduan terhadap *game* dan menghabiskan lebih banyak waktu berada dalam toko *game* elektronik dibandingkan anak perempuan.

2. Kondisi psikologis

Pemain *online game* sering bermimpi mengenai *game*, karakter mereka dan berbagai situasi. Fantasi di dalam *game* menjadi salah satu keuntungan bagi pemain dan kejadian-kejadian yang ada pada *game* sangat kuat, yang mana hal ini membawa pemain dan menjadi alasan mereka untuk melihat permainan itu

kembali. Pemain menyatakan dirinya termotivasi bermain karena bermain *game* itu menyenangkan dan memberikan kesempatan untuk bereksperimen. Pemain juga tanpa sadar termotivasi karena bermain *game* memberikan kesempatan untuk mengekspresikan dirinya karena jenuh terhadap kehidupan nyata mereka. Kecanduan *online game* juga dapat menimbulkan masalah-masalah emosional seperti depresi dan gangguan kecemasan karena ingin memperoleh nilai yang tinggi dalam bermain *online game*.

3. Jenis *game*

Game merupakan tempat di mana para pemain mungkin bisa mengurangi rasa bosannya terhadap kehidupan nyata. *Online game* merupakan bagian dari dimensi sosial yang dapat menghilangkan stereotip rasa kesepian, ketidakmampuan bersosial bagi pemain yang kecanduan. Jenis *online game* dapat mempengaruhi seseorang kecanduan *online game*. Pemain dapat menjadi kecanduan karena permainan yang baru atau permainannya yang menantang. Hal ini menyebabkan pemain semakin sering termotivasi untuk memainkannya.

D. Pengelompokan Pemain Game

Menurut CGA Market Report Fall 2013 yang disusun oleh Newzoo, terdapat tiga pengelompokan pemain *mobile game* berdasarkan intensitas bermain *game*-nya, yaitu:

1. Core

Para pemain *game* di dalam kelompok ini menganggap bahwa bermain *game* adalah bagian penting dalam hidupnya dan mereka menghabiskan waktu luang yang lebih banyak untuk memainkan *game*. Mereka menyukai *game* penuh

aksi yang membuat mereka terlarut di dalamnya dan senang berkompetisi dengan pemain lainnya. Mereka juga tidak segan mengeluarkan uang untuk membeli sesuatu di dalam *game*.

2. *Mid-core*

Pemain *mid-core* (atau cukup disebut *mid* saja) bermain *game* secara teratur dan menyukai *game* yang membuat mereka terlarut di dalamnya, akan tetapi mereka tidak menghabiskan waktu dan uang sebanyak pemain *core* saat bermain *game*. Jika mereka diberikan waktu luang yang lebih banyak mereka mungkin akan menghabiskan waktu dan uang lebih banyak untuk bermain *game*.

3. *Casual*

Meskipun pemain *casual* menikmati *game* yang dimainkan, mereka menghabiskan waktu yang terbatas untuk memainkannya. Mereka hanya bermain *game* untuk mengisi waktu luang dan menaruh minat yang kurang dalam bermain. Mereka juga sedikit atau tidak menghabiskan uang sama sekali saat bermain *game*.

Sementara itu, di dalam penelitian yang mereka lakukan, Hussain dan Griffiths (2009) mengelompokkan pemain *game* berdasarkan durasi bermainnya ke dalam tiga kelompok, yaitu:

1. Pemain kasual, yang bermain selama 15 jam atau kurang dalam seminggu (sekitar 2 jam atau kurang dalam sehari).
2. Pemain reguler, yang bermain selama lebih dari 15 jam sampai 30 jam dalam seminggu (sekitar lebih dari 2 jam sampai 4 jam dalam sehari).
3. Pemain berlebihan (*excessive*), yang bermain selama lebih dari 30 jam dalam seminggu (lebih dari 4 jam dalam sehari).

Berdasarkan teori di atas, maka dapat ditarik simpulan bahwa terdapat tiga pengelompokan pemain *game* berdasarkan intensitas bermain *game* (termasuk lama bermainnya), yaitu kasual, regular (di tengah-tengah / *mid*) dan berlebihan (kelas berat / *core*).

E. Dampak Psikologis dari Bermain Game

Berbicara dampak psikologis dari bermain *game*, terdapat beberapa hasil penelitian yang mencoba mencari tahu bagaimana *game* mempengaruhi keadaan psikologi para pemainnya sehingga didapatkanlah hasil sebagai berikut:

1. Mengurangi stress

Menurut hasil penelitian Russoniello dkk (2009), didapati bahwa setelah responden bermain tiga judul *casual game* terdapat peningkatan suasana hati dan perubahan gelombang otak di bagian tertentu sehingga tingkat stres mereka berkurang secara signifikan. Sementara itu, dari hasil penelitian Hussain dan Griffiths (2009) ditemukan bahwa sebanyak 22 dari 71 respondennya menyatakan bahwa mereka bermain *game* sebagai media untuk meringankan perasaan buruk yang kuat yang belum tentu dapat diatasi secara mudah. *Game* juga dianggap sebagai sarana untuk “menghindar” dari masalah sehari-hari.

2. Menimbulkan rasa kesepian

Dilansir dari hasil penelitian Chen dan Leung, bermain *game* secara berlebihan bahkan sampai tahap kecanduan memiliki hubungan dengan adanya rasa kesepian. Terdapat dua efek berbeda yang timbul dalam hubungan antara kesepian dengan intensitas bermain *game*: (1) penggunaan *game* berlebihan dapat menimbulkan kesepian karena lamanya waktu yang

dihabiskan mengisolasi pemain dari dunia nyata serta mengurangi rasa memiliki dan hubungan dengan orang di dunia nyata; (2) pemain yang merasa kesepian cenderung bermain *game* secara berlebihan. Diyakini oleh Morahan-Martin dan Schumacher (dalam Chen dan Leung, 2015) bahwa kesepian dan penggunaan internet mungkin merupakan efek kausal dua arah di mana kesepian menyebabkan munculnya penggunaan internet (untuk mengisi kehampaan sosial dan kekosongan di dalam jiwa mereka) dan penggunaan internet menimbulkan kesepian (karena waktu *online* mereka menciptakan kekosongan di dalam kehidupan sosial mereka secara *offline*).

3. Menimbulkan masalah pelepasan (*detachment*) akan tanggung jawab

Hussain dan Griffiths (2009) juga mendapati bahwa bermain *game* dapat menimbulkan masalah pelepasan (*detachment*), terutama pada tanggung jawab. Ini karena kegiatan bermain *game* begitu mengasyikkan sampai-sampai pemainnya terlarut di dalam suasana menyenangkan tersebut. Mereka seakan lupa akan tanggung jawab seperti bekerja atau belajar bahkan perawatan diri seperti makan dan mandi. Para pemain *game* juga merasa bahwa mereka bermain lebih lama dari yang durasi yang ditetapkan sebelumnya. Tingkat keterlibatan yang diperlukan saat bermain *game* dilihat sebagai alasan atas banyaknya waktu yang terbuang. Lebih lanjut dikemukakan oleh Shafer dan Carbonara (2015), ketika pemain mengalami perubahan di dalam dunia nyata mereka dan membangun dunia alternatif, lalu dunia alternatif tersebut memberi imbalan pada mereka atas perilaku bermain mereka dengan umpan balik yang positif dan rasa mengendalikan dan menguasai maka pemain akan rela melanggar peraturan dunia nyata untuk menuruti kenyataan yang semu itu.

Ini akan membuat pemain *game* kehilangan kendali atas tanggung jawab dan tugasnya di dunia nyata.

5. Perbedaan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Perempuan Pemain Dress-Up Game Ditinjau dari Intensitas Bermain Game

Para *gamer* perempuan merasa tertarik dengan fitur-fitur yang ditawarkan di dalam *dress-up game*, sehingga memutuskan untuk mengunduh dan memainkannya. Mereka merasa senang saat memainkan *game* tersebut karena secara khususnya, mereka dapat melihat dan memiliki baju-baju yang cantik dan jarang ditemukan di pusat perbelanjaan di dunia nyata serta mereka menyukai cara bermainnya yang mudah dan menyenangkan. Untuk memenuhi kesenangan yang diinginkan, para pemain *game* ini mengusahakan segala cara yang dapat mereka lakukan. Perilaku yang mereka tunjukkan cenderung bersifat hedonis, di mana perilaku bermain *game* mereka berorientasi pada pemenuhan kesenangan dengan meminimalisir perasaan tidak menyenangkan yang mungkin muncul. Perasaan senang yang muncul saat memainkan *game* ini membuat mereka dapat bermain sampai lupa waktu. Ini sejalan dengan hasil penelitian Poels et al (2012), di mana kesenangan yang dialami saat bermain *game* berkaitan erat dengan jangka waktu bermain *game* tersebut sehingga dapat digunakan untuk memprediksi berapa lama waktu yang akan dihabiskan untuk memainkannya.

Chow dan Ting (dalam Hoffman dan Nadelson, 2009) menyatakan bahwa perilaku bermain *game*, jika dirasa menyenangkan, dapat menghasilkan valensi hedonis yang mencerminkan faktor seperti derajat kebahagiaan, keceriaan, sosiabilitas dan kepuasan yang ditujukan pada pengalaman *gaming* tersebut. Lebih lanjut dikemukakan Higgins (dalam Hoffman dan Nadelson, 2009), kekuatan keterlibatan

pemain dalam perilaku bermain *game*-nya meningkat pesat berdasarkan nilai yang berhubungan dengan tugas dan intensitas daya tarik tugas tersebut. Saat intensitas meningkat, keterlibatan pemain pun turut meningkat dan mereka dapat mengalami rangsangan emosional yang tinggi yang berhubungan dengan persepsi kesenangan (Csikszentmihalyi dan LeFevre, dalam Hoffman dan Nadelson, 2009). Seorang pemain *game*, menurut Liao dkk (2016), dapat dikatakan memiliki intensitas *gaming* yang tinggi apabila ia menghabiskan waktu lebih banyak mengejar tujuan spesifik di dalam *game* selama rentang waktu tertentu, yang mengindikasikan kepentingan relatif tujuan tersebut.

Menurut Hirschman dan Holbrook (dalam Marchand dan Hennig-Thurau, 2013), *games* adalah produk hedonis. Penggunaannya memerlukan reaksi emosional, menciptakan khayalan dan melibatkan multisensori. Selama mengerjakan kegiatan yang bersifat hedonis, konsumen kurang memperhatikan hilangnya waktu dan usaha mereka, yang digambarkan secara utama dengan kualitas dari pengalaman (Hirschman dan Holbrook; Voss, dkk dalam Murray, 2007). Faktor eksperiensial (mendapatkan pengalaman) mendominasi selama konsumsi hedonis (Hirschman dan Holbrook, dalam Murray, 2007). Sebagai contoh, selama seseorang mengerjakan kegiatan eksperiensial untuk "menghabiskan waktunya" (Rubin dan Perse dalam Murray, 2007), seperti berselancar di dunia maya (dalam hal ini memainkan *online casual game*), konsumen dapat merasakan keadaan "mengalir" dan menjadi "tidak waspada akan berjalannya waktu" (Hoffman dan Novak dalam Murray, 2007). "Aliran" ini didefinisikan oleh Csikszentmihalyi (dalam Sun, 2015) sebagai pengalaman seutuhnya yang dirasakan seseorang saat mereka melakukan sesuatu dengan keterlibatan total. Pengalaman "mengalir" juga diterapkan pada tugas-tugas yang mengarah pada pencapaian tujuan, misalnya tidak menginginkan adanya

gangguan saat bermain *game*, seperti melakukan pekerjaan lain yang menuntut mereka berhenti memainkannya sementara waktu atau gangguan lain (*bug* dan *error*) dalam *game* yang menimbulkan ketidaknyamanan dalam memainkannya.

Sebagian besar *game* termasuk dalam jenis *freemium app* (aplikasi yang dapat dengan gratis diunduh tetapi untuk meng-*unlock* beberapa fitur dan membeli aitem-aitem tertentu harus membayar dengan uang sungguhan melalui kartu kredit atau cara pembayaran lainnya). Bagi pemain yang memiliki intensitas bermain *game* yang tinggi dan terdorong untuk melengkapi semua koleksi dan meng-*unlock achievements* yang ada, mereka akan berusaha untuk mendapatkan *in-game currency* (baik dengan cara menabung dari *gift* yang diberikan *game developer* maupun langsung membelinya) untuk mencapai tujuannya tersebut. Mereka rela membayar sejumlah uang untuk mendapatkan *in-game currency* lebih banyak dari pemain lain supaya pengalaman bermain *game* tersebut menjadi jauh lebih menyenangkan; koleksi pakaian lebih banyak, Stamina yang bisa didapat tanpa harus menunggu sehingga pemain bisa bermain *game* lebih lama, mendapat beberapa aitem yang bisa menjadi *booster* yang memberikan lebih banyak keuntungan dalam menyelesaikan misi dan sebagainya. Lin (dalam Nordlund dan Larsson, 2012) mengemukakan bahwa aitem-aitem virtual ini begitu penting. Pembelian aitem-aitem virtual menawarkan kepuasan yang sama seperti pembelian barang-barang di dunia nyata sehingga dapat dijadikan sebagai pengganti belanja barang dunia nyata. Di dalam artikel yang diterbitkan oleh Media Literacy Council dalam situsnya (medialiteracycouncil.sg), salah satu alasan mengapa para pemain tertarik akan suatu *game* dan melakukan *in-app purchase* yang menjadi faktor psikologis dalam bermain adalah karena orang-orang muda menghabiskan “uang” di dalam *game* lebih mudah. *In-game currency* yang digunakan di dalam *game* yang mereka mainkan bisa didapatkan saat

bermain atau dibeli dengan mudah dengan uang sungguhan tanpa harus menunggu. *In-game currency* bukanlah uang yang berlaku di dunia nyata dan nilai psikologisnya pun lebih rendah dari pada uang sungguhan. Ini membuat orang-orang cenderung menghabiskannya lebih bebas, tanpa merasa sayang atau terbebani seperti saat menghabiskan berlembar-lembar uang kertas untuk membeli atau membayar sesuatu. Bahkan anak-anak sekalipun dapat menggunakan kartu kredit orang tuanya untuk membeli *in-game currency* dan mereka bisa saja tidak merasa bahwa mereka menghabiskan uang karena uang yang dipakai bukanlah milik mereka.

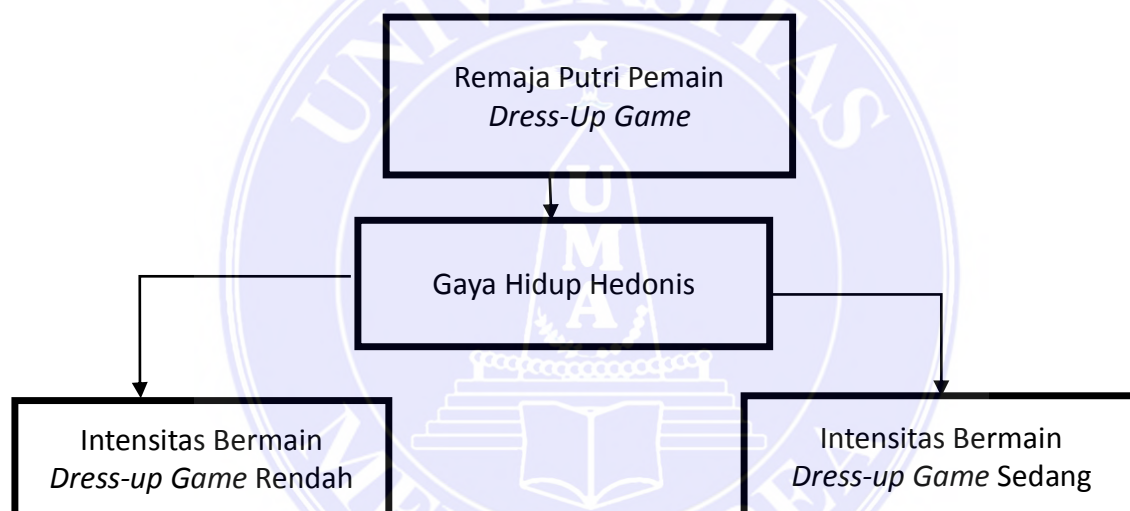
Menurut hasil penelitian Nordlund dan Larsson (2012) mengenai sikap pemain terhadap *in-app purchase* dalam *mobile game* Shadow Cities, alasan mengapa pemain *game* tersebut membeli *mana* (semacam *in-game currency* dalam *game* Shadow Cities) dengan uang sungguhan adalah untuk menjadi lebih kuat lagi melawan musuh-musuh di dalam *game*, baik melalui peningkatan kekuatan maupun efisiensinya. Alasan lainnya adalah agar bisa meraih nilai dalam *Campaign* lebih tinggi sehingga pemain dapat menaikkan levelnya lebih cepat serta membeli aitem-aitem lain yang menunjang keasyikan pemain dalam bermain *game* tersebut, misalnya *realms* yang memberikan *buff* tertentu yang dapat memperkuat karakter yang dimainkan pemainnya. Sementara hasil penelitian Cho (2015) menunjukkan bahwa motivasi hedonis memiliki hubungan positif dengan tujuan perilaku pemain *game* untuk melakukan pembelian di dalam aplikasi (*in-app purchase*) dalam *mobile games*. Sementara itu, Guo dan Barnes (dalam Van Berlo dan Liblik, 2016) mendukung argumen bahwa memainkan dan mendapatkan aitem virtual baru hanya merupakan proses hedonis semata. Di dalam penelitian yang dilakukan oleh Guo dan Barnes tersebut, dijelaskan bahwa salah satu alasan mengapa pemain mendapatkan aitem baru dan membeli aitem virtual adalah hanya karena kesenangan dan kenikmatan. Lehdonvirta (dalam Van Berlo dan Liblik,

2016) menyatakan bahwa aitem hedonis merujuk pada kualitas estetik barang-barang. Beberapa pemain tidak melihat adanya nilai utilitarian (nilai fungsi) di dalam aitem semacam ini, hanya nilai hedonisnya saja.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil asumsi bahwa ada perbedaan gaya hidup hedonis pada remaja putri pemain *dress-up game* ditinjau dari intensitas bermain *game*-nya.

6. Kerangka Konseptual

Grafik 7.1. Kerangka Konseptual Penelitian



7. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan untuk penelitian ini adalah terdapat perbedaan gaya hidup hedonis pada remaja pemain *dress-up game* yang signifikan ditinjau dari intensitas bermain *game*-nya. Pengelompokan intensitas bermain *game*-nya antara lain rendah (*casual*), sedang (*mid*) dan tinggi (*core*). Semakin tinggi intensitas bermain *game* maka semakin tinggi pula kecenderungan munculnya gaya hidup hedonis pada remaja pemain *game* tersebut. Sebaliknya, jika intensitas bermain *game*

semakin rendah maka semakin rendah pula kecenderungan munculnya gaya hidup hedonis pada remaja pemain *dress-up game* terutama 360mobi Miracle Nikki.



BAB III

METODE PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Noor (2011), penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antarvariabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.

Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Singarimbun (1989), metode survei adalah metode penelitian yang mengumpulkan informasi melalui kuesioner yang diberikan kepada responden. Metode survei ini digunakan untuk maksud penjelasan (*explanatory research*), yaitu untuk menjelaskan hubungan kausal (sebab akibat) dan pengujian hipotesa.

Menurut Kerlinger (dalam Siregar, 2013), karakteristik penelitian survei adalah sebagai berikut:

- a. Objek penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga dapat ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan-hubungan antarvariabel, sosiologis maupun psikologis.
- b. Penelitian survei pada umumnya dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam.

- c. Metode survei ini tidak memerlukan kelompok kontrol seperti halnya pada metode eksperimen.

Jenis penelitian ini menurut tingkat penjelasannya adalah penelitian komparatif (perbandingan). Menurut Darmawan (2013), permasalahan komparatif adalah suatu permasalahan penelitian yang bersifat membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda.

2. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel Bebas : Intensitas bermain *game*

Variabel Terikat : Gaya hidup hedonis

3. Definisi Operasional Variabel Penelitian

A. Intensitas bermain *game*

Intensitas bermain *game* adalah skor yang didapat dari responden terhadap instrumen yang mengukur seberapa kuatnya perilaku *gaming* pemainnya yang didasarkan oleh aspek intensitas bermain *game*, yaitu seberapa sering subjek memainkan *game*, lamanya waktu memainkan *game* dan tingkat konsentrasi saat memainkan *game* tersebut yang akan menunjukkan seberapa kuatnya perilaku bermain *game* 360mobi Miracle Nikki tersebut dalam diri pemainnya. Semakin tinggi skor yang didapat pada skala intensitas bermain *game*, maka semakin tinggi pula intensitas bermain *game* responden. Adapun untuk menentukan tingkat intensitas bermain *game* para responden, Peneliti menjumlahkan nilai dari setiap butir skala. Hasil penjumlahan tersebut dicocokkan dengan pengelompokan sebagai berikut:

1. Rendah : jumlah nilai 8 - 16
2. Sedang : jumlah nilai 17 - 23
3. Tinggi : jumlah nilai 24 - 32

Pengelompokan ini didasarkan dari perhitungan bobot nilai dikalikan dengan jumlah butir dalam skala sebagai berikut:

1. $1 \times 8 = 8$ (*batas nilai terendah*)
2. $2 \times 8 = 16$
3. $3 \times 8 = 24$
4. $4 \times 8 = 32$ (*batas nilai tertinggi*)

B. Gaya hidup hedonis

Gaya hidup hedonis adalah skor yang didapat dari responden terhadap instrumen yang mengukur tingkat kecenderungan gaya hidup hedonis yang berupa aktivitas, minat dan pendapat pemain saat bermain *game* 360mobi Miracle Nikki yang didasarkan pada aspek gaya hidup hedonis, yaitu kesenangan hidup, pusat perhatian dan fasilitas. Semakin tinggi skor yang didapat pada skala gaya hidup hedonis, maka semakin tinggi pula kecenderungan adanya gaya hidup hedonis pada diri responden.

4. Subjek Penelitian

Subjek yang akan diikutsertakan dalam penelitian ini adalah para pemain *game* 360mobi Miracle Nikki asal Indonesia yang tergabung dalam grup Facebook Miracle Nikki Indonesia dan beberapa diambil dari anggota Komunitas 360mobi Keajaiban Nikki VNG. Adapun jumlah keseluruhan anggota grup Miracle Nikki Indonesia per 4 April 2018 adalah sebanyak 803 orang, yang terdiri dari berbagai

usia dan latar belakang daerah yang berbeda. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* di mana menurut Noor (2011), responden penelitian yang dipakai adalah responden yang melalui pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel. Ciri-ciri subjek yang akan diikutsertakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Memiliki *game* 360mobi Miracle Nikki di *platform* yang dimilikinya (*gadget* berbasis Android maupun iOS)
- b. Merupakan remaja putri berusia 13 sampai 21 tahun yang berasal dari negara Indonesia, namun suku dan kota tempat tinggal tidak dibatasi.

5. Teknik Pengumpulan Data

A. Metode Pengumpulan Data

Instrumen yang akan digunakan untuk mengumpulkan data mengenai intensitas bermain *game* dan gaya hidup hedonis yang diperlukan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket) yang akan disebarakan secara *online* melalui Google Forms ke grup Facebook Miracle Nikki Indonesia. Menurut Siregar (2013), kuesioner atau angket adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada. Kuesioner ini disusun sendiri oleh peneliti berdasarkan kajian teori dari variabel-variabel yang telah dipaparkan. Ada dua bagian kuesioner dalam satu set kuesioner yang akan disebarakan, yaitu:

1) Skala intensitas bermain *game*

Bagian ini digunakan untuk mengukur intensitas bermain *game*, yaitu seberapa kuatnya perilaku yang dilakukan pemain *game* 360mobi Miracle Nikki. Jenisnya adalah angket tertutup, di mana alternatif jawaban telah disediakan untuk dipilih sesuai dengan pendapat masing-masing responden. Adapun aspek-aspek intensitas menurut Kallio dkk (2011) adalah sebagai berikut:

- a. Frekuensi. Aspek frekuensi merujuk pada tingkatan atau seberapa sering subjek bermain *game*.
- b. Durasi. Aspek ini merujuk pada berapa lama waktu yang digunakan untuk bermain *game*.
- c. Tingkat konsentrasi. Aspek ini merujuk pada tingkat konsentrasi pemain saat memainkan *game*; apakah seluruh perhatian terpusat pada *game* atau pemain bermain *game* sambil mengerjakan hal lainnya.

Indikator dari masing-masing aspek tersebut antara lain sebagai berikut:

Tabel 1. Aspek dan Indikator untuk Skala Intensitas Bermain Game

Aspek	Indikator
Frekuensi	Seberapa sering pemain memainkan <i>game</i>
Durasi	Jumlah waktu yang dihabiskan pemain untuk memainkan <i>game</i>
Tingkat Konsentrasi	a. Pemain memberikan konsentrasi penuh saat bermain <i>game</i> . b. Pemain memainkan <i>game</i> sambil mengerjakan hal lainnya. c. Pemain terlalu asyik bermain sampai lupa akan “dunia nyatanya”.

Jenis skala yang digunakan untuk mengambil data mengenai intensitas bermain *game* adalah skala interval, di mana pilihan jawaban yang berjumlah empat disusun dari nilai yang terendah hingga yang tertinggi.

2) Skala gaya hidup hedonis

Bagian ini digunakan untuk mengukur gaya hidup hedonis. Jenisnya adalah angket tertutup, di mana alternatif jawaban telah disediakan untuk dipilih sesuai dengan pendapat masing-masing responden. Yang akan diukur dengan skala ini adalah tingkat kecenderungan aktivitas, minat dan pendapat yang mengarah menuju paham hedonisme yang dialami oleh responden saat ia memainkan *game* tersebut. Adapun aspek-aspek dari gaya hidup hedonis menurut Susianto (dalam Kusumastuti, 2006) adalah sebagai berikut:

a. Kesenangan hidup

Kesenangan hidup adalah hal-hal yang dapat menimbulkan rasa senang, puas dan nikmat saat dimiliki dan digunakan oleh seorang individu.

b. Pusat perhatian

Pusat perhatian adalah keadaan di mana seorang individu diperhatikan oleh khalayak ramai.

c. Fasilitas

Fasilitas adalah sesuatu yang dapat digunakan untuk menciptakan rasa senang, puas dan nikmat pada seorang individu.

Indikator dari masing-masing aspek tersebut antara lain sebagai berikut:

Tabel 2. Aspek dan Indikator untuk Skala Gaya Hidup Hedonis

Aspek	Indikator
1. Kesenangan hidup	a. Mendapat kesenangan dan kepuasan dari bermain <i>game</i> b. Melakukan cara apa saja agar bisa menyelesaikan misi di dalam <i>game</i> dan melengkapi koleksi barang yang ada c. Kesenangan yang didapat terasa berkurang saat menemukan sesuatu yang mengganggu aktivitas bermain <i>game</i>

2. Pusat perhatian	a. Senang membanggakan pencapaiannya kepada orang lain b. Merasa ingin menjadi yang terbaik di dalam kompetisi c. Senang mendapat teman di dalam <i>game</i>
3. Fasilitas	a. Mengalokasikan sebagian besar pendapatan (uang) yang dimilikinya untuk membeli <i>in-game currency</i> b. Sering menggunakan <i>in-game currency</i> dalam bermain <i>game</i> c. Mengalokasikan sebagian besar waktunya untuk bermain <i>game</i> d. Mengikuti perkembangan terbaru seputar <i>game</i> e. Ingin mendapatkan yang terbaik di dalam <i>game</i>

Jenis skala yang digunakan untuk mengambil data mengenai gaya hidup hedonis adalah skala Likert, di mana terdapat empat pilihan jawaban pada setiap butirnya yaitu Sangat Setuju (atau Selalu), Setuju (atau Sering), Tidak Setuju (atau Kadang-kadang) dan Sangat Tidak Setuju (atau Jarang). Pada butir yang *favorable* (sesuai dengan variabel yang hendak diteliti) diberi rentangan skor 4 untuk pilihan jawaban Sangat Setuju (Selalu) hingga 1 untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Setuju (Jarang), sementara pada butir yang *unfavorable* (bertentangan dengan variabel yang hendak diteliti) diberi rentangan skor 1 untuk pilihan jawaban Sangat Setuju (Selalu) hingga 4 untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Setuju (Jarang).

Sebelum melaksanakan penelitian, Peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas dan reliabilitas alat ukur yang akan digunakan.

B. Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen penelitian yang akan digunakan terlebih dahulu harus melewati proses uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas yang akan dilakukan adalah uji

validitas konstruk. Menurut Siregar (2013), validitas konstruk adalah validitas yang berkaitan dengan kesanggupan suatu alat ukur dalam mengukur pengertian suatu konsep yang diukurnya. Beberapa kriteria yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan sudah tepat untuk mengukur apa yang ingin diukur, yaitu:

1. Jika koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3 (menurut Azwar dalam Siregar, 2013)
2. Jika koefisien korelasi *product moment* > r-tabel ($\alpha : n - 2$), di mana n = jumlah sampel
3. Nilai Sig $\leq \alpha$

Rumus yang bisa digunakan untuk uji validitas konstruk dengan teknik korelasi *product moment*, yaitu:

$$t_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \times \sum Y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

n = Jumlah responden

X = Skor variabel (jawaban responden)

Y = Skor total dari variabel (jawaban responden)

Selain uji validitas, instrumen penelitian juga harus melewati tahap uji reliabilitas. Menurut Stainback (dalam Sugiyono: 2014), reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama

dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Pada penelitian ini akan dilakukan uji reliabilitas konsistensi internal, yaitu dilakukan dengan mencoba alat ukur cukup hanya sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik Alpha Cronbach. Menurut Siregar (2013), metode ini digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Teknik Alpha Cronbach sangat umum digunakan sehingga merupakan koefisien yang umum untuk mengevaluasi konsistensi internal.

6. Metode Analisis Data

Sugiyono (2014) menyebutkan bahwa teknik analisis data pada penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Dalam penelitian ini analisis data akan menggunakan teknik statistik deskriptif. Menurut Sugiyono, statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Adapun teknik analisis yang akan digunakan dalam penelitian adalah teknik analisis komparatif One-Way ANOVA (Analisis Varians Satu Jalur). Darmawan (2013) mengemukakan bahwa uji statistik ini digunakan jika dalam kelompok penelitian kuantitatif, peneliti akan mencari salah satu dari kelompok rata-rata tes yang ingin dibedakan atau berbeda. Untuk Anova yang digunakan dalam menguji

perbedaan rata-rata populasi, maka rumusan hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut:

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_k$$

H_a : *Not all population means are equal* (Tidak semua rata-rata populasi sama)

Sugiyono (2014) mengemukakan bahwa untuk membantu melakukan perhitungan Anova maka dapat digunakan tabel penolong sebagai berikut:

Tabel 3. Tabel Ringkasan Anova untuk Menguji Hipotesis dan Sampel

Sumber Variasi	Dk	Jumlah Kuadrat	MK	Fh	Ftab	Keputusan
Total	$N - 1$	JK_{tot}	-	$\frac{MK_{ant}}{MK_{dal}}$	Lihat tabel untuk 5% dan 1 %	$F_h > F_{tab}$ Ha diterima
Antar Kelompok	$m - 1$	JK_{ant}	MK_{ant}			
Dalam Kelompok	$N - m$	JK_{dal}	MK_{dal}			

Untuk memudahkan Peneliti dalam melakukan analisis data, Peneliti akan menggunakan program komputer *Statistical Package for Social Science* (SPSS for windows) untuk mengetahui apakah ada perbedaan gaya hidup hedonis sebagai variabel tergantung ditinjau dari intensitas bermain *game* sebagai variabel bebasnya.

Daftar Pustaka

- Assael, Henry (1992). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Second Edition. Boston: Kent Publishing Company.
- van Berlo, Kevin dan Karl-Chris Liblik (2016). *The Business of Micro Transaction : What is the Players' Motivation for Purchasing Virtual Items?* Diakses pada tanggal 9 April 2018 dari <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:937793/FULLTEXT01.pdf>
- Bosser, Anne-Gwenn dan Ryohei Nakatsu (2006). *Hardcore Gamers and Casual Gamers Playing Online Together*. Diakses pada tanggal 6 Agustus 2018 dari <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1030.9029&rep=rep1&type=pdf>
- Bouça, Maura (2012). *Angry Birds, Uncommitted Players*. Diakses pada tanggal 6 Agustus 2018 dari <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/12168.54008.pdf>
- Brathwaite, Brenda & Ian Schreiber (2009). *Challenge for Game Designers*. United States of America : Course Technology PTR. Diakses pada tanggal 27 November 2017, dari https://issuu.com/segaraid/docs/challenges_for_game_designers
- Casual Gamer. *Wikipedia.org*. Diakses pada tanggal 9 November 2015 dari https://en.wikipedia.org/wiki/Casual_gamer
- Chen, Cheng dan Louis Leung (2015). *Are you addicted to Candy Crush Saga? An exploratory study linking psychological factors to mobile social game addiction*. Diakses pada tanggal 10 April 2018 dari <https://pdfs.semanticscholar.org/2cd1/332dbc6f8660915dda3fb680807771e7ab75.pdf>
- Cho, Donghui (2015). *WHAT INFLUENCES PEOPLE TO PURCHASE INGAME MOBILE ITEMS?: ANALYSIS OF MOTIVATIONAL DRIVERS TO USE INGAME MOBILE GAME ITEMS IN THE U.S*. Diakses pada tanggal 16 Januari 2016, dari <http://etd.lib.msu.edu/islandora/object/etd%3A2963/datastream/OBJ/view>
- Darmawan, Deni (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dariyo, Agoes (2004). *Psikologi Perkembangan Remaja*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- DI-Marketing (2017). *STUDY ABOUT MOBILE GAME MARKET IN INDONESIA*. Diakses pada tanggal 9 April 2018 dari <https://www.slideshare.net/dimvn/mobile-game-market-in-indonesia>

Hooked: The Attraction of Casual Mobile Games (tanggal tidak ditemukan). *Media Literacy Council* [on-line]. Diakses pada tanggal 16 Januari 2016 dari <http://www.medialiteracycouncil.sg/Lists/Resources/Attachments/200/The%20Attraction%20of%20Casual%20Mobile%20Games.pdf>

Hoffman, Bobby dan Louis Nadelson (2009). *Motivational Engagement and Video Gaming: A Mixed Methods Study*. Diakses pada tanggal 13 April 2018 dari http://www.bwgriffin.com/gsu/courses/edur7130/readings/Hoffman&Nadelson_2010.pdf

Hussain, Zaheer dan Mark D. Griffiths (2009). *The Attitudes, Feelings, and Experiences of Online Gamers: A Qualitative Analysis*. Diakses pada tanggal 3 April 2018 dari http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/17709/1/200596_6999%20Griffiths%20Publisher.pdf

International Game Developers Association. *2008-2009 Casual Games White Paper*. Diakses pada tanggal 16 Januari 2016 dari https://c.ymcdn.com/sites/www.igda.org/resource/collection/BCB11E9B-13E6-40D0-B390-952B5E11D35A/IGDA_Casual_Games_White_Paper_2008.pdf

Kallio, Kirsi Pauliina, Frans Maäyra dan Kirsikka Kaipainen (2011). *Gaming Nation? Piloting the International Study of Games Cultures in Finland*. Diakses pada tanggal 17 Januari 2018 dari https://www.researchgate.net/profile/Frans_Maeyrae/publication/29678740_Gaming_Nation_Piloting_the_International_Study_of_Games_Cultures_in_Finland/links/5863975208aebf17d39738e9/Gaming-Nation-Piloting-the-International-Study-of-Games-Cultures-in-Finland.pdf

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga

Kusumastuti, Astri (2006). *Hubungan antara Konsep Diri dan Konformitas dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Klub Mobil Trakinaz*. Naskah Publikasi. Diakses pada tanggal 12 November 2015 dari <http://eprints.ums.ac.id/21298/>

Liao, Gen-Yih dkk (2016). *WHEN DOES FRUSTRATION NOT REDUCE CONTINUANCE INTENTION OF ONLINE GAMERS? THE EXPECTANCY DISCONFIRMATION PERSPECTIVE*. Diakses pada tanggal 12 April 2018 di http://www.jecr.org/sites/default/files/Paper5_0.pdf

Liimatainen, Harri (2015). *How women play mobile games: Studying the consumer culture of mobile games among young adult females*. Diakses pada tanggal 8 Agustus 2018 dari

https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/19377/hse_ethesis_14230.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lindquist, Jay D. & M. Joseph Sirgy (2009). *Shopper, Buyer, and Customer Behavior : Theory, Marketing Applications and Public Policy Implications: Fourth Edition*. USA: Atomic Dog (Cengage Learning)

Lowry, Paul Benjamin dkk (2013). *Taking "Fun and Games" Seriously: Proposing the Hedonic-Motivation System Adoption Model (HMSAM)*. Diakses pada tanggal 8 Agustus 2018 dari https://www.researchgate.net/publication/251232585_Taking_Fun_and_Games_Seriously_Proposing_the_Hedonic-Motivation_System_Adoption_Model_HMSAM

Lukitasari, Viska (2013). *Studi Tentang Gaya Hidup Hedonisme pada Mahasiswa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Surabaya Angkatan Tahun 2012-2013*. Diakses pada tanggal 16 Oktober 2018 dari <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/view/14764>

Lumban Gaol, Theresia. 2012. *Hubungan Kecanduan GameOnline dengan Prestasi Akademik Mahasiswa di Fakultas Teknik Universitas Indonesia*. Diakses pada tanggal 16 Januari 2016 dari lontar.ui.ac.id/file?file=digital/20313849...Huungan%20kecanduan.pdf

Marchand, André & Thorsten Hennig-Thurau (2013). *Value Creation in the Video Game Industry: Industry Economics, Consumer Benefit and Research Opportunities*. Diakses pada tanggal 16 Januari 2016 dari http://www.marketingcenter.de/lmm/research/publications/download/Marchand_Hennig-Thurau_JIM_2013_Video_Games_Industry.pdf

Martha, Dkk (2008). *Correlation Among Self Esteem With a Tendency Hedonist Lifestyle of Student Diponegoro University*. Diakses pada tanggal 12 November 2015 dari <http://core.ac.uk/download/pdf/11723667.pdf>

Mengenal dan Memahami Masalah Remaja (1996). Jakarta: Pustaka Antara

Miller, Leslie dkk (1996). *Girls' Preferences in Software Design: Insights from a Focus Group*. Diakses pada tanggal 28 November 2017 dari <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.463.7615&rep=rep1&type=pdf>

- Monks, F.J. dkk (2006). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Cetakan ke-16 Revisi III. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Mowen, John C. & Michael Minor (2002). *Perilaku Konsumen: Edisi 5 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Murray, Kyle and Steve Bellman (2007) , *Playing Games Efficiently: Hedonic Learning and Loyalty*, in NA - Advances in Consumer Research Volume 34, eds. Gavan Fitzsimons and Vicki Morwitz, Duluth, MN : Association for Consumer Research, Pages: 247-248. Diakses pada tanggal 9 November 2015 dari http://www.acrwebsite.org/volumes/v34/500258_100521_v1.pdf
- Nadzir, Misbahun dan Tri Muji Ingarianti (2015). *Psychological Meaning of Money dengan Gaya Hidup Hedonis Remaja di Kota Malang*. Diakses pada tanggal 5 November 2015 dari <http://mpsi.umm.ac.id/files/file/582-596%20zzMisbahun%20Tri%20Muji.pdf>.
- Newzoo (2013). *Smartphone and Tablet Gaming 2013ji: Games Market Special Report*. Diakses pada tanggal 25 Januari 2016 dari http://cdn2.hubspot.net/hubfs/700740/CGA-Smartphones-and-Tablets-2013-Games-Market-Sector-Report_V1.pdf?t=1455184131353
- Noor, Juliansyah (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana – Prenada Media Group
- Nordlund, Linnéa & Alex Sjöberg Larsson (2012). *Pay to win: Attitudes towards in-app purchases in a mobile game*. Diakses pada tanggal 16 Januari 2016 dari <https://annikawaern.files.wordpress.com/2013/05/eriklinnea.pdf>
- Nurminen, Emilia (2013). *MARKETING IN GAME DESIGN*. Diakses pada tanggal 12 April 2018 dari https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/61198/Nurminen_Emia.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Paavilainen, Janne dkk (2013). *Social Network Games: Players' Perspectives*. Diakses pada tanggal 6 Agustus 2018 dari <https://pdfs.semanticscholar.org/c775/5d95d2f9ec48ff56b57e111e8a01c67d27e8.pdf>
- Poels et al (2012). *Pleasure to Play, Arousal to Stay: The Effect of Player Emotions on Digital Game Preferences and Playing Time*. Diakses pada tanggal 9 November 2015 dari <http://www.yvonedekort.nl/pdfs/Poels%20et%20al%20-%202012%20-%20Pleasure%20to%20play,%20arousal%20to%20stay.pdf>

- Puerta-Cortés, Diana Ximena dkk (2017). *How passion and impulsivity influence a player's choice of videogame, intensity of playing and time spent playing*. Diakses pada tanggal 6 Agustus 2018 dari https://www.researchgate.net/profile/Andres-Chamarro/publication/308620514_How_passion_and_impulsivity_influence_a_player%27s_choice_of_videogame_intensity_of_playing_and_time_spent_playing/links/59e0e69f458515393d4f4648/How-passion-and-impulsivity-influence-a-players-choice-of-videogame-intensity-of-playing-and-time-spent-playing.pdf?origin=publication_detail
- Putri, Novita Elya (2017). *Perubahan Perilaku Sosial Hedonisme pada Remaja dan Kaitannya dengan Media Sosial (Studi Kasus: Siswa SMA Kristen Lab Satya Wacana Salatiga)*. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2018 dari http://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/14061/1/T1_602013002_Full%20text.pdf
- PT MARS Indonesia (2015). *Studi Perilaku Belanja Remaja 2015 Brochure*. Jakarta: PT MARS Indonesia.
- Russoniello, Carmen V. dkk (2009). *THE EFFECTIVENESS OF CASUAL VIDEO GAMES IN IMPROVING MOOD AND DECREASING STRESS*. Diakses pada tanggal 8 April 2018 dari https://www.researchgate.net/profile/Carmen-Russoniello/publication/289131468_The_effectiveness_of_casual_video_games_in_improving_mood_and_decreasing_stress/links/589b371492851c942ddac68d/The-effectiveness-of-casual-video-games-in-improving-mood-and-decreasing-stress.pdf
- Santrock, John W. (2007). *Remaja*. Edisi 11 Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Sarwono, Sarlito W. (2011). *Psikologi Remaja*. Edisi Revisi Cetakan Keempat belas. Jakarta : Rajawali Pers.
- Schneider, David J (1976). *Social Psychology*. United States of America: Addison-Wesley Publishing Company, Inc.
- Shafer, Daniel M. dan Corey P. Carbonara (2015). *Examining Enjoyment of Casual Videogames*. Diakses pada tanggal 9 April 2018 dari https://www.researchgate.net/profile/Daniel-Shafer2/publication/281736585_Examining_Enjoyment_of_Casual_Videogames/links/5669a1b908ae62b05f025484.pdf
- Singarimbun, Masri (1989). *Metode Penelitian Survei*. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit LP3ES.

Siregar, Syofian (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Edisi 1. Jakarta: Kencana - Prenada Media Group.

Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sun, Yong-Qiang dkk (2015). *UNDERSTANDING THE ANTECEDENTS OF MOBILE GAME ADDICTION: THE ROLES OF PERCEIVED VISIBILITY, PERCEIVED ENJOYMENT AND FLOW*. Diakses pada tanggal 9 November 2015 dari https://pacis2015.comp.nus.edu.sg/_proceedings/PACIS_2015_submission_331.pdf

Weijers, D (2011). Hedonism. *Internet Encyclopedia of Philosophy*. Diakses pada tanggal 14 Oktober 2015 dari www.iep.utm.edu/hedonism/

<http://philosophy.lander.edu/ethics/calculus.html>. Diakses pada tanggal 5 April 2018

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.pg2.nikkisea>. Diakses pada tanggal 5 April 2018.

LAMPIRAN



ALAT UKUR PENELITIAN



Skala intensitas bermain Miracle Nikki

Setiap butir memiliki empat pilihan jawaban dengan bobot nilai yang berkisar di antara 1 – 4.

1. Seberapa sering kamu membuka aplikasi Miracle Nikki dalam seminggu?
 - Kurang atau sama dengan 7 kali (*bobot 1*)
 - 8 - 14 kali (*bobot 2*)
 - 15 - 21 kali (*bobot 3*)
 - Lebih dari 21 kali / tidak terhitung jumlahnya (*bobot 4*)
2. Jumlah total waktu yang dihabiskan untuk bermain Miracle Nikki dalam seminggu dapat mencapai...
 - Kurang dari 7 jam (*bobot 1*)
 - 7 - 15 jam (*bobot 2*)
 - 15 jam lebih sampai 30 jam (*bobot 3*)
 - Lebih dari 30 jam (*bobot 4*)
3. Saat bermain Miracle Nikki, saya memusatkan seluruh perhatian saya hanya untuk bermain game.
 - Sangat sesuai(*bobot 4*)
 - Sesuai(*bobot 3*)
 - Tidak sesuai(*bobot 2*)
 - Sangat tidak sesuai(*bobot 1*)
4. Saya terlalu asyik bermain Miracle Nikki sampai lupa waktu dan tempat.
 - Sangat sesuai (*bobot 4*)
 - Sesuai (*bobot 3*)
 - Tidak sesuai (*bobot 2*)
 - Sangat tidak sesuai (*bobot 1*)
5. Saya bermain Miracle Nikki sambil mengerjakan hal lainnya yang tidak berhubungan dengan aktivitas bermain game.
 - Sangat sesuai (*bobot 1*)
 - Sesuai (*bobot 2*)
 - Tidak sesuai (*bobot 3*)
 - Sangat tidak sesuai (*bobot 4*)
6. Pola bermain Miracle Nikki kamu dalam seminggu cenderung...
 - Meningkat setiap harinya (*bobot 4*)
 - Ada peningkatan tetapi tidak setiap hari (*bobot 3*)
 - Sama saja setiap harinya atau ada penurunan walaupun tidak setiap hari (*bobot 2*)
 - Menurun setiap harinya (*bobot 1*)
7. Saat ada event misi, frekuensi, durasi dan tingkat fokus saya dalam bermain Miracle Nikki meningkat.

- Sangat sesuai (*bobot 4*)
- Sesuai (*bobot 3*)
- Tidak sesuai (*bobot 2*)
- Sangat tidak sesuai (*bobot 1*)

8. Saat ada waktu kosong yang panjang dan atau akhir pekan dan atau hari libur, frekuensi, durasi dan tingkat fokus saya dalam bermain Miracle Nikki meningkat.

- Sangat sesuai (*bobot 4*)
- Sesuai (*bobot 3*)
- Tidak sesuai (*bobot 2*)
- Sangat tidak sesuai (*bobot 1*)



Skala Gaya Hidup Hedonis (Kebiasaan Bermain) Miracle Nikki

Adapun untuk bagian kuesioner ini, setiap butirnya terdiri dari empat pilihan jawaban (Sangat Sesuai, Sesuai, Tidak Sesuai dan Sangat Tidak Sesuai atau Selalu, Sering, Kadang-kadang dan Jarang; tergantung butirnya). Mohon pilih jawaban yang sesuai dengan keadaan diri kamu saat memainkan Miracle Nikki.

(*cetak miring* = unfavorable)

1. Memainkan Miracle Nikki membuat saya senang.
2. Saat sekali tidak bermain Miracle Nikki rasanya ada yang kurang.
3. *Saya bisa menahan diri untuk tidak bermain game di saat-saat penting.*
4. Saya tidak suka menunggu lama sampai Stamina penuh.
5. *Bagi saya, cara bermain Miracle Nikki tidak ada keunikannya.*
6. Saya merasa kesal tiap kali menemukan *bug / error* di dalam *game*.
7. *Pada akhirnya bermain Miracle Nikki membuat saya bosan.*
8. Saya ingin memiliki semua pakaian dan aksesoris yang cantik di Miracle Nikki.
9. Saya berusaha dengan cara apa saja untuk melengkapi set pakaian yang ada.
10. Memiliki pakaian yang bernilai tinggi dan langka lebih memuaskan bagi saya.
11. Saat set pakaian yang saya inginkan belum bisa saya miliki maka saya akan merasa sedih dan kecewa.
12. Saya akan melakukan apa saja untuk mendapatkan nilai S dalam Misi.
13. *Saya tidak berusaha menyelesaikan seluruh daily task (tugas harian) yang diberikan.*
14. Saya berusaha agar bisa mendapatkan *ranking* tertinggi di dalam *game*.
15. Saya mengulangi *gacha* di Mystery House sampai mendapatkan item baru dan atau yang bernilai lebih tinggi.
16. Seberapa sering kamu membagikan pencapaianmu di dalam *game* melalui media sosial?
17. Saya mengejar komentar positif atas pencapaian saya di dalam *game*.
18. Saya ingin menjadi panutan bagi pemain Miracle Nikki yang lainnya.

19. Seberapa sering kamu mencari info terbaru mengenai Miracle Nikki?
20. Setiap ada *update* terbaru mengenai Miracle Nikki maka saya akan langsung menggunakan / membelinya.
21. Seberapa sering kamu mengajak teman lainnya untuk bermain Miracle Nikki?
22. *Miracle Nikki adalah game yang bisa dimainkan sendirian saja, tidak perlu berkomunikasi dengan pemain lainnya.*
23. Asosiasi (*alliance*) adalah salah satu fitur terpenting di Miracle Nikki.
24. Seberapa sering kamu menggunakan diamonds dan gold yang kamu miliki dalam bermain *game* setiap harinya?
25. Saya merasa senang saat menggunakan diamonds dan gold yang saya miliki.
26. Jumlah *diamonds* dan *gold* yang saya miliki berperan penting dalam keasyikan bermain *game*.
27. Saya mengusahakan cara apa saja untuk *top-up*.
28. Keasyikan bermain *game* bertambah ketika saya bisa melakukan *top-up*.
29. *Bagi saya, top-up adalah sebuah pemborosan.*
30. Mendapat status VIP menambah keasyikan saya dalam bermain Miracle Nikki.

Kuesioner Penelitian mengenai Kebiasaan Bermain 360mobi Keajaiban Nikki VNG (Miracle Nikki)

Halo! Salam sejahtera bagi kita semua.

Dalam rangka tugas akhir, Peneliti yang merupakan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area ingin mengumpulkan data mengenai kebiasaan bermain game 360mobi Keajaiban Nikki VNG (Miracle Nikki). Peneliti memohon kesediaan dan waktu kamu untuk mengisi kuesioner ini. Data yang didapatkan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis dan kerahasiaan data dan responden akan dijaga oleh pihak peneliti.

Kuesioner ini terdiri dari dua bagian, yaitu Intensitas Bermain Game dan Kebiasaan Bermain Game. Peneliti meminta kesediaan kamu untuk menjawab setiap pertanyaan dalam bagian ini dengan pilihan jawaban yang sesuai dengan keadaan yang kamu alami saat memainkan game 360mobi Keajaiban Nikki VNG (selanjutnya akan disebut Miracle Nikki).

Kuesioner ini telah diatur agar responden dapat mengubah jawabannya setelah mengisi kuesioner, agar responden dapat me-review (memeriksa) kembali jawaban yang telah diberikan dan dapat mengubah jawaban jika pilihannya tidak sesuai dengan keadaan responden.

* **Wajib**

1. Umur

Intensitas Bermain Game Miracle Nikki

Dalam bagian ini kamu akan ditanyakan mengenai frekuensi serta durasi bermain game dan tingkat konsentrasi (fokus) saat bermain Miracle Nikki selama seminggu. Pada masing-masing butir terdapat empat pilihan jawaban dan satu pertanyaan terbuka. Mohon berikan jawaban yang sesuai dengan keadaan diri kamu saat memainkan game Miracle Nikki selama seminggu.

Untuk pertanyaan yang jawabannya berupa jumlah seperti pertanyaan butir 1 dan 2, jika kamu mengalami kesulitan dalam menjawabnya maka kamu dapat terlebih dahulu memperkirakan berapa kali / lama (tergantung pertanyaan yang ditanyakan) kamu bermain Miracle Nikki setiap harinya (pada hari Senin, Selasa, Rabu, Kamis, Jumat, Sabtu dan Minggu) lalu kamu dapat menjumlahkan hasilnya agar mendapat total frekuensi / durasi bermain selama seminggu.

Kerahasiaan identitas responden terjamin dan jawaban yang diberikan hanya dibagikan di lingkungan akademis saja secara anonim.

2. 1. Seberapa sering kamu membuka aplikasi Miracle Nikki dalam seminggu? *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Kurang atau sama dengan 7 kali
- ☐ 8 - 14 kali
- ☐ 15 - 21 kali
- ☐ Lebih dari 21 kali / tidak terhitung jumlahnya

3. 2. Jumlah total waktu yang dihabiskan untuk bermain Miracle Nikki dalam seminggu dapat mencapai... *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Kurang dari 7 jam
- ☐ 7 - 15 jam
- ☐ 15 jam lebih sampai 30 jam
- ☐ Lebih dari 30 jam.

4. **3. Saat bermain Miracle Nikki, saya memusatkan seluruh perhatian saya hanya untuk bermain game.** ⁶¹

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

5. **4. Saya terlalu asyik bermain Miracle Nikki sampai lupa waktu dan tempat.** ⁶²

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

6. **5. Saya bermain Miracle Nikki sambil mengerjakan hal lainnya yang tidak berhubungan dengan aktivitas bermain game.** ⁶³

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

7. **6. Pola bermain Miracle Nikki kamu dalam seminggu cenderung...** ⁶⁴

Tandai satu oval saja.

- ☐ Meningkat setiap harinya
- ☐ Ada peningkatan tetapi tidak setiap hari
- ☐ Sama saja setiap harinya atau ada penurunan walaupun tidak setiap hari
- ☐ Menurun setiap harinya

8. **7. Saat ada event misi, frekuensi, durasi dan tingkat fokus saya dalam bermain Miracle Nikki meningkat,**

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
☐ Sesuai
☐ Tidak sesuai
☐ Sangat tidak sesuai

9. 8. Saat ada waktu kosong yang panjang dan atau akhir pekan dan atau hari libur, frekuensi, durasi dan tingkat fokus saya dalam bermain Miracle Nikki meningkat.

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
☐ Sesuai
☐ Tidak sesuai
☐ Sangat tidak sesuai

Kebiasaan Bermain Miracle Nikki

Dalam bagian ini kamu akan ditanyakan mengenai kebiasaan yang kamu lakukan saat bermain Miracle Nikki. Adapun untuk bagian kuesioner ini, setiap butirnya terdiri dari empat pilihan jawaban (Sangat Sesuai, Sesuai, Tidak Sesuai dan Sangat Tidak Sesuai atau Selalu, Sering, Kadang-kadang dan Jarang; tergantung butirnya). Mohon pilih jawaban yang sesuai dengan keadaan diri kamu saat memainkan Miracle Nikki.

Kerahasiaan identitas responden terjamin dan jawaban yang diberikan hanya dibagikan di lingkungan akademis saja secara anonim.

10. 1. Bermain Miracle Nikki membuat saya senang. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
☐ Sesuai
☐ Tidak sesuai
☐ Sangat tidak sesuai

11. 2. Saat sekali tidak bermain Miracle Nikki rasanya ada yang kurang. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
☐ Sesuai
☐ Tidak sesuai
☐ Sangat tidak sesuai

12. 3. Saya bisa menahan diri untuk tidak bermain game di saat-saat penting. *
seperti sekolah, kuliah, makan dan sebagainya.

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

13. 4. Saya tidak suka menunggu lama sampai Stamina penuh. [®]

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

14. 5. Bagi saya, cara bermain Miracle Nikki tidak ada keunikannya. [®]

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

15. 6. Saya merasa kesal tiap kali menemukan bug / error di dalam game. [®]

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

16. 7. Pada akhirnya bermain Miracle Nikki membuat saya bosan. [®]

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

17. 8. Saya ingin memiliki semua pakaian dan aksesoris yang cantik di Miracle Nikki. [®]

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

18. 9. Saya berusaha dengan cara apa saja untuk melengkapi set pakaian yang ada. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

19. 10. Memiliki pakaian yang bernilai tinggi dan langka lebih memuaskan bagi saya. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

20. 11. Saat set pakaian yang saya inginkan belum bisa saya miliki maka saya akan merasa sedih dan kecewa. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

21. 12. Saya akan melakukan apa saja untuk mendapatkan nilai S dalam Misi. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

22. 13. Saya tidak berusaha menyelesaikan seluruh daily task (tugas harian) yang diberikan. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

23. 14. Saya berusaha agar bisa mendapatkan ranking tertinggi di dalam game. *

Baik di dalam Arena Penata Busana, Kompetisi dan sejenisnya.

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
☐ Sesuai
☐ Tidak sesuai
☐ Sangat tidak sesuai

24. 15. Saya mengulangi gacha di Mystery House sampai mendapatkan item baru dan atau yang bernilai lebih tinggi. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
☐ Sesuai
☐ Tidak sesuai
☐ Sangat tidak sesuai

25. 16. Seberapa sering kamu membagikan pencapaianmu di dalam game melalui media sosial? *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Selalu
☐ Sering
☐ Kadang-kadang
☐ Jarang

26. 17. Saya mengejar komentar positif atas pencapaian saya di dalam game. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
☐ Sesuai
☐ Tidak sesuai
☐ Sangat tidak sesuai

27. 18. Saya ingin menjadi panutan bagi pemain Miracle Nikki yang lainnya. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
☐ Sesuai
☐ Tidak sesuai
☐ Sangat tidak sesuai

28. 19. Seberapa sering kamu mencari info terbaru mengenai Miracle Nikki? *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Selalu
☐ Sering
☐ Kadang-kadang
☐ Jarang

29. 20. Setiap ada update terbaru mengenai Miracle Nikki maka saya akan langsung menggunakan / membelinya. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
☐ Sesuai
☐ Tidak sesuai
☐ Sangat tidak sesuai

30. 21. Seberapa sering kamu mengajak teman lainnya untuk bermain Miracle Nikki? *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Selalu
☐ Sering
☐ Kadang-kadang
☐ Jarang

31. 22. Miracle Nikki adalah game yang bisa dimainkan sendirian saja, tidak perlu berkomunikasi dengan pemain lainnya. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
☐ Sesuai
☐ Tidak sesuai
☐ Sangat tidak sesuai

32. 23. Asosiasi (alliance) adalah salah satu fitur terpenting di Miracle Nikki. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
☐ Sesuai
☐ Tidak sesuai
☐ Sangat tidak sesuai

33. 24. Seberapa sering kamu menggunakan diamonds dan gold yang kamu miliki dalam bermain game setiap harinya? *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Selalu
- ☐ Sering
- ☐ Kadang-kadang
- ☐ Jarang

34. 25. Saya merasa senang saat menggunakan diamonds dan gold yang saya miliki. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

35. 26. Jumlah diamonds dan gold yang saya miliki berperan penting dalam keasyikan bermain game. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

36. 27. Saya mengusahakan cara apa saja untuk top-up. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

37. 28. Keasyikan bermain game bertambah ketika saya bisa melakukan top-up. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

38. 29. Bagi saya, top-up adalah sebuah pemborosan. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

39. 30. Mendapat status VIP menambah keasyikan saya dalam bermain Miracle Nikki. *

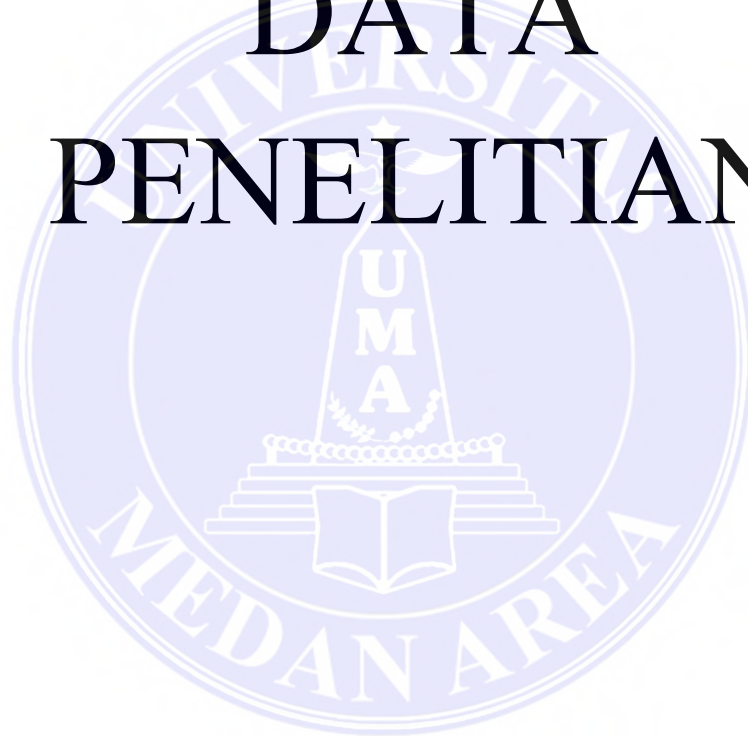
Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat sesuai
- ☐ Sesuai
- ☐ Tidak sesuai
- ☐ Sangat tidak sesuai

Diberdayakan oleh



DATA PENELITIAN



Data Penelitian Intensitas Bermain Game dan Gaya Hidup Hedonis

Timestamp	Umur	1. Seberapa sering bermain game	2. Jumlah game yang dimainkan	3. Saat bermain game	4. Saya terdistraksi saat bermain game	5. Saya bermain game saat sedang bekerja	6. Pola bermain game	7. Saat ada gangguan saat bermain game	8. Saat ada gangguan saat bermain game
2018/04/19 2:09:44	17	4	2	3	2	3	4	3	3
2018/04/19 3:53:46	20	3	1	3	3	4	4	3	4
2018/04/19 4:58:00	17	2	1	3	3	3	2	3	4
2018/04/19 8:15:42	20	2	1	2	2	2	3	2	3
2018/04/21 7:27:04	18	4	1	4	4	3	2	4	3
2018/04/23 5:29:26	19	2	3	3	2	2	2	3	3
2018/05/08 9:03:37	18	2	2	3	2	3	2	3	3
2018/05/12 6:26:24	17	3	2	3	2	3	3	3	3
2018/05/23 12:35:00	18	1	2	3	2	2	4	4	3
2018/05/23 12:37:20	20	4	4	2	2	4	2	3	3
2018/05/23 12:41:10	21	2	4	4	4	2	2	4	4
2018/05/23 12:45:50	20	1	1	2	2	3	2	3	2
2018/05/23 12:47:20	20	1	1	1	1	1	2	3	2
2018/05/23 1:18:55	20	1	1	2	2	2	1	2	2
2018/06/03 10:59:30	16	1	2	3	2	3	3	4	4
2018/06/03 4:30:20	14	1	2	3	2	3	3	3	2
2018/06/11 2:59:37	18	2	2	3	2	2	2	4	4
2018/06/13 5:10:45	17	4	4	2	1	3	3	4	3
2018/06/13 6:25:08	20	3	3	2	1	1	2	4	3
2018/06/16 9:26:03	16	2	1	3	3	2	3	3	3
2018/06/25 2:51:51	21	2	1	4	4	4	3	3	4
2018/06/28 7:34:46	20	4	1	2	2	3	2	2	3
2018/07/02 3:04:10	19	2	2	2	2	3	2	3	3
2018/07/05 3:11:25	21	4	2	2	3	3	2	4	4
2018/07/05 8:05:02	19	3	2	2	2	3	3	3	3
2018/07/05 8:55:55	21	2	1	3	2	4	2	3	3
2018/07/05 9:49:15	20	2	1	3	2	3	2	2	3
2018/07/05 10:19:00	17	4	3	2	2	1	3	3	2
2018/07/05 10:39:20	18	3	2	2	1	3	1	3	2
2018/07/08 12:35:00	16	2	1	3	2	3	3	2	3
2018/07/08 2:28:11	18	2	3	3	2	2	3	4	3
2018/07/08 5:08:05	21	4	2	3	2	4	2	3	4
2018/07/15 8:29:44	16	4	2	4	3	4	3	3	3

Timestamp	Umur	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
018/04/19 2:08:44	17	3	3	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3	4	2	1	4	4	4	4	2	1	3	4	4	2	4	3	4	2	4
018/04/19 3:53:46	20	4	3	1	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	2	2	3	2	2	4	2	3	4	4	4	2	4	1	3	2	4
018/04/19 4:58:00	17	3	2	2	2	3	2	4	4	3	4	3	3	4	3	4	1	3	3	2	2	1	1	3	3	3	2	4	3	4	2	2
018/04/19 8:15:42	20	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	1	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
018/04/21 7:27:04	18	4	4	2	2	3	2	3	4	2	3	4	4	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	3	3	1	3	4	2	2	1	2
018/04/23 5:29:26	19	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	3	2	2	4	4	2	2	4	2	2	2	2	3
018/05/08 9:03:37	18	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	3	2	2	2	3	2	1	1	2	2
018/05/12 6:26:24	17	4	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	2	3	3	2	3	2	2	3
018/05/23 12:35:01	18	3	2	1	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	2	3	3	3	2	2	1	3	3	3	4	3	2	2	1	4
018/05/23 12:37:2	20	4	4	2	3	3	4	3	4	2	4	4	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	4	3	4	4	1	1	1	1	1
018/05/23 12:41:1	21	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	1	4	4	2	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4
018/05/23 12:45:5	20	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	3	2	1	3	3	2	2	2	2	2
018/05/23 12:47:2	20	2	2	3	4	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	1	2	3	2	3	2	3	2
018/05/23 1:18:55	20	2	2	3	2	3	2	3	2	2	1	2	1	4	1	2	1	1	1	1	1	1	4	1	2	1	1	2	3	3	2	2
018/06/03 10:59:3	16	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	1	2	3	3	3	3	3	1	3	4	2	4	1	4	1	4
018/06/03 4:30:20	14	3	3	3	4	2	4	3	4	2	4	3	3	4	4	3	1	2	3	3	3	3	2	3	3	2	4	2	2	1	2	2
018/06/11 2:59:37	18	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2
018/06/13 5:10:45	17	3	2	2	3	3	2	2	4	2	4	2	2	3	2	1	2	3	3	3	3	2	1	3	2	3	3	1	2	1	1	3
018/06/13 6:25:08	20	3	2	4	2	2	4	3	3	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	2	4	2	2	2	4
018/06/16 9:26:03	16	3	3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	4	2	2	3	3	3	2	4	1	2	4	4	4	1	4	1	4	1
018/06/25 2:51:51	21	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	4	4	3	3	3	3	3	1	4	4	4	3	4
018/06/28 7:34:46	20	4	3	2	3	3	1	4	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	1	2	3	3	3	3	1	1	1	2	2
018/07/02 3:04:10	19	4	2	2	2	3	3	3	4	2	4	2	3	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	4	3	3	2	3	1	1	1	1
018/07/05 3:11:25	21	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	1	4	2	2	2	2	3	3	4	2	2	4	3	4	1	4	1
018/07/05 8:05:02	19	4	3	1	2	4	3	3	4	2	4	4	4	3	4	2	1	3	3	3	3	1	1	1	4	4	3	4	3	3	1	4
018/07/05 8:55:55	21	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	2	3	3	3
018/07/05 9:48:15	20	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3
018/07/05 10:19:00	17	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
018/07/05 10:39:2	18	3	2	1	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	2	1	1	1	1	1	2	1	3	3	3	3	2	3	2	3	1	2
018/07/08 12:35:01	16	3	4	2	3	3	4	3	4	2	4	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	2	4	2	3	2	3
018/07/08 2:28:11	18	3	4	2	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	1	3	3	3	2	2	3	1	3	1	3
018/07/08 5:08:05	21	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	2	1	2	3	3	2	2	3	1	2	1	2
018/07/15 8:29:44	16	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

HASIL PENGOLAHAN DATA



Reliability

Scale: gaya hidup hedonisme

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	33	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	33	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	30

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
gh1	3.3636	.60302	33
gh2	2.9091	.80482	33
gh3	2.1818	.68258	33
gh4	2.8485	.83371	33
gh5	2.9394	.49620	33
gh6	3.0909	.80482	33
gh7	3.0909	.57899	33
gh8	3.6061	.65857	33
gh9	2.7879	.78093	33
gh10	3.3939	.78817	33
gh11	3.0303	.72822	33
gh12	3.3939	.78817	33
gh13	3.0000	.75000	33
gh14	2.9394	.78817	33
gh15	2.2727	.80128	33

gh16	2.0303	.95147	33
gh17	2.5455	.79415	33
gh18	2.4242	.75126	33
gh19	2.6970	.76994	33
gh20	2.3030	.68396	33
gh21	1.7273	.87581	33
gh22	2.3939	.86384	33
gh23	3.1818	.72692	33
gh24	2.7273	.87581	33
gh25	2.5152	.79535	33
gh26	3.3939	.70442	33
gh27	2.0303	.76994	33
gh28	2.6061	.96629	33
gh29	1.7273	.71906	33
gh30	2.8182	.95048	33

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
gh1	78.6061	103.309	.432	.858
gh2	79.0606	100.496	.485	.856
gh3	79.7879	107.235	.090	.866
gh4	79.1212	102.297	.354	.860
gh5	79.0303	109.405	-.066	.867
gh6	78.8788	97.422	.686	.850
gh7	78.8788	104.297	.367	.859
gh8	78.3636	103.239	.396	.859
gh9	79.1818	100.091	.529	.855
gh10	78.5758	97.064	.726	.849
gh11	78.9394	97.809	.738	.850
gh12	78.5758	97.189	.718	.850
gh13	78.9697	108.218	.012	.868
gh14	79.0303	97.593	.691	.850

gh15	79.6970	104.530	.332	.863
gh16	79.9394	105.559	.128	.867
gh17	79.4242	99.127	.582	.853
gh18	79.5455	100.631	.516	.855
gh19	79.2727	100.017	.543	.855
gh20	79.6667	101.854	.481	.857
gh21	80.2424	103.002	.292	.862
gh22	79.5758	109.189	-.054	.871
gh23	78.7879	98.922	.658	.852
gh24	79.2424	101.252	.394	.859
gh25	79.4545	107.443	.054	.867
gh26	78.5758	99.939	.606	.853
gh27	79.9394	103.371	.320	.860
gh28	79.3636	102.551	.380	.862
gh29	80.2424	107.814	.043	.867
gh30	79.1515	98.320	.517	.855

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		gaya hidup hedonisme
N		33
Normal Parameters ^a	Mean	61.55
	Std. Deviation	8.632
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.073
	Negative	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z		.471
Asymp. Sig. (2-tailed)		.979
a. Test distribution is Normal.		

Descriptives

gaya hidup hedonisme

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
rendah	4	48.50	7.550	3.775	36.49	60.51	40	58
sedang	28	63.00	7.050	1.332	60.27	65.73	48	78
tinggi	1	73.00	.	.	.	.	73	73
Total	33	61.55	8.632	1.503	58.48	64.61	40	78

Test of Homogeneity of Variances

gaya hidup hedonisme

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.000 ^a	1	30	1.000

Test of Homogeneity of Variances

gaya hidup hedonisme

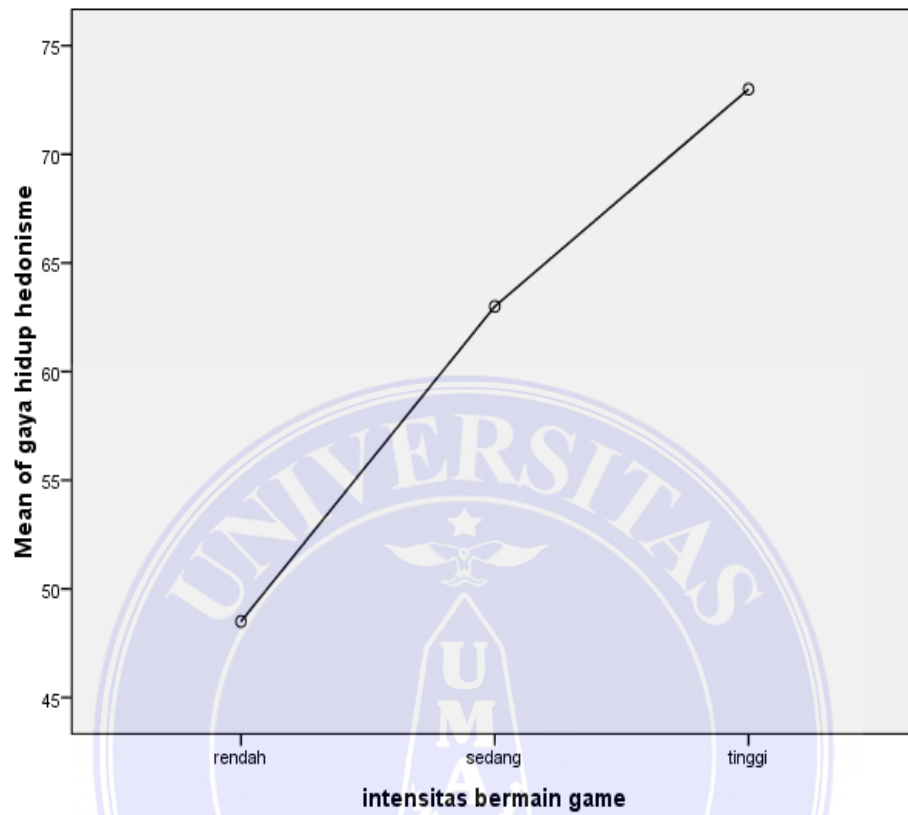
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.000 ^a	1	30	1.000

a. Groups with only one case are ignored in computing the test of homogeneity of variance for gaya hidup hedonisme.

ANOVA

gaya hidup hedonisme

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	871.182	2	435.591	8.637	.001
Within Groups	1513.000	30	50.433		
Total	2384.182	32			



Oneway

Descriptives

gaya hidup hedonisme								
					95% Confidence Interval for Mean			
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum
kurang di bawah 7 jam	13	39.77	9.876	2.739	53.80	65.74	40	78
7 - 15 jam	13	38.62	7.985	2.215	56.79	66.44	48	74
di atas 15 jam sampai 30 jam	4	66.25	6.602	3.301	55.75	76.75	59	74
lebih dari 30 jam	3	89.67	9.609	5.548	38.80	86.54	54	73
Total	33	61.55	8.632	1.503	58.48	64.61	40	78

Test of Homogeneity of Variances

gaya hidup hedonisme

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.147	3	29	.931

ANOVA

gaya hidup hedonisme

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	133.381	3	44.460	.573	.007
Within Groups	2250.801	29	77.614		
Total	2384.182	32			

A large, faint, circular watermark of the University of Medan Area is centered in the background. It features a crest with a book and a torch, surrounded by the text 'UNIVERSITAS MEDAN AREA' and '1974' at the bottom.

LAMPIRAN
SURAT IZIN
PENELITIAN DAN
SURAT SELESAI
PENELITIAN



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7358012 Medan 20223
 Kampus II : Jalan Seliabudi Nomor 79 / Jalan Sel Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225802 📠 (061) 8225331 Medan 20122
 Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 554 /FPSI/01.10/XII /2017

Medan, 08 Desember 2017

Lampiran : -

Hal : Pengambilan Data

Yth, Kepala Lingkungan XVII Asrama Ex-Linud
 Kelurahan Tanjung Rejo
 Di
 Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : Sara Lupita Wehelmina Mawuntu
 NPM : 12 860 0055
 Program Studi : Ilmu Psikologi
 Fakultas : Psikologi

Untuk melaksanakan pengambilan data di **Lingkungan XVII Asrama Ex-Linud Kelurahan Tanjung Rejo** guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Perbedaan Gaya Hidup Hedonis Remaja Putri Pemain Dress-Up Game Ditinjau dari Intensitas Bermain Game"**.

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan **Surat Keterangan** yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data di **Lingkungan** yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang Akademik,

Mahsun Anwar Dallmunthe, S.Psi, M.Si

Penyusunan

Mahasiswa Ybs

Arsip

**KECAMATAN MEDAN SUNGGAL
KELURAHAN TANJUNG REJO
KEPALA LINGKUNGAN XVII / TR**

SURAT KETERANGAN

Nomor : **2** / VII / 2018

1. Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Lingkungan XVII Asrama Ex-Linud Kelurahan Tanjung Rejo, Kecamatan Medan Sunggal:

Nama	:	Rustam
Jabatan	:	Kepala Lingkungan XVII Asrama Ex-Linud Kelurahan Tanjung Rejo

2. Menerangkan bahwa :

Nama	:	Sara Lupita Wehelmina Mawuntu
NPM	:	128600055
Semester	:	IX (Sembilan)
Jurusan	:	Psikologi
Judul Skripsi	:	Perbedaan Gaya Hidup Hedonis Remaja Putri Pemain Dress-Up Game Ditinjau dan Intensitas Bermain Game

Benar telah melaksanakan penelitian untuk skripsi tersebut di atas di Lingkungan XVII Asrama Ex-Linud Kelurahan Tanjung Rejo, Kecamatan Medan Sunggal, Medan pada tanggal 19 April 2018 sampai dengan 5 Juli 2018.

3. Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 6 Juli 2018
Kepala Lingkungan XVII / TR,

