

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Budaya berasal dari kata budi dan daya. Budi adalah akal yang merupakan unsur rohani dalam kebudayaan, sedangkan daya adalah perbuatan atau ikhtiar sebagai unsur jasmani. Sehingga kebudayaan diartikan sebagai hasil dari akal dan ikhtiar manusia (Widyosiswoyo, 2009). Budaya adalah perilaku sosial dan norma sosial yang ditemukan dalam masyarakat manusia dan merupakan karakteristik dan pengetahuan dari sekelompok orang tertentu, termasuk bahasa, agama, kuliner, kebiasaan sosial, musik dan seni (2020). Budaya biasa dibedakan menjadi dua yaitu budaya tradisional dan budaya modern. Salah satu budaya modern yang digemari kalangan muda adalah budaya populer.

Budaya populer adalah serangkaian piranti hiburan serta merupakan produk yang diperdagangkan untuk kepentingan materi dalam tujuan mencari keuntungan, meskipun terkadang di sisi lain, budaya populer diciptakan untuk kepentingan lain, seperti halnya kepentingan dalam menciptakan tipe budaya politik. Hal ini memberikan fakta bahwa budaya populer bertautan pada banyak aspek, seperti konsumsi, fashion, politik, dan lain-lain (2021). Dengan perkembangan teknologi, informasi dari penjuru dunia kini semakin mudah diakses. Budaya pop dari negara asing pun disebarluaskan dengan mudahnya melalui jaringan global. Beberapa budaya pop luar negeri pun menjadi tren di masyarakat Indonesia. Salah satunya adalah budaya pop dari negara Jepang.

Jepang merupakan negara kepulauan yang terletak di Asia timur. Negara ini terdiri dari serangkaian pulau di busur timur laut-barat daya yang membentang sekitar 1.500 mil (2.400 km) melalui Samudra Pasifik Utara bagian barat. Sebagian besar daratan terdiri dari empat pulau utama negara tersebut yaitu, dari utara ke selatan, adalah Hokkaido, Honshu, Shikoku, dan Kyushu. Honshu adalah yang terbesar dari empat pulau tersebut, diikuti oleh Hokkaido, Kyushu, dan Shikoku.

Selain itu, ada banyak pulau kecil, kelompok utama di antaranya adalah Kepulauan Ryukyu (termasuk pulau Okinawa) di selatan dan barat Kyushu, dan pulau Izu, Bonin (Ogasawara), dan Kazan di selatan dan timur Honshu pusat. Ibukota nasionalnya, Tokyo, terletak di tengah-timur Honshu, adalah salah satu kota terpadat di dunia (Hijino, 2021).

Jepang adalah negara yang kaya akan budaya, dari budaya tradisional hingga budaya pop. Beberapa budaya pop Jepang yang ternama di Indonesia adalah musik pop Jepang yang dikenal sebagai *j-pop*, *manga* atau komik Jepang, *costume play*, dan *anime*. Selain itu Jepang juga negara yang terkenal akan *mobile game* nya. *Mobile game* dari Jepang pun ada beragam jenis. *RPG (role playing game)* dan *rhythm game* adalah jenis *mobile game* jepang yang biasa dimainkan oleh masyarakat Indonesia. Meskipun kedua jenis *game* itu mempunyai tema dan *gameplay* yang berbeda, ada satu kesamaan yang biasa ditemukan di berbagai jenis *mobile game* jepang lainnya yaitu sistem *gacha*.

*Gacha* merupakan mesin penjual mainan otomatis yang menjadi merek dagang Bandai, sebuah perusahaan mainan milik Jepang. *Gashapon* diambil dari suara “gasha” atau “gacha” yang terdengar setelah kita memasukkan koin dan memutar tuas tombol *start*-nya. Sedangkan kata “pon” diambil dari suara mainan yang keluar dari kotak kapsul (Toto, 2012). Mesin mainan ini banyak ditemukan di toko mainan di pusat perbelanjaan seperti Kingdom Toys atau di toko swalayan seperti Lawson. Umumnya mainan yang keluar itu kecil dan hanya seukuran genggam tangan. Mainan itu pun dikemas di dalam wadah plastik yang berbentuk seperti kapsul. Di dalam satu mesin biasanya tidak hanya ada satu jenis mainan dan tertera list mainan apa saja yang bisa didapat. Selain dari bentuk wadahnya, keunikan dari mesin *gacha* adalah jenis mainannya tidak dapat dipilih oleh penggunanya. Mainan didapat secara acak dan wadah plastik kapsulnya membuat mainan yang akan didapat sulit ditebak. Istilah *gashapon* juga mengacu pada sistem penjualan *merchandise anime* atau *game* secara *blind box*.

Seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi, permainan *gacha* mulai berubah. *Gacha* yang tadinya hanya dapat dimainkan di mesin secara manual kini

menjadi salah satu sistem di *mobile game*. Dalam konteks *mobile gaming*, *gacha* adalah sistem permainan untuk mendapatkan karakter atau *item game* secara acak. Untuk melakukannya pemain perlu mengorbankan sejumlah *in-game resource* seperti token atau poin yang dapat diperoleh dengan melakukan misi *game* atau dibeli dengan uang sungguhan. Tingkat kelangkaan *item* atau karakter juga bervariasi. Biasanya *resource* yang dikorbankan juga bervariasi dan tentunya menghasilkan tingkat kesuksesan yang berbeda.

Di Jepang, sistem permainan ini diperkenalkan pada *mobile game* yang bersifat bisa dimainkan di mana-mana dan gratis untuk dimainkan. Sistem ini digunakan untuk mendapatkan karakter, senjata dan lain-lain. Sama seperti *gacha* di mesin, daftar karakter, *item*, atau senjata yang bisa didapatkan biasanya tertera. Perbedaan mesin *gacha* dan *gacha* versi *mobile game* yaitu barang yang bisa didapat melalui mesin *gacha* terbatas sedangkan di *mobile game* pemain bisa menarik *gacha* seberapa kali yang ia inginkan tanpa mengkhawatirkan akan kehabisan barang tersebut. Tentunya pemain masih bisa menarik *gacha* satu kali, tetapi biasanya pihak *developer* memberikan penawaran lebih menarik bagi para pemain agar menggunakan 10. Contohnya jika pemain menarik *gacha* 10 kali, maka pemain akan mendapatkan bonus satu kali menarik *gacha* dengan gratis.

Di dalam *gacha* juga terdapat sistem penilaian *rarity* atau tingkat kelangkaan karakter atau *item* yang didapatkan. Meskipun jumlah *level* bisa berbeda-beda di setiap *game*, level-level yang cukup umum digunakan di *mobile game* dibagi menjadi 4 macam, yaitu N = Normal (bintang 3), R = *Rare* (bintang 4), SR = *Super Rare* (bintang 5), SSR = *Double Super Rare* (bintang 6). Semakin langka tingkat karakter atau *item* akan semakin susah untuk didapat. Cara mendapatkannya pun tergantung keberuntungan pemain. Salah satu penawaran dari pihak *developer game* yaitu apabila kita menarik 10+1 *gacha*, pemain dijamin mendapatkan satu atau lebih *gacha* dengan tingkat kelangkaan bintang empat ke atas. Hal ini yang membuat para pemain saling berlomba-lomba untuk mendapatkan karakter *game* berlevel SR / SSR dengan terus menerus menarik *gacha*.

Selain itu, permainan ini juga disebut *game RNG (Random Number Generator)* yaitu *game* yang menggunakan sistem *rolling* secara acak. Sistem *RNG* inilah yang menjadi senjata ampuh para pembuat *game online* untuk mendapatkan keuntungan besar dari para pengguna *game online* ciptaannya agar terus melakukan *gacha* berulang-ulang hingga menggunakan uangnya demi mendapatkan *item* atau karakter yang sangat diinginkan.

Pemain biasanya diberikan kesempatan untuk menarik *gacha* secara gratis dengan jumlah yang terbatas per harinya. Namun menarik *gacha* yang menggunakan *in-game resources* yang harus dibeli dikatakan dapat memberikan kesempatan yang lebih baik bagi pemain yang ingin mendapatkan *item rare*. Meskipun begitu, hal ini tidak menjamin pemain bisa mendapatkan *item rare* dengan menarik *gacha* sebanyak satu atau dua kali. Oleh karena itu, banyak pemain *game online* yang rela untuk mengeluarkan uangnya terus-menerus demi mendapatkan *item rare* keinginannya. Hal ini dikatakan sebagai perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah suatu kecenderungan sifat manusia untuk mengkonsumsi yang tidak ada batasnya dan terpenuhi atas dasar keinginan bukan kebutuhan. Perilaku tersebut rawan dialami oleh golongan remaja akhir seperti mahasiswa yang mempunyai uang saku yang lebih dari remaja awal dan belum memiliki tanggung jawab finansial seperti orang dewasa. Kesukaan golongan tersebut terhadap budaya populer itu pun dapat mendorong perilaku konsumtif untuk dapat menyesuaikan diri dan berbaur dengan kelompok sebayanya.

Sistem beli *gacha* sudah tidak asing lagi di kalangan mahasiswa yang menyukai budaya Jepang. Bahkan *gacha* menjadi topik percakapan sehari-hari di kalangan mahasiswa program studi bahasa dan kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada. Tidak jarang penulis melihat mahasiswa program studi bahasa dan kebudayaan Jepang yang berkumpul dan membahas hasil *gacha* yang mereka dapat sambil bermain. Pemain yang mendapatkan *item rare* dari *gacha* akan memamerkannya kepada pemain lain. Teman penulis pun selalu menguji keberuntungannya dengan melakukan *gacha* dalam *mobile game* yang dimainkannya.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin mengkaji lebih lanjut faktor-faktor dari *gacha* yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa program studi bahasa dan kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada . Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk menulis skripsi dengan judul “PENGARUH DAYA TARIK *GACHA* DAN DAMPAK KECANDUAN *GACHA* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI BAHASA DAN KEBUDAYAAN JEPANG UNIVERSITAS DARMA PERSADA”

## 1.2 Penelitian yang Relevan

Ada beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Diantaranya adalah penelitian berjudul Daya Tarik Sistem *Gacha* dalam *Mobile Game Fate/Grand Order* yang dilakukan oleh Ihsan Noor Fikri. Penelitian tersebut membahas tentang daya tarik *game free to play* yang menggunakan sistem *gacha* dan dampak positif dan negatif yang ditimbulkan dari sistem *gacha* tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemain tertarik dengan tantangan dan hadiah yang ditawarkan terus menerus dalam *game* bersistem *gacha* yang membuat pemainnya tidak dapat lepas dari *game* tersebut dan timbulnya sifat adiktif bagi pemain *game gacha* yang mulai menghamburkan uangnya. Seperti penelitian ini, penelitian tersebut menganalisis daya tarik dari *game gacha*, namun peneliti Ihsan Noor Fikri membatasi penelitiannya dengan mengamati satu *game gacha* yang spesifik yaitu Fate/Grand Order dan tidak menganalisis pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif pemainnya.

Lalu ada penelitian berjudul Perilaku Konsumtif *Gamers Genshin Impact* terhadap Pembelian *Gacha* yang dilakukan oleh Cynthia Angelia dkk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian *gacha* yang berarti apabila perilaku konsumtif mengalami kenaikan akan diikuti dengan kenaikan jumlah pembelian *gacha* pada Genshin Impact, maka juga sebaliknya apabila perilaku konsumtif mengalami penurunan akan diikuti pula dengan penurunan pembelian *gacha* pada Genshin Impact. Dalam penelitian tersebut populasi merupakan pengguna akun Twitter yang mengikuti forum Genshin Impact di Indonesia, sedangkan dalam penelitian ini populasinya

merupakan mahasiswa jurusan program studi bahasa dan kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada.

### 1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

*Gacha* adalah sistem pembelian dan permainan yang menggunakan *random number generator* sehingga apa yang akan didapat tidak menentu dan tidak dapat diprediksi. Sistem pembelian seperti ini dapat menguntungkan dan merugikan pembelinya bahkan mendorong pembeli untuk membeli *gacha* berulang-ulang untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Meskipun begitu sistem pembelian tersebut sangat digemari di kalangan mahasiswa program studi bahasa dan budaya Jepang Universitas Darma Persada. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian untuk mengetahui adanya pengaruh dari *gacha* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi bahasa dan kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada.

### 1.4 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah yang akan dibahas agar penelitian dapat dilakukan lebih fokus dan sempurna. Permasalahan dibatasi dengan menggunakan dua variabel bebas yaitu daya tarik *gacha* dan dampak kecanduan *gacha*, serta memfokuskan penelitian di kalangan mahasiswa jurusan program studi bahasa dan kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada yang memainkan *game* ber-*gacha*.

### 1.5 Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang penulis pilih maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *gacha* dapat mendorong perilaku konsumtif para pemainnya?
2. Apakah daya tarik *gacha* dan dampak kecanduan *gacha* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi bahasa dan kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada secara simultan?

3. Apakah daya tarik *gacha* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi bahasa dan kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada?
4. Apakah dampak kecanduan *gacha* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi bahasa dan kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada?

### 1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis apa *gacha* dapat mendorong perilaku konsumtif pemainnya.
2. Menganalisis pengaruh daya tarik *gacha* dan dampak kecanduan *gacha* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi bahasa dan kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada secara simultan.
3. Menganalisis pengaruh daya tarik *gacha* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi bahasa dan kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada.
4. Menganalisis pengaruh dampak kecanduan *gacha* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi bahasa dan budaya Jepang Universitas Darma Persada.

### 1.7 Landasan Teori

Hayati mendefinisikan landasan teori sebagai bagian dari penelitian yang memuat teori-teori dan hasil-hasil penelitian yang berasal dari studi kepustakaan yang memiliki fungsi sebagai kerangka teori untuk menyelesaikan pekerjaan penelitian (2021). Menurut Sugiyono (2015), landasan teori ini perlu ditegaskan agar penelitian itu mempunyai dasar yang kokoh, dan bukan sekedar perbuatan coba-coba (trial and error). Lebovitz dan Hagedorn (1971) dalam Creswell (2016) menambahkan definisi teori dengan gagasan tentang theoretical rationale, yang dimaknai sebagai “usaha mengetahui bagaimana dan mengapa variabel-variabel dan pernyataan-pernyataan relasional saling berhubungan satu sama lain”.

### 1.7.1 Budaya Populer

Populer mempunyai empat makna yaitu: disukai banyak orang, jenis kerja rendah, karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang, dan budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri (Williams, 1983). Dari pengertian tersebut, dapat diartikan bahwa budaya populer adalah budaya menyenangkan yang disukai oleh banyak kalangan. Menurut Fujitake, budaya populer adalah sebuah budaya yang diproduksi dan dikonsumsi oleh sejumlah besar massa. Kadang-kadang digunakan untuk mengartikan budaya yang menjadi target konsumsi sesaat. Berbagai keunikan budaya (subkultur) tercipta dalam hierarki menurut jenis kelamin, usia, pekerjaan, wilayah tempat tinggal, hobi, dan selera. Namun, di era budaya populer, ada mekanisme di mana media massa segera mengambil subkultur yang menarik dan diminati masyarakat umum dan dengan cepat mengubahnya menjadi budaya populer. Dengan cara ini, budaya populer juga merupakan budaya yang berubah dengan cepat dan melibatkan banyak orang. Juga, di zaman modern, budaya populer telah menjadi indikator kuat kesamaan global karena transmisi dan pertukaran informasi internasional yang luar biasa (1963).

### 1.7.2 *Gacha*

*Gacha* adalah salah satu mekanisme untuk mendapatkan barang dan karakter di *game online*. Ini didasarkan dari mesin penjual otomatis yang menjual mainan di dalam kapsul. Kata *gacha* berasal dari suara “gasha” atau “gacha” yang terdengar setelah memasukkan koin dan memutar tuas tombol mesin (Toto, 2012). Menurut Tadaki: “ガチャとはゲーム内のアイテムがランダムに当たる“くじ”をプレイヤーに引かせるマイクロランザクション（アイテム課金）の一種である”, yang berarti *gacha* adalah jenis transaksi mikro yang memungkinkan pemain untuk menggambar “lotere” di mana *item* dalam *game* dimenangkan secara acak. Kelangkaan ditentukan untuk *item*, dan *item* dengan kelangkaan tinggi diberikan atribut seperti “*super rare*” dan “*legend*” (2021).

### 1.7.3 Kecanduan

Menurut KBBI daring Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, kecanduan adalah kejangkitan suatu kegemaran hingga lupa hal-hal lain dan ketagihan akan sesuatu hingga menjadi ketergantungan (2016). Sementara menurut Thakkar, kecanduan adalah suatu kondisi medis dan psikiatris yang ditandai oleh penggunaan berlebihan terhadap suatu zat yang apabila digunakan terus menerus dapat memberikan dampak negatif dalam kehidupan penggunanya, seperti hilangnya hubungan yang baik dengan keluarga maupun teman ataupun kehilangan pekerjaan (2006). Menurut Cooper, kecanduann merupakan perilaku ketergantungan pada suatu haal yang disenangi, Orang dikatakan kecanduan apabila dalam satu hari melakukan kegiatan yang sama berulang-ulang sebanyak lima kali atau lebih. Kecanduan merupakan kondisi terikat pada kebiasaan yang sangat kuat dan tidak mampu lepas dari keadaan itu dan individu kurang mampu mengontrol dirinya sendiri untuk melakukan kegiatan tertentu yang disenangi (2000).

### 1.7.4 Konsumtif

Konsumtif merupakan dampak dari konsumerisme, yaitu paham terhadap gaya hidup yang senantiasa menganggap barang-barang mewah sebagai ukuran kebahagiaan, kesenangan, ketentraman dalam mendapatkan peran sosial dan status sosial di masyarakat, sehingga sikap ini dipandang dengan sifat yang tidak hemat (2021). Menurut Setiaji, perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan (1995). Wahyudi menyatakan perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata (2013).

## 1.8 Manfaat Teoretik

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi penulis, Universitas Darma Persada, dan masyarakat umum.

### 1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan penulis tentang pengaruh *gacha* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi bahasa dan kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada.

### 2. Masyarakat Umum

Penelitian ini dapat menambah wawasan pembaca dan dijadikan referensi mengenai pengaruh *gacha* terhadap perilaku konsumtif.

## 1.9 Manfaat Praktis

### 1. Bagi Universitas Darma Persada

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa program studi bahasa dan kebudayaan Jepang maupun ekonomi yang ingin melanjutkan penelitian tentang pengaruh *gacha* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Darma Persada secara mendalam.

## 1.10 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini disusun sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II Mengenai penjelasan tentang perkembangan *gacha* dalam mobile *game* dan pola perilaku konsumtif pemainnya.

Bab III Mengenai penjelasan metode penelitian

Bab IV Merupakan hasil analisis dan pembahasan mengenai perilaku konsumtif mahasiswa prodi bahasa dan kebudayaan Jepang Universitas Darma Persada dalam membeli *gacha* dari hasil kuesioner.

Bab V Penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian ini.

