

PENGARUH INTENSITAS MENONTON ANIME *ATTACK ON TITAN* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA SMA 36 JAKARTA TIMUR

¹Hernando Habahayan, ²Lukman, ³Herman

¹PROGRAM ILMU KOMUNIKASI,
UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

E-mail: hernandohabayahan623@gmail.com , Lukman.lkn@bsi.ac.id , herman.hrm@bsi.ac.id

ABSTRAKS

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Intensitas Menonton Anime terhadap Prilaku Konsumtif Remaja. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah Remaja SMA 36 Jakarta Timur sebanyak 70 responden. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah teknik simple random sampling. Uji analisis data menggunakan program bantuan IBM SPSS versi 20.0 dengan teknik uji korelasi, regresi linear sederhana dan uji hipotesis secara parsial (uji t). Hasil penelitian ini menunjukkan Intensitas Menonton Anime (X) berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Remaja (Y) dengan nilai thitung 11,32 lebih besar dari 1,668, pada variabel Intensitas Menonton Anime (X) adalah bernilai positif sehingga dapat dikatakan semakin tinggi frekuensi dan durasi Intensitas Menonton Anime (X), maka semakin berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Remaja (Y).

Kata kunci : *Intensitas Menonton, Perilaku Konsumtif, Remaja*

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between Anime Watching Intensity and Teen Consumptive Behavior. This study uses descriptive quantitative research. The subjects of this study were high school teenagers 36 East Jakarta as many as 70 respondents. The sampling technique in this study was simple random sampling technique. The results of this study indicate that the Intensity of Watching Anime (X) has an effect on Teen Consumptive Behavior (Y) with a tcount value of 11.32 greater than 1.668 the variable Intensity of Watching Anime (X) has a positive sign so that it can be said that the higher the frequency and duration of Intensity of Watching Anime (X), the more it affects Teen Consumptive Behavior (Y)

Keyword : *Watching Intensity, Consumptive Behavior, Teenagers*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Animasi sudah ada dalam peradaban manusia sejak tiga puluh ribu tahun lalu. Industri modern dimulai pada 100 tahun lalu. Masing-masing negara mempunyai perkembangan industri animasi yang tidak sama, seperti Amerika Serikat, Jepang, dan Prancis. Film anime lebih banyak diadaptasi melalui komik (manga), tetapi ada juga sejumlah film anime yang tidak diadaptasi dari

manga. Sampai sekarang ini ada lebih empat ratus studio anime yang terdapat di Jepang. Beberapa studio anime terbaik diantaranya Toei Animation, Madhouse Inc, Kodokawa, Studio Ghibli, beserta Sunrise. Anime menggunakan bahasa Jepang, tetapi seringkali diterjemahkan ke bahasa lainnya misal bahasa Inggris ataupun banyak pula yang beredar dengan subtitle sebagai alat bantu dalam mencerna bahasanya. Pada era industri, anime mengalami perkembangan pesat, beragam judul anime diluncurkan setiap tahun oleh beberapa studi

anime di Jepang. Profesi sebagai pengisi suara karakter anime menjadi profesi yang menjanjikan, yang mana popularitas pengisi suara anime telah hampir sama dengan artis. Banyaknya seri anime yang diluncurkan di luar negeri, salah satunya Indonesia. Tetapi, sekarang ini pecinta anime menikmati anime dengan menonton anime online ataupun mendownload anime melalui internet. Banyak muncul internet yang dipergunakan untuk melakukan pengunduhan anime. Perkembangan genre-genre anime sangat pesat hingga saat ini, terbukti sudah memiliki sekitar 43 Genre. Perkembangan genre didukung para penggemar yang bertambah mengalami peningkatan antar tahun sampai sekarang

Adanya Anime di Indonesia tentu memberikan perubahan pada kehidupan masyarakat Indonesia. Globalisasi budaya populer ditunjukkan dengan beberapa acara yang memiliki tema Jepang dan Anime, misalnya kontes cosplay di JEC, Orenji, Bunkasai, Mangafest, serta muncul komunitas pecinta Anime yang terdapat di Sekolah

Rumusan Masalah

Berikut merupakan identifikasi masalah dalam penelitian diantaranya:

1. Adanya pengaruh intensitas menonton serial Anime Attack on Titan terhadap perilaku konsumtif pada remaja SMA 36 Jakarta Timur.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh intensitas menonton serial Anime Attack on Titan terhadap perilaku konsumtif pada remaja SMA 36 Jakarta Timur.

LANDASAN TEORI

1 Teori Uses and Gratification

Teori ini yang dipaparkan Elihu Katz, Jay G. Blumler beserta Michael Gurevitch muncul yang merupakan reaksi pada penelitian komunikasi massa tradisional yang menitikberatkan terhadap pesan maupun pengirimnya. Teori ini menitikberatkan terhadap masyarakat yang aktif mempergunakan media

massa. Poin penting teori ini yakni orientasi psikologis untuk mencukupi motivasi, kebutuhan, kepuasan pemakai media massa. Pandangan teori ini yakni menerangkan fungsi dan penggunaan media untuk kelompok, seseorang, maupun masyarakat secara umum. Adanya 3 tujuan dalam melakukan pengembangan teori ini yakni: Menerangkan bagaimanakah setiap orang mempergunakan media massa dalam memenuhi kebutuhan, menemukan hal yang melandasi motivasi penggunaan media melalui setiap orang, mengidentifikasi konsekuensi buruk dan baik dari pemanfaatan media melalui setiap orang

Dalam Teori ini khalayak secara aktif melakukan pemilihan juga mempergunakan suatu media dalam memenuhi kebutuhan. Menitikberatkan akan posisi efek terbatas, teori ini memiliki sudut pandang bahwa media memiliki efek terbatas dikarenakan penggunaannya bisa memilih maupun mengontrol. Masyarakat cukup sadar diri dan mereka bisa juga mengartikulasikan serta memahami alasan penggunaan media. Mereka melihat media merupakan salah satu cara dalam memenuhi kebutuhannya (Richard West, 2017)

2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa yakni proses menyampaikan pesan yang ditujukan kepada massa ataupun proses pengiriman pesan mempergunakan media massa. Komunikasi massa juga dapat didefinisikan dengan proses yang didalamnya ada organisasi kompleks menggunakan bantuan beberapa mesin mengirimkan juga memproduksi pesan pada masyarakat yang heterogenya, tersebar, maupun besar.

Komunikasi massa selalu di asumsikan sangat berkaitan dengan media massa karena Media bukan hanya memuaskan kebutuhan seseorang terkait hiburan ataupun informasi, namun pula fantasi beserta ilusi yang mungkin belum pernah terpenuhi dari beberapa saluran komunikasi tradisional yang lain. (Rosniar, 2021). Komunikasi massa dilakukan menggunakan media baik cetak ataupun elektronik. Perkembangan Komunikasi massa yang begitu cepat serta mudah untuk diakses oleh remaja.

Komunikasi massa sendiri hadir dengan harapan memberikan manfaat bagi setiap orang, namun ada beberapa yang memanfaatkannya untuk hal lain. Sehingga efek dari komunikasi ini cukup merisaukan.

3. Intensitas Menonton Anime (Variable X).

Intensitas menonton anime merupakan waktu yang dihabiskan untuk menonton anime dalam jangka yang Panjang. Efek yang ditimbulkan dari hal ini sangat banyak salah satunya menjadi malas dan mengurung diri demi menghabiskan waktu untuk menonton anime. Selain itu, efek dari menonton anime yang digemari dalam jangka anjang juga bisa menimbulkan rasa ingin meniru apa yang dilihat. Efek tersebut muncul dikarenakan durasi, intensitas, frekuensi yang terjadi tinggi (Pramitha, 2013). Intensitas adalah kecil ataupun besarnya perilaku, jumlah energi fisik yang diperlukan dalam memberikan rangsangan pada salah satu Indra. Seperti halnya dalam menonton kita akan terfokus pada satu perhatian juga pada apa yang kita lihat dan dengarkan, hal ini terjadi karena rasa penasaran remaja. Kemudian remaja akan menghabiskan banyak sekali waktu dan kegiatan hanya untuk menonton serta remaja juga menghayati apa yang ia tonton agar paham akan cerita dari anime tersebut sehingga membutuhkan waktu lama untuk remaja menghabiskan waktu hanya untuk menonton saja.

4. Perilaku Konsumtif (Variable Y).

Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli dan tidak diikuti pertimbangan matang yang semata-mata dilaksanakan untuk memberi kesenangan sendiri. Tingkat perilaku konsumtif dilakukan pengukuran mempergunakan skala Perilaku Konsumtif. Bertambah tingginya skor total yang didapatkan, tingkat perilaku konsumtif subjek bertambah tinggi. Perilaku konsumtif juga bisa disebut membeli dan menggunakan barang yang belum sampai selesai waktunya atau habis. Artinya seseorang membeli barang yang sama hanya beda edisi saja atau beda merek demi kepuasan sendiri atau bisa disebut lapar mata dengan apa yang dilihat (Indah Haryani, 2015) Perilaku konsumtif yang dialami remaja ini adalah suatu permasalahan untuk masyarakat dan terutama

terhadap remaja, sebab kecenderungan remaja tidak menumbuhkan sifat guna hidup efisien, produktif, perilaku konsumtif berlebih memberikan akibat besar seperti, sifat boros bahkan sampai bisa ke tindak kejahatan demi memenuhi kepuasannya untuk membeli barang yang diinginkan.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian memanfaatkan pendekatan kuantitatif dengan gaya paradigma positivisme. Positivisme sendiri ialah pandangan sesuatu yang di evaluasi positif dari ilmu dan metode ilmiah. Paradigma ini menekankan pentingnya mencari penyebab maupun fakta dari fenomena sosial dan tidak begitu memperhatikan perilaku subjektif seseorang yang bisa masuk ke suatu kategori (Prayogi, 2021). Gaya penelitian kuantitatif mengukur fakta dengan cara objektif, berfokus kepada variabel, ketergantungan pada isi penelitian, bebas nilai, analisis dilaksanakan secara peneliti berkontribusi, dan kunci kuantitatif merupakan reliabilitas. Pendekatan kuantitatif tujuannya menguraikan permasalahan tertentu dengan hasil bisa ditarik kesimpulan. Maka tidak begitu mengutamakan kedalaman datanya. Peneliti lebih mengutamakan aspek keluasan data, kemudian hasil penelitian dipandang sebagai representasi dari semua populasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

1. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Dalam hasil yang diperoleh R Square sebanyak 0,756 ataupun bisa dijabarkan 75,6%. Dalam uji koefisien determinasi, bertambah besarnya R Square yang diperoleh, bertambah besar juga pengaruh X pada Y. Hasil 75,6% dapat dinyatakan variabel bebas memberi pengaruh variabel tergantung cukup tinggi serta secara signifikan.

2. Hasil Uji Linear Sederhana.

Hasil koefisien yang diperoleh dari tabel 0.379, yang menunjukkan bahwa untuk setiap peningkatan satu unit dalam total variabel (X),

nilai rata-rata dari variabel terikat meningkat sebesar 0.379 unit. Nilai t yang tinggi (11.311) dan nilai signifikan sangat kecil membuktikan hubungan antara intensitas menonton dengan perilaku konsumtif sangat signifikan. Uji hipotesis dilakukan yaitu: Hipotesis Nol: Tidak ada hubungan linear antara Total X dengan variabel dependen. Hipotesis Alternatif: Ada hubungan linear antara Total X dengan variabel dependen. Dikarenakan nilai Sig. (di bawah 0.001) jauh di bawah 0.05, artinya hasil ini menolak H₀. Maka terbukti ada bukti kuat bahwasanya variabel bebas mempengaruhi linier serta signifikan dengan variabel tergantung

KESIMPULAN

Mengacu hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan intensitas menonton anime dapat memberikan pengaruh pada perilaku konsumtif remaja. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil beberapa uji statistik yang dilakukan peneliti. Hasil ini dilihat dari hasil uji hipotesis simultan (uji f) yang menyatakan tabel distribusi F, nilai F-tabel bagi $df_1 = 1$ serta $df_2 = 68$ pada tingkat signifikansi 0.05 adalah sekitar 3.982. Sebab nilai F hitung (129.111) jauh melebihi nilai F-tabel (3.982), kita tidak menerima H₀. Artinya terdapat korelasi linier yang signifikan diantara variabel bebas dengan tergantung dalam tingkat signifikansi 0.05. Pernyataan tersebut membuktikan bahwa intensitas menonton anime berpengaruh pada perilaku konsumtif remaja SMA 36 Jakarta Timur. Uji lain yang dilakukan juga seperti uji hipotesis parsial (uji t). Hasil nilai Sig. $0,001 < 0,05$, menghasilkan hipotesis (H₁) diterima. Hasil pernyataan itu membuktikan adanya hubungan linier antara variabel (X) dan (Y). Untuk menghitung uji t pada tabel diatas diperoleh nilai fhitung $11,311 > 1,668$. Hasil ini membuktikan bahwa adanya pengaruh parsial variabel intensitas menonton anime dengan variabel perilaku konsumtif remaja. Hasil ini didukung oleh hasil analisis variabel yang memberikan jawaban responden "Sangat Setuju" yang dominan disetiap indikator X yang ada. Besarnya hasil uji determinasi 75,9% dapat dinyatakan variabel

bebas mempengaruhi variabel tergantung secara signifikan dan cukup tinggi.

Penelitian memiliki tujuan untuk memahami apakah hubungan antara intensitas menonton anime Attack on Titan pada perilaku remaja SMA 36 Jakarta Timur. Terdapat hubungan positif antara dua variabel tersebut. Artinya, semakin lama atau tingginya remaja dalam menonton anime maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Perilaku ini didukung oleh karakteristik remaja yang mudah terpengaruh dan rela melakukan apapun yang apa yang dia mau. Remaja harus bisa mengontrol perilakunya karena jika perilaku konsumtifnya terlalu berlebihan memberikan dampak negatif terhadap kehidupannya kelak dan akan mengganggu ekonomi mereka

REFERENSI

- Anggriyani, F. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Siswi SMAN 1 Makassar*. *Jurnal IlmuKomunikasi, Volume II, No. II, 45*
- Frisnawati, A. (2012). *Hubungan antara Intensitas Menonton Reality Show Dengan Kecenderungan Perilaku Prosocial Pada Remaja*. *EMPATHY Vol.I No.1*.
- Indah Haryani, J. H. (2015). *Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi*. *Jurnal Psikologi, Volume 11 Nomor 1*.
- Kartika Anggraeni S. S. P., H. E. (2022). *Pengaruh Menonton Tayangan Kekerasan Serial Animasi BoBoiBoydi Televisi Terhadap Perilaku Imitasi Anak*. *JurnalPublishVolume 1, No. 1*.
- Masrinda Mar'atul Janah, M. F. (2019). *Hubungan Intensitas Menonton Youtube Dengan Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia 5-6 Tahun*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo*.