

BAB II

TELAAH LITERATUR

2.1 Remaja

Remaja merupakan fase perubahan dari anak-anak menjadi dewasa. Pada masa ini, seluruh tubuh mengalami perubahan. Remaja menurut Hurlock (1978), meliputi fase masa puber yang berlangsung dari umur 13 tahun hingga 17 tahun. Pada dasarnya, remaja mengalami perubahan fisik dan psikologis. Perubahan fisik hampir selalu dibarengi dengan perubahan perilaku dan sikap.

Remaja 14 tahun seringkali mudah marah, mudah dirangsang, emosinya cenderung meledak, dan tidak berusaha mengendalikan perasaannya (Hurlock, 1978) karena emosi remaja lebih kuat dan lebih menguasai diri mereka dari pada perilaku yang realistis. Dalam kondisi yang belum stabil, kritikan atau celaan seringkali disalahtafsirkan sehingga dianggap sebagai ejekan atau meremehkan.

Menurut Santrock (2001)⁶, perubahan fisik yang terjadi pada remaja yang terlihat pada masa pubertas yaitu meningkatnya tinggi dan berat badan serta kematangan sosial. Piaget dalam Santrock (2001) menekankan bahwa remaja terdorong untuk memahami dunianya karena tindakan yang dilakukannya merupakan penyesuaian diri biologis. Remaja mulai mencari

⁶ dalam http://pksm.mercubuana.ac.id/new/elearning/files_modul/61005-4-842815091940.doc



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

jati dirinya pada masa ini, mereka akan mulai bertanya-tanya berbagai hal yang berkaitan dengan keadaan mereka saat ini. Secara lebih lebih nyata mereka mengaitkan suatu gagasan dengan gagasan lain⁷. Remaja belajar dengan mengamati apa yang dilakukan orang lain. Mereka belajar melalui observasi kemudian mengambil tingkah laku tersebut.

Remaja cenderung membandingkan dirinya dengan orangtua, teman sebaya dan *role model* lainnya untuk mengetahui seberapa mirip mereka dengan orang lain (Deborah, 2009). Kualitas hubungan orangtua dengan anak turut mempengaruhi gambaran *role model* ideal anak. Faktor paling penting yang mempengaruhi kelakuan pada remaja (Deborah Carr, 2009) datang dari kelompok teman sebaya. Sebagai contoh, jika kelompok teman sebaya memiliki kecenderungan agresif, hal ini akan mempengaruhi remaja yang sebenarnya sama sekali tidak memiliki sifat agresif.

Kelompok teman sebaya dapat mempengaruhi pertimbangan dan keputusan seorang remaja. Kelompok teman sebaya merupakan sumber referensi utama bagi remaja dalam persepsi dan sikap yang berkaitan dengan gaya hidup. Yang paling utama pada masa ini, remaja mudah dipengaruhi oleh teman sebayanya, apalagi jika seorang anak merasa cocok dengan teman-temannya. Hanya dengan memperhatikan atau mengamati apa yang dilakukan teman saja, remaja mudah terpengaruh pada sesuatu yang membangkitkan minatnya.

⁷ <http://belajarpsikologi.com/karakteristik-remaja/>

2.2 *Game*

Game atau permainan dapat didefinisikan sebagai sebuah aktivitas rekreasi dengan tujuan bersenang-senang, mengisi waktu luang, atau berolahraga ringan. Permainan dapat dilakukan sendiri atau bersama-sama (kelompok)⁸.

Menurut Jane McGonigal (2011) dalam bukunya, *Reality is Broken* menyebutkan ada empat karakteristik permainan, yaitu memiliki tujuan (*goal*), memiliki peraturan (*rules*), hasil pencapaian atau timbal balik (*feedback system*), dan kerelaan dari pemainnya (*voluntary participation*). Berbeda dengan proses belajar di sekolah yang tidak melibatkan kerelaan dari siswa.

2.2.1 *Elemen dasar game*

Menurut Bates (2004), elemen dasar dalam *game* dapat dibedakan menjadi elemen umum, elemen dramatik, dan sistem dinamik.

Elemen umum merupakan elemen yang menyusun struktur dasar dari sebuah *game*. Elemen ini dapat disebut sebagai inti *game*. Elemen umum dapat dijelaskan sebagai berikut

- a. *Player* atau pemain, merupakan unsur terpenting dalam *game*. *Game* dirancang untuk pemain dan pada saat pemain memasuki dunia *game* tersebut, pemain harus dengan sukarela menerima peraturan dalam *game*. *Game* juga membutuhkan rancangan agar pemain merasa tertarik memainkannya.

⁸ <http://elabee.name/studi/pengantar-teknologi-game/pengertian-game.html>

Game yang dirancang untuk satu pemain atau *single player* dengan *game* yang dirancang untuk banyak pemain atau *multiple player* tentunya berbeda. *Game* untuk satu pemain memiliki peraturan dan sistem yang sama siapapun yang memainkannya. Sebaliknya *game* untuk dua orang bisa jadi memiliki struktur yang berbeda, di mana pemain mengambil peran yang berbeda atau tim yang berbeda.

Interaksi yang timbul dapat terjadi antara pemain, sistem game, dan pemain lainnya. Pola interaksi pemain yang terjadi :

1. *Single player vs. Game*
2. *Multiple player vs game*
3. *Player vs player*
4. *Unilateral competition*
5. *Multilateral competition*
6. *Cooperative play*
7. *Team competition*

Game menjadi menarik pada saat pemain terdorong untuk mengeksplorasi lebih dalam dan mengasosiasikan diri mereka dengan model yang ditampilkan dalam *game*.

- b. *Objective* atau tujuan. Tujuan memberi pemain sesuatu untuk diperjuangkan. Tujuan juga mendefinisikan apa yang pemain berusaha selesaikan dengan mengikuti peraturan dalam. Tujuan dari tiap *game* berbeda, bergantung pada jenis *game*, karakter, dan jenis permainannya.

Tujuan dalam *game* harus dipertimbangkan dengan matang karena pengaruhnya terhadap aspek umum sekaligus aspek dramatis. Jika tujuannya menyatu dengan baik pada cerita, maka *game* akan memiliki aspek dramatis yang kuat.

- c. *Procedure*, atau prosedur adalah metode permainan atau tindakan yang dapat dilakukan pemain untuk mencapai tujuan. Prosedur ini melibatkan banyak hal, seperti jumlah pemain, tindakan yang dilakukan, di mana saja tindakan dapat terjadi, apakah dibatasi giliran atau waktu.

Pada permainan nondigital seperti *board games*, prosedur dituliskan pada kertas peraturan dan dilakukan oleh pemain. Dalam bentuk *digital*, prosedur menunjukkan bagaimana pada pemain bagaimana kontrol dalam *game*. Selain itu, prosedur permainan *digital* lebih kompleks, misalnya *game* pertarungan membutuhkan atribut senjata, dan karakter untuk perhitungan keberhasilan pemain, dan tingkat kerusakan.

- d. *Rules*, atau peraturan. Peraturan menjelaskan tujuan dari permainan dan tindakan yang dapat dilakukan oleh pemain. Peraturan biasanya diletakkan di bagian awal pada permainan *digital*, atau di bagian petunjuk permainan bukan *digital*. Mendesain peraturan sama halnya dengan mendesain prosedur.
- e. *Resource* atau sumber, dalam dunia nyata disebut juga dengan aset. Sumber dapat digunakan untuk menyelesaikan beberapa tugas. Contoh sumber yang umum misalnya *lives*, *health*, dan *units*, dalam *Monopoly* misalnya *property*, dalam *Warcraft* berupa emas.

- f. *Conflict* atau konflik, memiliki fungsi untuk menambah tingkat kesulitan bagi pemain dalam mencapai tujuan akhir. Konflik dibuat dengan peraturan, prosedur, dan situasi, sehingga pemain tidak dapat menyelesaikan game dengan mudah. Konflik dapat berupa musuh, hambatan, dan pilihan.
- g. *Boundaries* atau batasan berfungsi membedakan *game* dan bukan *game*. Batasan dapat berupa fisik maupun konseptual, serta menunjukkan mulai dan selesainya *game*. Contohnya pinggir arena dalam tenis menandakan keluar batas.
- h. *Outcome* atau hasil. Hasil yang tidak pasti dapat menarik perhatian pemain. Kebanyakan pemain multiplayer *online* tidak memiliki konsep menang atau *ending* yang pasti. *Online game* dan *simulation game* dibuat demikian dan penghargaan untuk pemain dengan cara lain. Sebaliknya, pada *game* biasa, menang menandakan akhir dari permainan.

Elemen dramatis mengajak pemain terlibat dalam *game* secara emosional. Beberapa elemen dramatis :

- a. *Challenge* atau tantangan. Tantangan dalam *game* berbeda dengan tantangan dalam kehidupan nyata dan bersifat dinamik. Pemain yang berhasil menyelesaikan tantangan akan merasa puas. Umumnya, tahap kesulitan tantangan berkembang seiring jalannya permainan dan berkembangnya keahlian pemain.
- b. *Play*. Bermain merupakan proses mencoba hal baru. Bermain membantu mengembangkan kemampuan dan menambah pengetahuan baru,

membantu sosialisasi dan memecahkan masalah. Selain itu, permainan dilihat sebagai inovasi dan kreatif karena membantu melihat dari sudut pandang yang berbeda.

- c. *Premise* merupakan elemen drama yang penting untuk mengikat pemain dengan elemen utama. *Premise* berkaitan dengan perkembangan cerita.
- d. *Character*. Karakter adalah tokoh dalam cerita. Karakter dapat berupa simbol, perwakilan, atau figur terkenal. Karakter utama atau protagonis terikat dengan masalah sehingga menyebabkan konflik yang mengendalikan alur cerita.
- e. *Story*, atau cerita terdiri dari *backstory* dan *premise* yang lebih rumit. *Backstory* memberi *setting*, konflik, dan motivasi karakter. Cerita memberi pengarahan pada pemain dan karakter menuju hasil akhir.
- f. *World building* adalah desain dalam dan rumit dari dunia fiksi dalam cerita. Seringkali dimulai dengan peta dan sejarah.
- g. *Dramatic arc* menampilkan perkembangan cerita dalam *game*, terdiri dari eksposisi, *rising action*, klimaks, antiklimaks, dan resolusi. Konflik menjadi bagian paling penting dalam tiap drama, selain untuk menjaga pemain tidak mudah menyelesaikan tugasnya, juga untuk mengikat pemain secara emosional. Karena itu, konflik selalu ditampilkan sebagai klimaks, dan apa yang terjadi selama konflik menentukan hasil akhir.

Elemen ketiga dalam *game*, yaitu sistem dinamis. Sistem dapat diartikan sebagai interaksi antara elemen-elemen di dalamnya untuk mencapai hasil

yang diinginkan. *Game* termasuk sistem, di mana *game* membuat pengalaman dinamis yang membuat pemain merasa terikat. Perbedaan *game* dengan sistem, *game* tidak bertujuan menghasilkan suatu produk, tapi menghibur pesertanya. Elemen dari sistem yaitu *objects*, *properties*, *behaviors*, dan *relationships*.

Sistem dinamis dalam *game* berarti bagaimana elemen-elemen dari sistem saling berinteraksi dan memunculkan berbagai macam kemungkinan setelah satu tindakan. Jika satu elemen berubah, perubahan ini mempengaruhi elemen yang lainnya pula.

Untuk dapat berinteraksi dengan sistem, pemain membutuhkan beberapa hal seperti struktur informasi, kontrol, dan timbal balik. Struktur informasi menyediakan informasi *object* dan *relationships* agar pemain memiliki pilihan yang menentukan jalan cerita. Semakin sedikit informasi yang dimiliki, semakin sedikit pilihan dan perhitungan yang tersedia. Kontrol menentukan jenis *game* apa yang disukai pemain, dan bagaimana pemain berinteraksi dalam *game* tersebut. Timbal balik, atau *feedback* dalam sistem berarti interaksi antara hasil dan perubahan dalam elemen sistem. Contohnya sistem skor, di mana jika pemain berhasil mencetak angka, mereka mendapat giliran sekali lagi.

2.2.2 Kategori *game*

Game berdasarkan bentuknya secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi⁹

- a. *Sports*, dimainkan di area tertentu dan bersifat fisik. Contohnya sepak bola, bulu tangkis.
- b. *Tabletop*, dimainkan di area yang tidak luas, hanya melibatkan sedikit kegiatan fisik, dan membutuhkan beberapa alat. Contohnya *board game*, *card game*, domino, dan sebagainya.
- c. *Video game*, mengarah pada permainan yang dilakukan secara digital dan dimainkan di komputer atau di konsol. Contohnya *online game*.
- d. *Business game*, umumnya bersifat fisik dan mementingkan kerjasama.
- e. *Simulation*, melakukan bagian dari kegiatan sehari-hari untuk tujuan pelatihan, analisa, prediksi.

Fatimah Kurniasari (2007), dalam jurnalnya menyebutkan *game* terdiri dari tiga macam, yaitu *game* tradisional, *game* papan permainan, dan *game* elektronik. *Game* elektronik dibedakan menjadi *video game* dan *PC game*.

Video game berdasarkan jumlah pemainnya, dapat dikelompokkan menjadi *single player* dan multiplayer, sementara berdasarkan jenis "*platform*" atau alat yang digunakan *game* dapat dikelompokkan menjadi¹⁰:

1. *Arcade games*, biasanya berada di daerah / tempat khusus dan memiliki box atau mesin yang memang khusus dirancang untuk jenis *video games*

⁹ <http://www.gamexeon.com/forum/console-gaming/57020-jenis-jenis-game-sekitar-kita.html>

¹⁰ <http://www.gamexeon.com/forum/console-gaming/57020-jenis-jenis-game-sekitar-kita.html>

tertentu dan tidak jarang bahkan memiliki fitur yang dapat membuat pemainnya lebih merasa menyatu dengan *game* seperti pistol, kursi khusus, sensor gerakan, sensor injakkan dan setir mobil (beserta transmisinya tentunya).

2. *PC Games, video game* yang dimainkan menggunakan komputer.
3. *Console games, video game* yang dimainkan menggunakan konsol tertentu, seperti *Playstation 2, Playstation 3, XBOX 360, dan Nintendo Wii*.
4. *Handheld games, game* yang dimainkan di konsol khusus yang dapat dibawa kemana-mana, contoh Nintendo DS dan Sony PSP.
5. *Mobile games*, yaitu yang dapat dimainkan atau khusus untuk *mobile phone* atau PDA.

Pembagian *video game* menurut Tridhonanto (2011), terdiri dari :

- *Maze game*
Permainan yang bersifat sederhana dengan cara menggerakkan karakter mengitari *maze* contohnya *Pacman*.
- *Board game*
Permainan seperti Monopoli, atau catur tapi melawan komputer sehingga dapat dimainkan sendiri.
- *Card game*
Permainan dengan kartu remi, contoh yang dapat ditemukan pada *Windows* yaitu *Heart* dan *Solitaire*.
- *Battle card game*
Permainan yang menggunakan kartu untuk bertarung. Umumnya tiap-

tiap kartu memiliki gambar monster dengan ciri khas yang berbeda.



Gambar 2.1 Battle Card Game Digimon

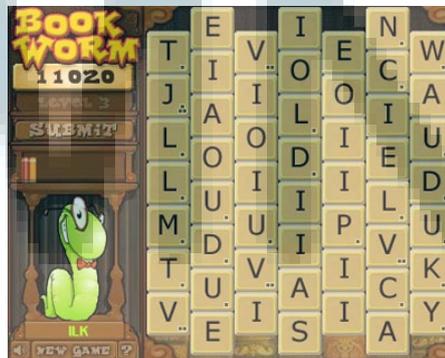
Sumber : <http://downloadpokemongames.com/wp-content/uploads/2010/04/cards2.jpg>

- *Quiz game*

Contoh permainannya seperti *Who Wants to be a Millionaire*. Permainan ini menampilkan sebuah pertanyaan dan beberapa jawaban. Topik yang ditampilkan beragam. Fungsi *game* ini untuk menambah wawasan pengetahuan.

- *Puzzle game*

Permainan dengan tantangan untuk menyusun objek atau menghabiskan susunan yang tersedia.



Gambar 2.2 Menyusun kata dari huruf-huruf yang tersedia

Sumber: <http://www.1001onlinegames.com/gamesfiles/puzzle/tn/ext/bookworkm.jpg>

- *Shooting game*

Permainan menembak objek tertentu secepat mungkin dan sebanyak mungkin untuk memperoleh skor tertinggi. Contohnya *Air Strike*.

- *Side scroller game*

Permainan menggunakan tampilan 2D, di mana karakter bergerak sepanjang alur permainan ke satu arah dan menyelesaikan tugas.

Contohnya *Mario Bros*.

- *Fighting game*

Permainan di mana pemain memegang kendali gerak karakter untuk mengeluarkan jurus-jurus tertentu. Contohnya *Street Fighter*, *Samurai Showdown*.

- *Racing game*

Permainan yang mengutamakan kecepatan berkendara bagi pemain. Contohnya *Need for Speed*.

- *Turn-based strategy game*

Permainan yang membutuhkan strategi agar dapat menyelesaikan tugas tepat waktu. Contohnya *Empire* dan *Civilization*.

- *Real-time strategy game*

Permainan pertarungan di mana pemain dapat memulai serangan lebih dulu.

- *SIM (simulator)*

Permainan di mana pemain berperan sebagai pemegang kendali dalam menentukan proses yang terjadi. Contohnya *Train Simulator*, *Ship*

Simulator.

- *First person shooter*

Permainan di mana pemain menggunakan sudut pandang orang pertama dan lebih banyak menampilkan baku tembak dan ketahanan melindungi diri. Contohnya *Counterstrike*, *Call of Duty*.

- *First person 3D vehicle based*

Permainan ini mirip dengan *First person shooter*, bedanya sudut pandang pemain di dalam kendaraan dan kecepatannya lebih lambat. Selain itu tipe permainan ini mengutamakan pertahanan. Contohnya *Recoil*.

- *Third person 3D games*

Kebalikan dari *First person 3D vehicle based*, di mana sudut pandang pemain ada di luar dan dapat mengetahui gerakan seluruh karakter secara menyeluruh. Contohnya *Grand Theft Auto*.

- *Role playing game*

Permainan di mana pemain menentukan karakternya sendiri. Umumnya tiap karakter memiliki keahlian, atau kemampuan tertentu. Contohnya *Final Fantasy*, *Blade of Sword*.



Gambar 2.3 Game RPG Dragon Age Journey

Sumber : <http://blog.bioware.com/wp-content/uploads/2009/10/journeys-11.jpg>

- *Adventure game*

Permainan yang mengangkat tema petualangan di mana karakter dalam perjalanannya menemukan banyak hal dan peralatan yang dapat digunakan atau dijadikan alat bantu memecahkan petunjuk. Contohnya *Beyond Good and Evil*, dan *Sam and Max*.

- *Educational, edutainment*

Permainan yang mengajarkan sesuatu pada anak sekaligus bersifat *entertain*. Umumnya perpaduan antara *game side scroll* dan petualangan.

- *Sports game*

Permainan sejenis dengan *edutainment* namun memasukkan unsur olahraga. Contohnya *Winning Eleven*, *FIFA*, dan *NBA*.

2.2.3 Pengaruh game

Game dapat membawa dampak positif tergantung pada media dan penggunaannya, misalnya :

- a. Mencerdaskan dengan meningkatkan daya konsentrasi. Kehadiran *video game* memang dapat meningkatkan reaksi persepsi audio visual pemainnya, karena mereka harus berkonsentrasi, mendengar dan melihat gerak permainan itu.
- b. Menambah pengetahuan dan wawasan baru, cara untuk menyelesaikan masalah
- c. Meningkatkan ketajaman mata, atau respon mata terhadap visual

- d. Meningkatkan kemampuan membaca dan perkembangan bahasa untuk *game* RPG (*Role Playing Game*)
- e. Bersifat hiburan untuk pelampiasan kejengkelan yang dialami seharian, atau melepas energi berlebih akibat tidak adanya aktivitas fisik sebagai penyaluran. Bahkan konsentrasi penuh untuk gaming cukup menghabiskan energi
- f. Meningkatkan kecepatan dalam mengetik

Menurut Funk dalam Theodora (2009), meningkatnya penggunaan komputer dan internet menjadi kebutuhan sehari-hari, mengakibatkan potensi penggunaan secara berlebihan dan bahkan dapat berubah menjadi ketergantungan. Hal apapun jika dilakukan secara berlebihan akan menimbulkan efek negatif. Menurut Tridhonanto (2011), pengaruh negatif *game* terhadap penggunanya yaitu

- a. Kecanduan dan ketergantungan, akibat terus-terusan menekuni *game* tersebut dan mengakibatkan kemalasan melakukan aktivitas lain
- b. Mengganggu kesehatan secara tidak langsung, dan mengantuk
- c. Perilaku menyimpang karena ketidakpuasan terhadap sebuah harapan.
- d. Isolasi sosial, jika *game* yang dimainkan bersifat individual, seperti *PC game*
- e. Intimidasi *gender* serta kekerasan

- f. jika anak sudah terbiasa dengan stimulus pada *video game* yang bergerak, berwarna, dan ada suara, maka anak tidak akan terbiasa diam di kelas yang cenderung statis¹¹
- g. jika terus-terusan bermain *game* yang menggunakan pergantian visual cepat, anak mengalami kelambatan motorik karena otot matanya saja yang terus dilatih.

2.2.4 Kecanduan *Game*

Ketergantungan *video game* (*Video Game Dependency* atau disingkat VGD) menurut Aviv Malkiel Weinstein (2010), diiringi meningkatnya stres sosial dan gangguan psikologis dalam bentuk menurunnya prestasi sekolah, meningkatnya bolos, mengurangi waktu tidur, dan menyebabkan kegiatan terbatasnya waktu senggang, serta meningkatnya pemikiran untuk melakukan bunuh diri. Aviv membedakan istilah antara ketergantungan atau kecanduan dengan bermain *game* terlalu banyak. Kecanduan *video game* tidak berbeda dengan bentuk kecanduan lainnya seperti kecanduan zat aditif, berjudi, seperti diungkapkan dalam Kompas¹².

Game menyediakan kesenangan yang tidak ada dalam dunia nyata. Kesenangan tersebut didapat pada saat pemain berhasil menyelesaikan tantangan yang diberikan. Perasaan berhasil menyelesaikan tersebut tidak mudah ditemukan dalam kehidupan nyata.

¹¹<http://health.kompas.com/read/2010/11/24/15093230/Sisi.Gelap.Gadget.dan.Video.Games.untuk.Anak>

¹² <http://tekno.kompas.com/read/2011/11/17/1147248/Aktivitas.Otak.Gamer.Sama.Dengan.Pejudi>

Sulit untuk menentukan bagian dari *game* yang menyebabkan kecanduan *game*. Para peneliti telah memberi kontribusi besar dalam kaitan penelitian berkaitan dengan motivasi, jenis pemain dan struktur *game*. Namun penelitian itu sendiri dibatasi dari survei *online* yang meminta partisipasi dari para *gamer*. Hal ini tentunya berbeda dengan penelitian langsung pada *gamer* di tempat, karena menjawab kuesioner tidak selalu jawaban yang menggambarkan diri mereka sendiri. Selain itu, walaupun memainkan jenis *game* yang sama, *gamer* dapat melihat satu hal berbeda dengan *gamer* yang lain.

Kecanduan *game* memiliki kaitan dengan empati pemain. Ada beberapa hal yang dipertimbangkan dalam pembuatan *game* berkaitan dengan keterkaitan pemain dengan *game* yang dimainkannya. Pertimbangan tersebut misalnya memberi tujuan yang jelas, memberi timbal balik untuk aksi atau tindakan yang dilakukan pemain, memberi alur yang mengalir sepanjang cerita atau *immersion*, *save point* atau kesempatan bagi pemain untuk mengulang sebelum tindakan yang salah, *interface* yang praktis dan mudah dimengerti. Dari unsur *game*, hal-hal ini membuat pemain semakin tertarik dalam *game* dan tidak mudah lepas.

Neils (2009) menyebutkan selain unsur menyenangkan, *gamer* dapat memilih karakter, atau bahkan pengalaman yang diinginkan dalam *game* pilihannya. Otak manusia selalu belajar dan mencari hal baru, sementara *game* mengajarkan dan menawarkan sesuatu yang baru. Semakin banyak pencapaian dalam *game*, semakin banyak keahlian, senjata atau koneksi

sehingga semakin banyak pilihan cerita dan tugas yang dapat diselesaikan. Apalagi mengingat pencapaian *reward* dalam *game* tidak sesulit dalam kehidupan nyata. Dalam kehidupan nyata, selain sekolah dan bekerja, tentunya pernah ditemui beberapa momen di mana suatu pekerjaan tidak memperoleh hasil yang memuaskan atau nilai yang baik, hal ini membuat orang yang semakin memilih bermain *game*. Lama-kelamaan, seiring berjalannya waktu, otak akan mengubah cara berpikir tentang *mood* dan motivasi bermain *game*.

Tidak ada batasan yang pasti untuk mengelompokkan seorang anak dalam kategori kecanduan atau tidak. Bermain selama 31 jam dalam seminggu sudah menunjukkan risiko psikologis seperti depresi dan menurunnya prestasi, sebagaimana disebutkan oleh Douglas Gentile¹³ (2011).

Menurut Douglas Gentile dalam *Psychological Science* 2009¹⁴, anak yang bermain *game* selama 31 jam dalam seminggu termasuk berlebihan, tetapi tidak membawa kesimpulan pasti apakah anak ini kecanduan *video game*. Justru kecanduan tidaknya dilihat dari lingkup sosial, tapi dilihat dari bagaimana bermain *game* mempengaruhi hubungan sosial remaja, prestasinya di sekolah, *mood*, dan perkembangan keterampilan interpersonalnya (Brent, 2007)¹⁵. Apalagi jika jenis *game* yang dimainkan adalah jenis *game* yang sifatnya individual.

¹³ dalam situs <http://www.sciencedaily.com/releases/2011/01/110119120550.htm>

¹⁴ Disebutkan dalam <http://www.emaxhealth.com/1275/video-game-addiction-linked-psychological-school-problems>

¹⁵ <http://www.techaddiction.ca/teenagers-addicted-to-computer-games.html>

Tanda yang menunjukkan seseorang kecanduan *game*, menurut Brown (1997), yaitu memiliki sifat-sifat di bawah ini¹⁶

1. *Salience* atau menjadikan aktivitas bermain *video game* sebagai aktivitas yang lebih penting dari aktivitas lainnya, serta mendominasi pikiran, emosi, dan tingkah laku.
2. *Mood modification* mengarah pada perubahan suasana hati seseorang yang terjadi akibat bermain *video game*, seperti perasaan menjadi tenang atau bersemangat.
3. *Tolerance* mengarah pada proses di mana bertambahnya *video game* yang diperlukan untuk mencapai efek perubahan *mood* tersebut, yang juga berarti menambah waktu bermain mereka.
4. *Withdrawal*. Suasana permusuhan dan atau efek fisik yang terjadi saat kegiatan bermain *video game* mendadak dihentikan atau dikurangi. Gejala penarikan diri secara psikologis ini meliputi perasaan frustrasi, lekas marah.
5. *Relapse*. Mengarah pada kecenderungan pemain untuk mengulangi kembali pola sebelumnya saat bermain *game*, dan bahkan pola khas yang paling ekstrim dapat kembali dengan cepat setelah masa pantang atau dibatasi waktu bermainnya.
6. *Harm* (bahaya) mengarah pada konsekuensi negatif dari bermain *video game* berlebihan. Bahaya meliputi konflik antara pemain yang kecanduan *video game* dengan orang lain seperti anggota keluarga dan

¹⁶ Disebutkan dalam http://www.commart.uws.edu.au/gmjau/v4_2010_1/daniel_king_RA.html

teman, dan kegiatan lain seperti kerja, sekolah, kehidupan sosial, hobi, dan dari kecanduan itu sendiri.

Kecanduan *game* dapat menyebabkan gangguan kesehatan atau fisik dan psikologis. Gangguan perkembangan psikologis sebagai contoh yaitu depresi¹⁷. Depresi berakibat banyak hal, seperti turunnya nilai, murung, dan jadi antisosial. Lebih jauh lagi, depresi ini dapat mengakibatkan anak sama sekali tidak mau terlibat dalam dunia nyata. Gejala yang banyak terjadi¹⁸ secara psikologis yaitu

- a. Anak lebih banyak menghabiskan waktu bermain *game* pada jam-jam di luar sekolah atau menghabiskan lebih banyak waktu untuk bermain game dibanding belajar.
- b. Tertidur di sekolah, atau mengantuk sepanjang waktu.
- c. Prestasi di sekolah menurun, akibat sedikitnya waktu yang dihabiskan untuk belajar.
- d. Berbohong soal berapa lama waktu yang sudah dihabiskan untuk bermain *game*.
- e. Lebih memilih bermain *game* daripada bermain dengan teman jika sudah kecanduan.
- f. Menjauhkan diri dari kelompok sosialnya (klub atau kegiatan ekstrakurikuler) atau antisosial.

¹⁷<http://www.go4healthylife.com/articles/3535/1/Kecanduan-Video-Game-Picu-Depresi-Anak/Page1.html>

¹⁸ <http://metrotvnews.com/read/news/2011/09/27/66190/Ini-Tanda-tanda-Anak-Kecanduan-Game-Online>

g. Merasa cemas dan mudah marah jika tidak bermain *game*.

Game juga dapat menimbulkan sejumlah gangguan kesehatan seperti ¹⁹ :

- a. Mata lelah akibat radiasi efek cahaya dari layar komputer atau televisi.
- b. Masalah pada gendang telinga akibat menggunakan *headset* atau *speaker* dengan *volume* sangat keras.
- c. Kemungkinan menderita penyakit seperti osteoporosis, sindrom Carpal Tunnel, atau obesitas.

Jika bermain dalam jangka waktu beberapa jam setiap harinya, dikhawatirkan anak akan memiliki dua kali lipat risiko kesehatan memburuk pada bagian tangan dan pergelangan tangan. Anak yang bermain 30 jam per minggu juga dikhawatirkan menderita sakit sendi, seperti *Repetitive Strain Injury* yang melanda anak berusia tujuh tahun di London²⁰. Selain itu, semakin banyak waktu yang dihabiskan di depan komputer, semakin besar kemungkinan anak menderita kegemukan dan menjauh dari pergaulan sosial.

Semakin kecanduan seorang remaja terhadap internet *game online*, maka keterampilan sosial yang dimilikinya semakin rendah, kesimpulan dalam skripsi oleh Theodora (2009). Remaja bisa saja pandai dalam mendapatkan teman saat bermain bersama-sama di dalam *game online*, namun tidak menjamin remaja dapat melakukan hal yang sama di dunia nyata. Penelitian

¹⁹<http://englishonline.blogdetik.com/2009/03/13/gemar-main-game-online-membahayakan-kesehatan/#more-200>

²⁰ <http://www.harianbhirawa.co.id/demo-section/laporan-khusus/28756-kecanduan-game-online-berdampak-pada-semua-aspek->

yang dilakukan Theodora juga menunjukkan tingkat kecanduan tinggi paling banyak berada di bangku SMP. Sebanyak 56,7 % partisipan mengakui bahwa pihak yang mengenalkan internet *game* adalah teman partisipan, di mana teman menjadi *role model* bagi mereka. Dalam penelitian yang sama, 49,7 % partisipan mengaku memiliki banyak teman akrab dari internet *game*, yang memberi motivasi tersendiri untuk tetap bermain *game online*.

Riset yang dipublikasikan Jeffrey Johnson dan Tara Stevens (2007) dalam *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*²¹ menyebutkan remaja usia 14 tahun menonton televisi selama tiga jam atau lebih mengalami kesulitan berkonsentrasi, gagal menyelesaikan tugas, bosan di sekolah, prestasi rendah, dan banyak kegagalan lainnya. Hal serupa kiranya juga terjadi pada remaja yang bermain selama tiga jam atau lebih nonstop.

Neils (2009) dalam bukunya menyebutkan beberapa observasinya terhadap orang-orang yang pernah kecanduan *game*. Mereka menjadi semakin ‘tenggelam’ dalam *game* saat menghabiskan waktu untuk mengenali bermacam-macam karakter dan pemain *game online* lainnya. Beberapa mulai menyadari situasi kecanduan pada saat mereka tidak berada di depan komputer. Sebagian lagi berusaha keluar dari kecanduan *game* dengan fokus pada berbagai kegiatan lain.

²¹ Disebutkan dalam <http://news.healingwell.com/index.php?p=news1&id=604353>

2.3 Iklan

Advertising, menurut Otto Klepper (Rendra, 2009), berasal dari kata *ad-vere* yang berarti menyampaikan gagasan atau pikiran kepada pihak lain. *Advertising* memiliki sebutan yang berbeda untuk beberapa bahasa, seperti *reclamare* dalam bahasa Perancis, *advertere* dalam bahasa Latin, dan *i'lan* dalam bahasa Arab. Tampaknya kata '*iklan*' berasal dari kata *i'lan* secara pelafalan dan umum digunakan untuk menggantikan kata '*advertising*' di Indonesia.

Iklan memiliki beberapa prinsip :

- a. Adanya pesan tertentu
- b. Dilakukan oleh komunikator
- c. Dilakukan dengan cara nonpersonal, atau tidak secara tatap muka
- d. Disampaikan untuk khalayak tertentu
- e. Diharapkan ada dampak tertentu

Secara teoritik menurut Bittner (Rendra, 2009) iklan secara garis besar terbagi atas dua macam, yaitu iklan standar dan iklan layanan masyarakat. Yang dimaksud iklan standar yaitu iklan yang bertujuan mendatangkan keuntungan ekonomi. Iklan ini umum digunakan untuk memasarkan atau menginformasikan tentang suatu produk yang ditampilkan secara menarik atau dapat dikatakan meningkatkan minat dan keinginan para pembeli atau pemakai produk tersebut.

Sebaliknya, iklan layanan masyarakat bersifat nonprofit. Menurut Rhenald (1992), iklan layanan masyarakat adalah iklan yang menyajikan pesan sosial

untuk menggerakkan solidaritas masyarakat. Iklan seperti ini masih jarang di Indonesia dan prioritasnya pemuatannya berada di belakang.

Menurut *Ad Council*, (Rhenald, 2011) atau dewan periklanan di Amerika Serikat yang mempelopori iklan layanan masyarakat, kriteria iklan layanan masyarakat yaitu

- a. Nonkomersial
- b. Tidak bersifat keagamaan
- c. Nonpolitik
- d. Berwawasan nasional
- e. Diperuntukkan bagi semua lapisan masyarakat
- f. Diajukan oleh organisasi yang telah diakui atau diterima
- g. Dapat diiklankan
- h. Mempunyai dampak dan kepentingan tinggi sehingga patut memperoleh dukungan media lokal maupun nasional

Secara pokok, ada empat fungsi iklan yaitu memberikan informasi, mempersuasi khalayak, mendidik khalayak, dan memberikan hiburan pada khalayak (Rendra, 2009). Fungsi yang keempat, memberikan hiburan pada khalayak, sudah semakin ketat persaingannya dewasa ini. Begitu banyak iklan dan media, setiap hari dibanjiri informasi dapat menyebabkan kebosanan di tengah masyarakat.

Contoh iklan layanan masyarakat



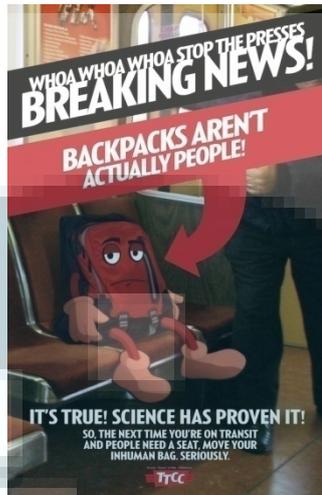
Gambar 2.4 Iklan layanan masyarakat hemat listrik

(Sumber :

http://3.bp.blogspot.com/_hyz3dsLSImk/TBUM_MPX9OI/AAAAAAAAACg/EFYaBDggsXU/s1600/Untitled-2+copy2.jpg)

Iklan layanan masyarakat di atas cukup sederhana. Kata-kata tidak banyak, hanya “Biarkan listrik beristirahat”. Pusat perhatian dari gambar ini lampu ditampilkan horizontal, tidak menyala, menampilkan simbolisasi kata istirahat. Pesan yang dapat digambarkan yaitu penggunaan listrik yang terus-menerus sehingga tujuan dari gambar ini adalah untuk mengurangi pemakaian listrik.

UMN



Gambar 2.5 Iklan layanan masyarakat di kendaraan umum

(Sumber : <http://provoke-online.com/wp-content/uploads/2010/05/backpack-resize.jpg>)

Penekanan dalam iklan layanan masyarakat ini pada kata-kata “*Backpacks aren’t actually people!*” yang mengarah pada gambar tas punggung yang seperti dimanusiakan. Penjelasan kemudian diletakkan di bagian bawah. Tujuannya agar masyarakat tidak lagi meletakkan tas punggung di kursi kendaraan umum sementara ada orang yang belum mendapat tempat duduk.



Gambar 2.6 Iklan layanan masyarakat kesehatan gigi

Sumber:http://1.bp.blogspot.com/_eGF53n9_Sug/TDRTcEF6IBI/AAAAAAAAAiA

/OR0GlwsrBTM/s1600/9vvzidgc.jpg

Iklan layanan masyarakat ini sederhana, langsung pada tujuannya. Penekanan pada kata-kata “ayo periksa gigi sekarang!” serta gambar ayah anak. Iklan ini bersifat mengajak

2.3.1 Penyampaian iklan

Pembuatan iklan yang baik harus memperhatikan elemen AIDCA (Rhenald, 1992) yaitu *attention* (perhatian), *interest* (minat), *desire* (kebutuhan/keinginan), *conviction* (rasa percaya), dan *action* (tindakan).

Dalam penyampaian pesan melalui iklan radio dan televisi, perlu diingat informasi yang disampaikan perlu diulangi sesering mungkin dan hindari penyampaian informasi yang rumit. Menurut Russel (dalam Rhenald, 1992) ada beberapa teknik visual yang memiliki kemampuan menjual dan bersifat dramatis yaitu

- a. *Spokeperson*, teknik ini menampilkan seseorang di hadapan kamera yang langsung membawakan iklan kepada pemirsa televisi. Contohnya iklan pasta gigi, di mana seorang pria dengan gaya salesman berbicara di ruangan dokter gigi tentang pengalamannya mengatasi dan mencegah gangguan gusi berdarah dengan Pepsodent.
- b. *Testimonial*, teknik yang mempergunakan seseorang yang terkenal luas yang dapat memberikan kesaksian atau jaminan tentang sebuah produk.

- c. *Demonstration*, memberi demonstrasi kepada konsumen tentang manfaat suatu produk, seperti mencuci baju dengan Rinso. Salah satu teknik yang cukup populer
- d. *Closeups*, termasuk teknik yang ideal menampilkan produk secara close up, misalnya menampilkan closeup Indomie yang sudah dimasak dan masih mengepul panas.
- e. *Slice of life*, pendekatan menggunakan kejadian sehari-hari dengan menggabungkan “keadaan menjengkelkan”, “penyelesaian masalah”, dan “kebahagiaan”. Contohnya iklan Napacin, obat sesak nafas.
- f. *Customer interview*, misalnya pada iklan Bodrex, caranya seseorang digambarkan memegang mikrofon dan mewawancarai seorang pekerja apa yang dilakukannya bila sakit kepala menyerang.
- g. *Vignettes and situation*, menampilkan gambar di mana sejumlah orang tengah menikmati sesuatu produk seperti menikmati hidup.
- h. *Animation*, atau dikenal juga dengan kartun. Teknik ini untuk mengganti suasana atau manusia yang sebenarnya. Penonton lebih mudah melakukan *role-playing* dan ‘menjadi satu’ dengan karakter tersebut dibanding dengan karakter yang terlihat *real* seperti dalam film. Menurut Rendra (2009), teknik animasi sangat berguna untuk menyampaikan pesan secara lebih menarik dan dramatik. Berbeda dengan teknik lainnya, animasi dapat memvisualisasikan pesan dengan bebas dan dapat ditampilkan secara berbeda dengan realitas.

2.3.2 Pemasangan iklan

Lamanya iklan (Rendra, 2009) bergantung pada jenis iklan yang diputar. Semakin lama suatu iklan, semakin besar biaya yang dikeluarkan. Segmen iklan dibagi dalam 15 menit (Rhenald, 1992) dan spot iklan yang dijual oleh stasiun-stasiun berdurasi 10, 20, 30, atau 60 detik. KPI menetapkan total lama iklan maksimal 20% dari jumlah jam siaran²².

Dalam acara Bincang Malam TVRI Bersama LSF pada 3 September 2010, Ketua Komnas Perlindungan Anak, Aris Merdeka Sirait, mengemukakan meskipun durasi iklan pendek sekitar 30 detik atau 15 detik, tetapi jika ditayangkan berulang kali dengan frekuensi yang cukup tinggi, maka pengaruh ke memori anak sangat cepat.

Menurut Shrimp, dalam Arfianto (2010), biaya periklanan, karakteristik khalayak, dan kesesuaian pemrograman sangat bervariasi pada jam-jam tertentu di suatu hari dan hari-hari tertentu di suatu minggu. Waktu-waktu dalam sehari ini disebut sebagai bagian hari (*day part*). Day part dibedakan menjadi 3, yaitu waktu utama (*prime time*), siang hari (*day time*), dan waktu tambahan (*fringe time*).

Umumnya, periode waktu utama adalah pukul 19.00 hingga 23.00. Stasiun televisi akan menyiarkan program terbaik dan termahalnya pada periode ini. Oleh karena itu, penonton terbanyak ada dalam periode ini dan otomatis mengakibatkan mahalnya harga iklan dibandingkan periode waktu lainnya.

²² <http://majalah.tempointeraktif.com/id/arsip/1990/07/21/MD/mbm.19900721.MD19078.id.html>

Periode siang hari dimulai dengan tayangan berita di pagi hari hingga pukul 16.30. Program acara yang ditayangkan dimulai dengan program acara untuk orang dewasa, dilanjutkan dengan program untuk anak-anak. Program di sore hari memberi penekanan pada talk show, opera sabun, atau berita keuangan yang ditujukan untuk orang-orang yang bekerja di rumah atau pensiunan.

Periode waktu tambahan atau *fringe time* dimulai di sore hari. Periode waktu ini dapat dikatakan pergantian dari periode siang hari ke periode waktu utama. Acara yang ditampilkan dalam periode ini ditujukan untuk anak-anak namun menjadi lebih berorientasi pada orang dewasa bila mendekati waktu utama.

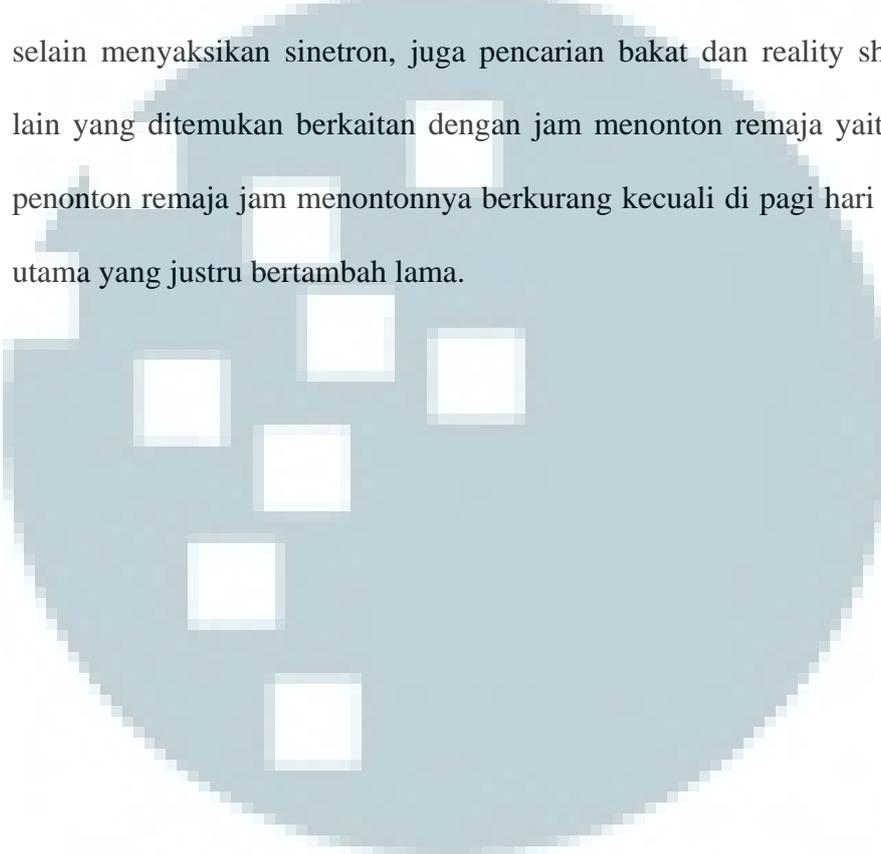
Umumnya stasiun televisi menampilkan sinetron saat waktu utama²³, namun sekarang beberapa stasiun televisi mulai menyiarkan program lain sebagai program unggulannya. Sebagai contoh, *Trans TV* menampilkan komedi *Opera Van Java*, *Bukan Empat Mata* sebagai program unggulannya di waktu utama²⁴ dengan *target audience* kalangan muda. Acara tersebut dimulai pukul 20.00 maka waktu utama *Trans TV* dimulai pukul 20.00 hingga 23.00. Sebaliknya, *Metro TV* yang target audiencenya kalangan eksekutif muda, waktu utama justru mulai pukul 22.00. Menurut AGB Nielsen, waktu utama untuk televisi lokal dimulai lebih cepat, yaitu pukul 18.30 hingga 22.00.

Menurut data AGB Nielsen Oktober 2010, remaja mulai tertarik dengan program spesial yang disiarkan di *SCTV*, *RCTI*, dan *Trans TV*. Program yang

²³ <http://www.agbnielsen.net/whereweare/dynPage.asp?lang=local&id=321&country=Indonesia>

²⁴ Republika.co.id

paling menarik di akhir pekan pada pukul 14.00 hingga 18.00 adalah program hiburan, meliputi musik, *reality show*, dan hiburan ringan. Pada sore hari, film drama dan sinetron mendominasi, sementara pada waktu utama, remaja selain menyaksikan sinetron, juga pencarian bakat dan reality show. Fakta lain yang ditemukan berkaitan dengan jam menonton remaja yaitu rata-rata penonton remaja jam menontonnya berkurang kecuali di pagi hari dan waktu utama yang justru bertambah lama.



UMMN