

BAB V

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self presentation* melalui kustomisasi avatar Roblox dengan perilaku konsumtif remaja akhir di dunia virtual. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Tingkat *self presentation* melalui kustomisasi avatar pada responden berada pada kategori tinggi, dengan 84 dari 100 responden (84%) menunjukkan kecenderungan tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas remaja akhir pengguna Roblox secara aktif memanfaatkan kustomisasi avatar sebagai sarana menampilkan identitas, membentuk kesan, dan membangun citra diri di hadapan pengguna lain di dunia virtual.
2. Tingkat perilaku konsumtif remaja akhir di dunia virtual juga berada pada kategori tinggi, dengan 66 dari 100 responden (66%) menunjukkan kecenderungan tersebut, khususnya pada aspek hedonik yang memperoleh rata-rata tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pembelian item virtual pada Roblox banyak didorong oleh kepuasan emosional dan kesenangan pribadi, bukan semata-mata kebutuhan fungsional.
3. Hasil uji korelasi Rank Spearman menunjukkan nilai koefisien korelasi (r_s) sebesar 0,635 dengan arah hubungan positif serta nilai signifikansi sebesar 0,001 ($< 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, terdapat hubungan yang signifikan dan kuat antara *self presentation* melalui kustomisasi avatar Roblox dengan perilaku konsumtif remaja akhir di dunia virtual. Semakin tinggi kecenderungan remaja akhir melakukan *self presentation* melalui kustomisasi avatar, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif dalam membeli item virtual.
4. Temuan ini memperkuat relevansi teori dramaturgi Erving Goffman dan teori konsumsi Jean Baudrillard dalam menjelaskan fenomena presentasi diri dan konsumsi di ruang digital. Kustomisasi avatar berfungsi sebagai front stage

tempat remaja mengelola kesan (*impression management*), sementara item virtual yang dibeli berfungsi sebagai penanda identitas dan status yang dikonsumsi secara simbolik, bukan berdasarkan nilai guna semata.

Secara umum, dapat disimpulkan bahwa *self presentation* melalui kustomisasi avatar Roblox memiliki peran penting dalam mendorong perilaku konsumtif remaja akhir di dunia virtual, sehingga hipotesis penelitian yang diajukan dinyatakan diterima.

5.1 Kritik

Penelitian ini telah memberikan gambaran mengenai hubungan antara *self presentation* melalui kustomisasi avatar Roblox dengan perilaku konsumtif remaja akhir di dunia virtual. Namun keterbatasan penelitian memungkinkan adanya *self report* bias, yaitu kecenderungan responden menjawab pernyataan kuisioner yang dianggap responden baik atau sesuai dengan harapan sosial, sehingga belum tentu mencerminkan perilaku responden yang sebenarnya.

Kedua, penelitian ini menggunakan desain korelasional sehingga hanya mampu menunjukkan adanya hubungan antara variabel *self presentation* melalui kustomisasi avatar dengan perilaku konsumtif remaja akhir tanpa dapat menjelaskan hubungan sebab-akibat. Maka dari itu, hasil penelitian tidak dapat dijadikan dasar untuk menyimpulkan bahwa *self presentation* merupakan penyebab munculnya perilaku konsumtif pada pengguna Roblox.

Ketiga, penelitian ini hanya memfokuskan analisis pada satu variabel bebas, yaitu *self presentation* melalui kustomisasi avatar. Perilaku konsumtif di dunia virtual merupakan fenomena yang kompleks dan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, seperti pengaruh teman sebaya, kondisi ekonomi, tingkat literasi

keuangan, intensitas bermain Roblox, motivasi bermain, kebutuhan akan pengakuan sosial, maupun kemudahan akses terhadap metode pembayaran digital. Hubungan yang ditemukan dalam penelitian ini belum dapat menjelaskan keseluruhan faktor yang berkaitan dengan perilaku konsumtif remaja akhir.

Keempat, penelitian ini dilakukan pada karakteristik responden tertentu sehingga hasil penelitian memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi. Temuan penelitian lebih tepat digunakan untuk menggambarkan kondisi responden yang memiliki karakteristik serupa dan belum tentu dapat diterapkan pada seluruh pengguna Roblox dengan latar belakang usia, wilayah, maupun karakteristik sosial yang berbeda.

5.2 Saran

Berdasar kepada keterbatasan terdapat saran bagi peneliti selanjutnya yaitu disarankan untuk memperluas penelitian dengan menambahkan variabel lain yang diduga memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif di dunia virtual, seperti pengaruh teman sebaya, konsep diri, kebutuhan akan pengakuan sosial, literasi keuangan, intensitas penggunaan Roblox, maupun motivasi melakukan pembelian *item* virtual. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan kualitatif ataupun mixed methods agar diperoleh hasil interpretasi yang lebih mendalam mengenai apa yang mendasari remaja melakukan kustomisasi avatar dan membeli *item* virtual.

Bagi remaja sebagai pengguna Roblox, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran bahwa kustomisasi avatar merupakan salah satu bentuk

ekspresi diri, namun pengguna tetap perlu mempertimbangkan aspek kebutuhan, kemampuan finansial, dan manfaat sebelum melakukan pembelian *item* virtual. Sikap bijaksana dalam mengelola pengeluaran di dunia virtual menjadi penting agar aktivitas bermain tetap memberikan pengalaman yang positif tanpa mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan.

Bagi orang tua dan pendidik, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memberikan edukasi mengenai literasi digital dan literasi keuangan kepada remaja. Pendampingan dalam penggunaan *platform* digital serta diskusi mengenai pengelolaan uang dan pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian di dunia virtual dapat membantu remaja mengembangkan perilaku konsumsi yang lebih rasional dan bertanggung jawab.