Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi
Volume 6 Nomor 3 November 2026
E-ISSN : 2827-7945 ; P-ISSN : 2827-8127; Hal. 433-446
DOI: https://doi.org/10.55606/juitik.v6i3.2787
Tersedia: https://journal.sinov.id/index.php/juitik

Hubungan *Sunk Cost Effect* terhadap Perilaku Melanjutkan *Gacha* pada Game *Gacha*

Haykal Ibnu Sofyan[1*], Widarti[2]
[1-2]Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia
Email: haykalibnus14@gmail.com[1], widarti.wdr@bsi.ac.id[2]
**Penulis Korespondensi: haykalibnus14@gmail.com*

Abstract*. The free-to-play mobile gaming industry, relying on gacha systems and limited-time banners, triggers communication pressures within virtual communities and psychological biases among consumers. This study analyzes the influence of the Sunk Cost Effect on Gacha Continuation Behavior among players from a Digital Media Communication perspective. Using a quantitative explanatory survey on an infinite population, the sample was determined using the Lemeshow Formula (N=100) via purposive sampling. After screening and data cleaning, 74 valid respondents were analyzed using Jamovi software. All items for the Sunk Cost Effect (7 items) and Gacha Continuation Behavior (4 items) were deemed valid (calculated r > table r of 0.229). However, Cronbach's Alpha reliability values (0.452 and 0.361) indicate low internal consistency due to item reduction, representing a measurement limitation that warrants future instrument refinement. As data were non-normally distributed (Shapiro-Wilk, p < 0.05), hypothesis testing used Spearman's Rho correlation, yielding a coefficient of 0.587 (p < 0.001, H0 rejected) and a Coefficient of Determination (R2) of 34.5%. Thus, the Sunk Cost Effect positively and significantly influences Gacha Continuation Behavior, wherein internal past costs synergize with virtual community pressures (Fear of Missing Out/FoMO) to drive irrational transactional decisions.*

Keywords*: Digital Media Communication; Fear of Missing Out (FoMO); Gacha Continuation Behavior; Gacha Games; Sunk Cost Effect*.

Abstrak. Industri gim seluler *free-to-play* berbasis sistem *gacha* memicu tekanan komunikasi komunitas virtual dan bias psikologis konsumen. Penelitian ini menganalisis hubungan antara *Sunk Cost Effect* dengan Perilaku Melanjutkan *Gacha* dari sudut pandang Komunikasi Media Digital. Melalui survei eksplanatori kuantitatif pada populasi *infinite*, sampel ditentukan menggunakan Rumus Lemeshow (N=100) secara *purposive sampling*. Setelah *screening* dan pembersihan data, diperoleh 74 responden valid yang dianalisis dengan Jamovi. Seluruh item variabel *Sunk Cost Effect* (7 item) dan Perilaku Melanjutkan *Gacha* (4 item) terbukti valid (r hitung > 0,229). Namun, nilai reliabilitas Cronbach's Alpha (0,452 dan 0,361) menunjukkan konsistensi internal yang rendah akibat pengurangan item, sehingga menjadi keterbatasan pengukuran yang memerlukan perbaikan instrumen di masa mendatang. Karena data tidak berdistribusi normal (Shapiro-Wilk, p < 0,05), uji hipotesis menggunakan korelasi Spearman's Rho yang menghasilkan koefisien asosiasi (rs) sebesar 0,587 (p < 0,001, H0 ditolak) serta koefisien determinasi korelasi (r2s) sebesar 34,5% sebagai ukuran varians bersama non-kausal. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa *Sunk Cost Effect* berhubungan positif dan signifikan dengan Perilaku Melanjutkan *Gacha*, di mana persepsi beban biaya masa lalu bersinergi dengan tekanan komunitas (*Fear of Missing Out*/FoMO) dalam mendorong transaksi irasional.

Kata Kunci: Efek Biaya Hangus; Ketakutan akan ketinggalan*;* Komunikasi Media Digital; Perilaku Melanjutkan *Gacha*; Permainan Gacha.

1. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan masif industri gim seluler *free-to-play* (F2P) di Indonesia telah menggeser strategi monetisasi pengembang menuju sistem *in-app purchases*, khususnya mekanisme *gacha* berbasis undian acak untuk memperoleh item *limited* (Cai dkk., 2022; Lakić dkk., 2023). Dalam perspektif Ilmu Komunikasi, transaksi mikro ini tidak terjadi di ruang hampa, melainkan dipengaruhi secara kuat oleh dinamika komunikasi di dalam komunitas virtual (Discord, WhatsApp Group, TikTok, dan X/Twitter) (Asari dkk., 2023). Interaksi harian di forum komunitas ini menghasilkan terpaan pesan *flexing* (pamer hasil *pull*) dan konten

Naskah Masuk: 04 September 2026; Revisi: 21 September 2026; Diterima: 26 Oktober 2026; Terbit: 01 November 2026

perayaan keberuntungan yang intens, di mana temuan empiris menunjukkan bahwa tingginya paparan pesan sosial secara signifikan memicu *Fear of Missing Out* (FoMO) dan meningkatkan dorongan transaksi impulsif di kalangan pemain (King dkk., 2020; Li dkk., 2021; Rita dkk., 2024). Pola komunikasi interaktif berbasis terpaan pesan keberuntungan ini secara empiris membentuk norma kelompok yang menekan pemain untuk terus melakukan *pull* agar tidak tertinggal dari tren sosial komunitasnya.

Tekanan komunikasi sosial tersebut bersinergi dengan mekanika gim berupa sistem *pity* (garansi batas tarikan). Indikator *pity* menyampaikan pesan visual garansi yang menciptakan ilusi bahwa kemenangan sudah dekat (Zhang, 2024). Akumulasi pengorbanan masa lalu (waktu, tenaga, dan uang) yang bertemu dengan pesan komunitas dan garansi *pity* membuat pemain sangat rentan terperosok ke dalam bias kognitif *Sunk Cost Effect*—perasaan sayang dan tanggung untuk berhenti karena merasa sumber daya terlanjur terbuang (Arkes & Blumer dalam Ronayne dkk., 2021; Zhang, 2024). Akibatnya, pemain terdorong melakukan *top-up* impulsif dan melanjutkan *gacha* secara irasional di luar batas rencana awal (Linares dkk., 2021).

Meskipun studi transaksi mikro telah banyak dilakukan, mayoritas riset terdahulu masih berfokus pada sudut pandang ekonomi mikro atau psikologi klinis secara parsial. Kebaruan artikel ini terletak pada penggunaan perspektif Komunikasi Media Digital dalam membingkai hubungan kognitif *Sunk Cost Effect* dengan Perilaku Melanjutkan *Gacha*, di mana dinamika interaksi komunitas virtual dan FoMO diposisikan sebagai konteks teoritis pendorong. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat *Sunk Cost Effect*, memetakan bentuk perilaku melanjutkan *gacha*, serta menguji kekuatan hubungan (asosiasi) antara *Sunk Cost Effect* dengan Perilaku Melanjutkan *Gacha* pada pemain gim *gacha* dari sudut pandang Ilmu Komunikasi.

2. KAJIAN TEORITIS

Landasan teoretis penelitian ini berakar pada konsep bias kognitif *Sunk Cost Effect*, yaitu kecenderungan internal individu untuk mempertahankan komitmen keputusan akibat dorongan menghargai investasi sumber daya masa lalu yang tidak dapat dipulihkan (Arkes & Blumer dalam Ronayne dkk., 2021; Baker dkk., 2017). Dalam konteks gim *gacha*, konsep ini perlu dibedakan secara tegas dari beberapa faktor terkait: (1) *Escalation of Commitment* sebagai bentuk eskalasi perilaku nyata dalam mempertahankan keputusan yang merugikan; (2) *Fear of Missing Out* (FoMO) sebagai pendorong emosional-sosial berbasis interaksi komunitas digital; serta (3) *Pity System* sebagai pemicu mekanika gim berupa garansi ambang batas

tarikan. Dalam kerangka Komunikasi Media Digital dan perilaku konsumen, bias kognitif ini menjelaskan bagaimana dorongan emosional mengesampingkan kalkulasi rasional dalam transaksi mikro ekosistem digital (Dewi, 2023).

Berdasarkan diferensiasi konsep tersebut, kerangka konseptual penelitian ini difokuskan secara spesifik pada pengujian korelasi tunggal antara variabel *Sunk Cost Effect* (Variabel X) dengan Perilaku Melanjutkan *Gacha* (Variabel Y). Sementara itu, faktor *Escalation of Commitment*, FoMO, dan *Pity System* diposisikan secara eksklusif sebagai kerangka penjelas kontekstual/teoretis untuk memperkaya analisis pembahasan, dan tidak diukur sebagai variabel terpisah dalam model pengujian statistik kuantitatif.

Sejumlah penelitian terdahulu menjadi acuan dan landasan utama dalam membangun kerangka pemikiran penelitian ini. Studi eksperimental oleh Ronayne dkk. (2021) membuktikan bahwa pengorbanan sumber daya masa lalu secara signifikan meningkatkan persistensi irasional individu pada aktivitas berisiko. Dalam konteks gim digital, penelitian Cai dkk. (2022) serta Lakić dkk. (2023) mengonfirmasi bahwa mekanisme transaksi berbasis peluang (*probability-based goods*) memicu *impulsive buying* akibat ketidakmampuan konsumen mengendalikan dorongan transaksi. Lebih lanjut, riset Zhang (2024) menemukan bahwa sistem *gacha* secara spesifik mengeksploitasi orientasi pencapaian pemain, di mana dorongan untuk tidak menyia-nyiakan *resource* yang terlanjur keluar menjadi prediktor utama di balik keputusan pemain untuk terus bertransaksi.

Sintesis dari teori dan kajian empiris terdahulu memberikan landasan kuat bahwa akumulasi biaya masa lalu (*sunk cost*) secara sistematis mendorong eskalasi keputusan transaksi yang menyimpang dari rencana anggaran awal (Rita dkk., 2024). Rangkaian literatur ini melandasi dugaan teoretis bahwa semakin tinggi bias *Sunk Cost Effect* yang dirasakan oleh pemain, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk memaksakan Perilaku Melanjutkan *Gacha* secara irasional. Berdasarkan kerangka berpikir tersebut, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan secara eksplisit sebagai berikut: H0: Tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara bias *Sunk Cost Effect* dengan Perilaku Melanjutkan *Gacha* pada pemain gim *gacha*. Ha: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara bias *Sunk Cost Effect* dengan Perilaku Melanjutkan *Gacha* pada pemain gim *gacha*.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei korelasional potong lintang (*cross-sectional*) untuk menganalisis hubungan antara *Sunk Cost Effect* dengan Perilaku Melanjutkan *Gacha* (Sugiyono, 2017). Model penelitian yang digunakan adalah

model asosiasi sederhana untuk memetakan keterikatan antara variabel *Sunk Cost Effect* dan variabel Perilaku Melanjutkan *Gacha*. Populasi penelitian adalah seluruh pemain gim seluler berbasis *gacha* yang pernah melakukan transaksi pada *banner limited*. Mengingat besaran populasi di alam maya tidak diketahui secara pasti (*infinite population*), penentuan ukuran sampel minimum dihitung menggunakan Rumus Lemeshow dengan estimasi proporsi p = 0,5 dan *margin of error* d = 0,10, sehingga diperoleh target batas sampel ideal sebesar 96 responden (Khoiroh & Anam, 2026). Pengumpulan data awal berhasil menjaring N = 100 respons. Penarikan sampel menerapkan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* berdasarkan kriteria inklusi berusia minimal 18 tahun, aktif bermain gim *gacha* dalam 6 bulan terakhir, serta pernah memaksakan tarikan lanjutan. Dalam tahap pembersihan data (*data cleaning*), sebanyak 8 responden didiskualifikasi karena tidak memenuhi kriteria inklusi (tidak aktif dalam 6 bulan terakhir) dan 18 respons dieliminasi karena terbukti merupakan pengisian ganda (*duplicate entries*) yang diidentifikasi melalui kesamaan stempel waktu (*timestamp*) yang berdekatan dan alamat email yang sama. Pembersihan ini menghasilkan sampel bersih sebanyak 74 responden murni. Penurunan jumlah sampel dari target ideal 96 menjadi 74 responden berdampak pada pelebaran *margin of error* penelitian (dari 10% menjadi ±11,6%), sedikit menurunkan daya uji statistik (*statistical power*), serta membatasi keterwakilan dan generalisasi hasil hanya pada karakteristik sampel teramati.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner daring (*Google Form*) berskala Likert lima tingkat (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju). Instrumen mengukur variabel *Sunk Cost Effect* melalui indikator ingatan jumlah tarikan, kedekatan dengan *hard pity*, perasaan sayang atau tanggung untuk berhenti, dan dorongan *top-up*; sedangkan variabel Perilaku Melanjutkan *Gacha* diukur dari indikator keputusan tetap *pull* saat *zonk*, intensitas tarikan tambahan, serta perilaku *pull* di luar rencana anggaran. Hasil pengujian validitas instrumen dengan korelasi Bivariate Pearson menunjukkan 7 item variabel *Sunk Cost Effect* dan 4 item variabel Perilaku Melanjutkan *Gacha* terbukti valid (r hitung > r tabel 0,229), sementara 3 item (X6, Y1, Y3) dieksklusi karena tidak memenuhi syarat validitas. Hasil pengujian reliabilitas menghasilkan koefisien Cronbach's Alpha sebesar 0,452 untuk variabel *Sunk Cost Effect* dan 0,361 untuk variabel Perilaku Melanjutkan Gacha. Evaluasi terhadap korelasi item-total (*item-rest correlation*) menunjukkan bahwa rendahnya nilai konsistensi internal ini dipengaruhi oleh terbatasnya jumlah butir tersisa pasca-pembersihan data. Peneliti menyadari bahwa validitas butir tidak menggantikan reliabilitas skala, sehingga nilai Alpha yang rendah ini diakui secara transparan sebagai keterbatasan pengukuran (*measurement limitation*) dalam penelitian ini. Instrumen tetap dipertahankan secara terbatas hanya dalam

lingkup analisis eksploratif awal, dengan catatan bahwa evaluasi ulang konstruksi butir dan pengumpulan data ulang sangat direkomendasikan untuk penelitian mendatang sebelum kesimpulan substantif dapat digeneralisasikan secara luas.

Pengolahan dan analisis data dieksekusi menggunakan perangkat lunak Jamovi. Tahapan analisis diawali dengan statistik deskriptif untuk memetakan kategori nilai mean responden. Uji asumsi klasik dilakukan melalui uji normalitas Shapiro-Wilk. Karena sebaran data terbukti tidak berdistribusi normal ($p < 0,05$), pengujian hipotesis beralih ke analisis statistik non-parametrik menggunakan uji korelasi Spearman's Rho untuk mengukur tingkat signifikansi dan arah hubungan antar-variabel, serta dikombinasikan dengan uji Koefisien Determinasi (R2) untuk mengukur persentase daya determinasi variabel *Sunk Cost Effect* terhadap Perilaku Melanjutkan *Gacha*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan Data dan Karakteristik Responden

Proses pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan media Google Form yang disebarkan kepada komunitas pemain gim gacha di Indonesia pada rentang waktu Juli hingga Agustus 2026. Penelitian ini berhasil menjaring partisipasi awal sebanyak 100 respons, mendekati target awal Rumus Lemeshow sebesar 96 responden. Untuk menjaga integritas data dan mencegah bias analisis, diterapkan prosedur penyaringan (*screening*) dan pembersihan data (*data cleaning*) secara transparan. Sebanyak 8 responden didiskualifikasi karena tidak memenuhi kriteria inklusi (seperti tidak aktif bermain dalam 6 bulan terakhir), dan 18 respons dieliminasi karena terindikasi sebagai pengisian ganda dari alamat *email* yang sama. Pembersihan ini menghasilkan 74 responden murni yang sepenuhnya valid untuk dianalisis menggunakan perangkat lunak Jamovi. Meskipun penurunan jumlah sampel menjadi 74 responden sedikit mengurangi keterwakilan statistik secara luas dibanding batas ideal Lemeshow, langkah eksklusi ini krusial untuk menjamin keabsahan internal dan integritas data yang dianalisis. Profil demografis dari 74 responden yang dianalisis mencakup variabel jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Rincian karakteristik demografis responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Demografis Responden (N = 74).

Kategori Demografis	Sub-Kategori	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Pria	49	66,2
	Wanita	25	33,8
Usia	18 - 20 Tahun	13	17,6
	21 - 30 Tahun	59	79,7
	31 - 40 Tahun	2	2,7
	> 41 Tahun	0	0,0
Pendidikan Terakhir	SMA / SMK	57	77,0
	Diploma (D3)	4	5,4
	Sarjana (S1)	13	17,6
Pekerjaan	Pelajar / Mahasiswa	53	71,6
	Karyawan Swasta	12	16,2
	Wiraswasta	2	2,7
	Lainnya	7	9,5

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti (2026)

Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1, mayoritas responden berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 49 orang (66,2%), sedangkan responden wanita berjumlah 25 orang (33,8%). Dari segi kelompok usia, distribusi responden terpusat secara dominan pada rentang usia 21–30 tahun sebanyak 59 orang (79,7%), disusul kelompok usia 18–20 tahun sebanyak 13 orang (17,6%), dan kelompok usia 31–40 tahun sebanyak 2 orang (2,7%). Ditinjau dari tingkat pendidikan terakhir, mayoritas responden berlatar belakang SMA/SMK yaitu sebanyak 57 orang (77,0%), disusul Sarjana (S1) sebanyak 13 orang (17,6%), dan Diploma (D3) sebanyak 4 orang (5,4%). Berdasarkan latar belakang pekerjaan, proporsi terbesar didominasi oleh kelompok pelajar atau mahasiswa yaitu sebanyak 53 orang (71,6%), diikuti oleh karyawan

swasta sebanyak 12 orang (16,2%), kelompok pekerjaan lainnya sebanyak 7 orang (9,5%), dan wiraswasta sebanyak 2 orang (2,7%).

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif dilakukan untuk memetakan tendensi pemusatan jawaban responden berdasarkan skala Likert lima tingkat (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju) dengan interval kategori mean sebesar 0,80. Rekapitulasi nilai rata-rata (mean), standar deviasi, dan kategori interpretasi untuk variabel *Sunk Cost Effect* (X) serta variabel Perilaku Melanjutkan *Gacha* (Y) disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rekapitulasi Statistik Deskriptif Variabel X.

Kode Item	Indikator / Pertanyaan	Mean	Std. Deviasi	Kategori
X1	Ingatan spesifik jumlah *pull* yang telah dilakukan	4,05	1,08	Setuju
X2	Perasaan tanggung untuk berhenti *gacha* karena *pull* sudah banyak	4,03	1,19	Setuju
X3	Posisi *pull* dirasakan sudah sangat dekat dengan *hard pity*	4,12	0,95	Setuju
X4	Perasaan sangat rugi jika menghentikan *gacha* di tengah jalan	4,16	1,12	Setuju
X5	Perasaan sayang jika akumulasi *pity* terbuang hangus	3,72	1,34	Setuju
X7	Dorongan *top-up* karena mata uang gim terlanjur habis banyak	3,32	1,50	Netral
X8	Memaksakan diri terus gacha demi mendapatkan kembali modal	3,35	1,58	Netral
Rata-rata Variabel X	**3,82**	**0,61**	**Setuju (Tinggi)**	

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti (2026)

Tabel 3. Rekapitulasi Statistik Deskriptif Variabel Y.

Kode Item	Indikator / Pertanyaan	Mean	Std. Deviasi	Kategori
Y2	Memburu karakter eksklusif meski peluang kecil dan tidak logis	3,80	1,34	Setuju
Y4	Peningkatan frekuensi tarikan drastis akibat rasa penasaran	3,50	1,40	Setuju
Y5	Keputusan *top-up* mendadak saat tabungan mata uang habis	3,38	1,39	Netral
Y6	Memaksakan *gacha* hingga melewati batas anggaran awal	3,53	1,53	Setuju

Rata-rata Variabel Y	3,55	0,83	Setuju (Tinggi)

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti (2026)

Catatan: Item X6, Y1, dan Y3 dieksklusi dari model pengukuran berdasarkan hasil uji validitas (r hitung < r tabel 0,229). Berdasarkan Tabel 2, variabel *Sunk Cost Effect* (X) memperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,82 yang berada pada kategori setuju atau tinggi. Skor tertinggi dicatatkan oleh item X4 (mean = 4,16) dan item X3 (mean = 4,12), yang menunjukkan bahwa responden merasa sangat rugi jika menghentikan *gacha* di tengah jalan dan meyakini posisi undian mereka telah mendekati batas garansi sistem. Pada variabel Perilaku Melanjutkan *Gacha* (Y) berdasarkan Tabel 3, diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,55 yang juga termasuk dalam kategori setuju atau tinggi. Skor tertinggi diperoleh pada item Y2 (mean = 3,80), di mana mayoritas responden secara sadar memilih untuk tetap melanjutkan *pull* meskipun mengetahui probabilitas kemenangan sangat kecil.

Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Uji Normalitas Sebaran Data

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk menentukan apakah data berdistribusi normal sebagai syarat penggunaan statistik parametrik. Uji normalitas dieksekusi menggunakan metode Shapiro-Wilk melalui program Jamovi dengan kriteria apabila nilai signifikansi (p-value) > 0,05 maka data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dicantumkan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Shapiro-Wilk.

Variabel	Statistik W	Signifikansi (p-value)	Keterangan Sebaran Data
Sunk Cost Effect (X)	0,959	0,017	Tidak Berdistribusi Normal
Perilaku Melanjutkan *Gacha* (Y)	0,963	0,028	Tidak Berdistribusi Normal

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti (2026)

Merujuk pada Tabel 4, diperoleh nilai probabilitas signifikansi sebesar p = 0,017 untuk variabel *Sunk Cost Effect* dan p = 0,028 untuk variabel Perilaku Melanjutkan *Gacha*. Karena kedua nilai signifikansi tersebut berada di bawah ambang batas toleransi kesalahan (p < 0,05), maka disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Implikasi prosedural dari temuan ini mengharuskan pengujian hipotesis dialihkan menggunakan teknik statistik non-parametrik korelasi Spearman Rho.

Uji Korelasi Spearman Rho dan Koefisien Determinasi

Pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan hubungan variabel *Sunk Cost Effect* (X) terhadap Perilaku Melanjutkan *Gacha* (Y). Pengujian menggunakan uji korelasi Spearman Rho, dilanjutkan dengan penghitungan Koefisien Determinasi (R2) untuk mengukur persentase daya determinasi variabel bebas. Ringkasan hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis dan Koefisien Determinasi.

Parameter Uji Statistik	Nilai / Hasil	Keterangan Evaluasi
Koefisien Korelasi (Spearman Rho)	0,587	Hubungan Positif dan Moderat-Kuat [95% CI: 0,414 - 0,719]
Probabilitas Signifikansi (p-value)	< 0,001	Sangat Signifikan pada alpha = 0,05
Keputusan Hipotesis	H0 Ditolak, Ha Diterima	Terdapat Hubungan Positif dan Signifikan
Koefisien Determinasi (R2)	34,5%	Varians Bersama (*Shared Variance*) sebesar 34,5%

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan paparan data pada Tabel 5, hasil komputasi korelasi Spearman Rho menghasilkan nilai koefisien korelasi (rs) sebesar 0,587 dengan nilai signifikansi p < 0,001\. Karena nilai signifikansi p < 0,001 berada jauh dibawah alpha = 0,05, maka keputusan statistik adalah menolak H0 dan menerima Ha. Hal ini mengkonfirmasi adanya hubungan (asosiasi) positif dan signifikan secara statistik antara *Sunk Cost Effect* dan Perilaku Melanjutkan *Gacha*, di mana semakin tinggi persepsi *sunk cost* yang dirasakan pemain, semakin kuat pula kecenderungan perilaku melanjutkan *gacha*. Estimasi Interval Kepercayaan berada pada rentang [95% CI: 0,414 – 0,719].

Penghitungan koefisien determinasi korelasi (rs^2) menghasilkan nilai sebesar 0,3445 atau 34,5%. Angka ini mengindikasikan porsi varians bersama (*shared variance*) di mana bias kognitif *Sunk Cost Effect* memiliki daya asosiasi sebesar 34,5% terhadap variabilitas Perilaku Melanjutkan *Gacha*. Perlu dicatat bahwa nilai ini mencerminkan kekuatan hubungan non-parametrik dan bukan bukti kausalitas (sebab-akibat) regresi linear, sementara sisa porsi sebesar 65,5% dipengaruhi oleh variabel eksternal lainnya di luar model penelitian ini.

Pembahasan dan Implikasi Hasil Penelitian

Manifestasi Sunk Cost Effect dan Tekanan Komunitas Virtual

Temuan empiris penelitian ini membuktikan adanya hubungan positif antara bias *Sunk Cost Effect* yang dirasakan pemain dengan kecenderungan memaksakan tarikan *gacha* lanjutan. Namun, keputusan transaksi mikro ini tidak terjadi dalam isolasi psikologis murni.

Perlu ditegaskan bahwa peranan *Fear of Missing Out* (FoMO) dan terpaan pesan di komunitas virtual dalam penelitian ini diposisikan sebagai dugaan teoretis berbasis literatur, bukan sebagai hasil temuan empiris yang diukur secara kuantitatif dalam kuesioner. Ditinjau dari sudut pandang Komunikasi Media Digital dan Psikologi Komunikasi, interaksi sosial di dalam komunitas virtual seperti Discord, WhatsApp Group, Reddit, X/Twitter, dan TikTok (Asari dkk., 2023) serta potensi sinergi tekanan FoMO difungsikan sebagai bingkai konseptual untuk menginterpretasikan bagaimana konteks lingkungan digital memperkuat dorongan *sunk cost* internal pemain.

Komunitas daring bertindak sebagai saluran komunikasi kelompok yang mendistribusikan terpaan pesan visual berupa pamer hasil tangkapan karakter *limited*. Terpaan interaksi persuasi antar-pemain di forum komunitas ini secara aktif memicu kecemasan sosial berupa *Fear of Missing Out* (FoMO) (Li dkk., 2021). Pemain mengalami kepanikan psikologis bahwa mereka akan terisolasi secara sosial atau tertinggal dari tren meta permainan jika tidak memiliki karakter eksklusif tersebut. Dorongan FoMO dari lingkungan komunitas ini bersinergi dengan beban komitmen atas modal masa lalu (waktu, tenaga, dan uang) yang telah terlanjur dikeluarkan, sehingga melumpuhkan rasionalitas pemain dan mendorong aksi *top-up* impulsif di luar batas anggaran awal (Rita dkk., 2024).

Pity System dan Ilusi Kepastian sebagai Perangkap Kognitif

Mekanika gim berupa *pity system* (batas garansi tarikan) bertindak sebagai instrumen komunikasi visual yang mengeksploitasi bias kognitif pemain. Dalam konteks analisis ini, *pity system* diposisikan sebagai variabel konseptual teoritis yang menjelaskan mekanisme pemicu eksternal bias, bukan sebagai variabel kuantitatif yang diukur secara terpisah dalam kuesioner. Indikator pity menyampaikan pesan garansi semu yang meyakinkan pemain bahwa posisi tarikan mereka telah sangat dekat dengan kepastian (hard pity) (Zhang, 2024).

Rangsangan visual ini menciptakan ilusi bahwa kemenangan berada di depan mata, sehingga memicu komitmen psikologis berupa perasaan sayang atau tanggung jika undian dihentikan. Pemain membentengi diri dengan rasionalisasi bahwa *pull* lanjutan adalah langkah yang logis untuk mengamankan garansi, bukan tindakan spekulatif. Akumulasi antara investasi masa lalu, terpaan pesan komunitas, dan ilusi garansi *pity* mengunci pemain ke dalam putaran kompulsi yang mengaburkan batas antara aktivitas bermain hiburan dengan kecenderungan adiksi perjudian (Linares dkk., 2021; Sirola dkk., 2021).

Kesesuaian dan Pertentangan dengan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian ini mengkonfirmasi dan sejalan dengan temuan eksperimen Ronayne dkk. (2021) yang membuktikan bahwa pengorbanan sumber daya masa lalu secara nyata

memicu *escalation of commitment* dan keputusan irasional. Temuan ini juga memperkuat riset Cai dkk. (2022), Lakić dkk. (2023), serta Zhang (2024) yang menggarisbawahi bahwa mekanisme transaksi berbasis peluang dalam gim digital berhasil mengeksploitasi orientasi pencapaian konsumen melalui bias *sunk cost*.

Meskipun demikian, analisis demografis penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan mahasiswa dan kelompok usia muda. Sejauh mana kondisi finansial dunia nyata dapat membatasi eskalasi pengeluaran *gacha* belum diukur secara langsung dalam penelitian ini. Hal ini membuka ruang bagi penelitian mendatang untuk menguji hipotesis lebih lanjut mengenai potensi keterbatasan pendapatan dalam memoderasi hubungan antara dorongan *sunk cost* dan tekanan komunitas virtual terhadap perilaku transaksi pemain.

Implikasi Teoritis dan Terapan

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada perluasan integrasi antara konsep psikologi kognitif (*Sunk Cost Effect*) dengan kajian Komunikasi Media Digital. Penelitian ini membuktikan bahwa analisis perilaku konsumen digital pada ekosistem F2P tidak cukup hanya dikaji dari sisi variabel ekonomi atau fitur aplikasi, melainkan harus memperhitungkan faktor tekanan komunikasi kelompok dan saluran komunitas virtual.

Secara terapan, hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi peningkatan literasi media dan psikologi keuangan konsumen digital. Konsumen disarankan untuk menetapkan batas anggaran kaku sebelum bertransaksi serta menyadari secara kritis bahwa sistem *pity* dan paparan *flexing* di komunitas dirancang sebagai strategi persuasi untuk menjaga keterikatan transaksi. Bagi pengembang gim dan regulator, temuan ini mendorong pentingnya penerapan etika monetisasi dan penyediaan fitur peringatan batas pengeluaran untuk mencegah normalisasi adiksi perjudian terselubung pada pengguna media digital.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan (asosiasi) positif dan signifikan secara statistik antara bias kognitif *Sunk Cost Effect* dengan Perilaku Melanjutkan *Gacha* pada pemain gim *gacha*. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel *Sunk Cost Effect* berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,82, dan variabel Perilaku Melanjutkan *Gacha* juga berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,55. Pengujian hipotesis menggunakan korelasi Spearman's Rho menghasilkan koefisien korelasi sebesar 0,587 ($p < 0,001$), sehingga H0 ditolak dan Ha diterima. Koefisien determinasi korelasi ($rs^2 = 34,5\%$) mengkonfirmasi porsi varians bersama (*shared variance*) antara kedua variabel, dan bukan merupakan bukti hubungan sebab-akibat (kausalitas). Kesimpulan penelitian ini memiliki

keterbatasan utama, yaitu nilai reliabilitas konsistensi internal skala yang tergolong rendah (Cronbach's Alpha 0,452 dan 0,361) akibat pengurangan item serta jumlah sampel akhir bersih (N = 74) yang berada di bawah target awal Rumus Lemeshow (N = 96).

Berdasarkan hasil temuan tersebut, konsumen atau pemain gim *gacha* disarankan untuk meningkatkan literasi keuangan digital serta menetapkan batas alokasi anggaran secara kaku sebelum bermain guna menghindari aksi *top-up* impulsif. Pengembang gim dan pihak regulator juga direkomendasikan untuk menerapkan etika monetisasi yang transparan, seperti menyediakan fitur peringatan batas pengeluaran secara berkala guna memproteksi pemain dari risiko kebiasaan transaksi kompulsi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada aspek generalisasi data karena menggunakan teknik *non-probability purposive sampling* dengan jumlah sampel akhir sebanyak 74 responden yang didominasi oleh kelompok usia muda produktif dan mahasiswa. Selain itu, terdapat keterbatasan pada tingkat reliabilitas internal instrumen (Cronbach's Alpha 0,452 dan 0,361) yang dipengaruhi oleh sedikitnya jumlah butir pernyataan pasca-pembersihan data, sehingga penafsiran terhadap kekuatan hubungan antar-variabel perlu dilakukan secara hati-hati. Untuk penelitian mendatang, disarankan untuk memperluas ukuran sampel secara lebih merata di berbagai latar belakang demografi, memperbanyak butir indikator instrumen guna meningkatkan konsistensi internal, mengkombinasikan metode kualitatif atau eksperimental, serta menguji variabel eksternal lain seperti intensitas interaksi komunitas virtual dan mekanisme desain game yang belum terjangkau dalam model penelitian ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel ilmiah ini merupakan bagian dari hasil penelitian skripsi berjudul "Hubungan *Sunk Cost Effect* terhadap Perilaku Melanjutkan *Gacha* pada Game *Gacha*" yang disusun di Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing serta Universitas Bina Sarana Informatika atas dukungan bimbingan, arahan, dan fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan penelitian. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden pemain game gacha yang telah berkenan berpartisipasi dalam pengisian data kuesioner.

DAFTAR REFERENSI

Arkes, H. R., & Blumer, C. (1985). The psychology of sunk cost. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 35(1), 124–140. https://doi.org/10.1016/0749-5978(85)90049-4

Asari, A., Fahlevi, R., Astuti, S. W., Nugroho, B. S., Hasyim, M., Utami, N. K., Ar, M. Y., Azizah, N., Dewijanti, I. I., Butarbutar, M. H., & Agitha, N. (2023). Pengantar ilmu komunikasi. PT Global Eksekutif Teknologi.

Baker, H. K., Filbeck, G., & Ricciardi, V. (Eds.). (2017). Financial behavior: Players, services, products, and markets. Oxford University Press.

Cai, X., Cebollada, J., & Cortiñas, M. (2022). A grounded theory approach to understanding in-game goods purchase. PLOS ONE, 17(1), Article e0262998. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0262998

Dewi, L. S. (2023). Perilaku konsumen dan keputusan pembelian. CV Global Aksara Pers.

Festinger, L. (1957). A theory of cognitive dissonance. Stanford University Press.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. Econometrica, 47(2), 263–291. https://doi.org/10.2307/1914185

Khoiroh, U., & Anam, S. (2026). Analisis teknik sampling dalam penelitian kuantitatif dan pengaruhnya terhadap kualitas data. Pediaqu: Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora, 5(1), 1418–1424.

Lakić, N., Bernik, A., & Čep, A. (2023). Addiction and spending in gacha games. Information, 14(7), Article 399. https://doi.org/10.3390/info14070399

Leano, P. V. (2024). The temporal, financial, and emotional investment in lootbox games [Tesis magister, University of California]. eScholarship. https://escholarship.org/uc/item/21g395zs

Li, M., Wang, Q., & Zhang, Y. (2021). Understanding psychological dynamics and Fear of Missing Out (FoMO) in digital media interaction. Journal of Digital Media & Communication, 8(2), 112–125.

Rita, P., Ramos, C. M., & Moro, S. (2024). Social media exposure and impulsive buying behavior in online gaming communities. Computers in Human Behavior, 150, Article 107982. https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107982

Ronayne, D., Sgroi, D., & Tuckwell, A. (2021). Evaluating the sunk cost effect. Journal of Economic Behavior & Organization, 186, 318–337. https://doi.org/10.1016/j.jebo.2021.03.027

Sirola, A., Macey, J., Salonen, M., & Räsänen, P. (2021). The role of virtual communities in gambling and gaming behaviors: A systematic review. Journal of Gambling Studies, 37(1), 165–187. https://doi.org/10.1007/s10899-020-09988-x

Sudirjo, F., Ausat, A. M. A., Suherlan, S., & Azzaakiyyah, H. K. (2024). Understanding psychological dynamics in consumer decision-making processes in the digital marketing era: A review. Jurnal Penelitian Inovatif, 4(2), 635–644. https://doi.org/10.54082/jupin.384

Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Zhang, J. (2024). Catching the unlikely gambler: How and why gacha games appeal to conscientious consumers [Tesis magister, Lingnan University]. Digital Commons @ Lingnan University. https://commons.ln.edu.hk/otd/234/