



## **Paparan Video *Unboxing* Mainan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Anak di Desa Bagorejo**

**Betty Handayani<sup>1\*</sup>, Mailinda Anis Zulaiha<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Al-Falah As-Sunniah, Kencong, Jember

<sup>2</sup>Universitas Al-Falah As-Sunniah, Kencong, Jember

\* Corresponding Author. E-mail: [232110101002@uas.ac.id](mailto:232110101002@uas.ac.id)

### **Abstrak**

Media sosial berperan dalam membentuk pola pikir dan perilaku anak, termasuk perilaku konsumtif akibat paparan video *unboxing* mainan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif anak setelah terpapar video *unboxing* mainan serta mengkaji peran orang tua dalam mengendalikan dampaknya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada 15 anak usia 5–10 tahun dan orang tua di RT 02 RW 01 Desa Bagorejo, Kecamatan Gumukmas, Kabupaten Jember. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan video *unboxing*, perilaku konsumtif, dan respons emosional anak berada pada kategori tinggi pada usia 5–7 tahun, kemudian menurun menjadi sedang pada usia 8–10 tahun. Oleh karena itu, orang tua disarankan untuk lebih aktif mendampingi anak saat menggunakan smartphone, membatasi durasi penggunaan media digital, memilihkan konten yang sesuai usia, serta memberikan pemahaman kepada anak tentang perbedaan antara kebutuhan dan keinginan. Selain itu, orang tua perlu membangun komunikasi yang terbuka agar anak tidak menjadikan media digital sebagai sumber utama dalam membentuk keinginan terhadap barang.

**Kata Kunci:** Video Unboxing, Anak, Perilaku Konsumtif

### **Abstract**

*Social media plays a role in shaping children's mindsets and behavior, including consumptive behavior caused by exposure to toy unboxing videos. This study aims to examine the level of children's consumptive behavior after being exposed to toy unboxing videos and to analyze the role of parents in controlling its impact. This research used a qualitative method with a case study approach involving 15 children aged 5–10 years and their parents in RT 02 RW 01 Bagorejo Village, Gumukmas District, Jember Regency. Data were collected through observation, interviews, and documentation. The results show that exposure to unboxing videos, children's consumptive behavior, and emotional responses are high among children aged 5–7 years and decrease to a moderate level among children aged 8–10 years. Therefore, parents are advised to be more active in assisting their children when using smartphones, limiting the duration of digital media use, selecting age-appropriate content, and educating children about the difference between needs and wants. Furthermore, parents need to maintain open communication to prevent children from using digital media as a primary source for developing desires for goods..*

**Keywords:** *Unboxing Videos, Children, Consumptive Behavior*

## **PENDAHULUAN**

Penggunaan perangkat digital, khususnya *smartphone*, telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Akses terhadap internet yang semakin luas membuat anak-anak sejak usia dini dapat terhubung dengan perangkat pintar, baik melalui izin maupun fasilitas yang diberikan oleh orang tua. Platform media digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook menyediakan beragam media sosial visual yang mudah diakses, menarik, serta disesuaikan dengan preferensi pengguna melalui sistem algoritma. Algoritma secara aktif merekomendasikan media sosial berdasarkan riwayat tontonan pengguna, sehingga anak cenderung menerima paparan media sosial yang serupa secara berulang (Livingstone & Stoilova, 2021). Kondisi ini menunjukkan bahwa media digital tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang belajar dan sosialisasi baru bagi anak usia dini

yang turut membentuk pola pikir, sikap, serta perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari (Pebriani & Darmiyanti, 2024).

Salah satu bentuk paparan media digital yang banyak menarik perhatian anak adalah video *unboxing* mainan. Konten ini menampilkan proses membuka, memperlihatkan, dan mencoba mainan baru dengan penyajian visual yang menarik. Video *unboxing* tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga menampilkan pengalaman emosional berupa rasa senang, penasaran, dan keinginan untuk memiliki barang yang ditampilkan. Menurut (Garlen & Hembruff, 2021) menjelaskan bahwa fenomena anak dalam konsumsi video digital, *unboxing* sebagai media sosial yang muncul sebagai aktivitas konsumsi yang kuat dan dapat menawarkan pengalaman emosional yang tidak langsung kepada para penonton, serta memengaruhi pandangan mereka terhadap barang-barang tertentu. Sejalan dengan itu (Treviño, 2021) berpendapat bahwa video unboxing ditonton oleh anak dapat membentuk preferensi serta perilaku konsumsinya, termasuk kecenderungan meminta produk yang mereka lihat dalam video kepada orang tua.

Dalam perspektif perkembangan anak, paparan terhadap konten unboxing mainan perlu mendapat perhatian khusus. Menurut Jean Piaget dalam (Fatimah, 2021) anak usia dini berada pada tahap perkembangan kognitif praoperasional. Pada tahap ini, anak belajar melalui penggunaan simbol, aktivitas bermain, dan peniruan terhadap perilaku yang diamati. Selain itu, teori belajar sosial menurut Albert Bandura dalam (Sudirman et al., 2024:72) menegaskan bahwa proses pembelajaran tidak semata-mata terjadi melalui pengalaman langsung individu, melainkan juga terbentuk melalui aktivitas mengamati perilaku orang lain dan meniru model yang ada. Dalam konteks ini, video *unboxing* dapat menjadi model perilaku konsumsi karena menampilkan ekspresi senang dan antusias saat memperoleh mainan baru. Apabila paparan media visual tersebut terjadi secara berulang, anak dapat membangun persepsi bahwa memiliki barang baru merupakan sumber kebahagiaan. Oleh karena itu, untuk mengurangi dampak paparan media digital, diperlukan pendampingan oleh orang tua.

Pendampingan orang tua diperlukan untuk membantu memahami isi tayangan, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta mengurangi dorongan untuk meminta barang yang dilihat. Peran orang tua mendukung perkembangan anak sekaligus meminimalkan dampak negatif yang ditimbulkan oleh perkembangan teknologi informasi (Mariantika & Suardika, 2021). Selain itu, orang tua berperan sebagai penyedia fasilitas, pemberi bimbingan, dan pendamping dalam penggunaan teknologi digital anak (Prahasti et al., 2025). Pada anak usia 5 sampai 10 tahun, pengawasan langsung, pembatasan waktu penggunaan gawai, dan komunikasi terbuka antara orang tua dan anak menjadi strategi penting dalam membatasi dampak negatif media sosial (Fairy et al., 2025). Apabila tidak disertai dengan pendampingan orang tua, penggunaan media digital berpotensi mendorong munculnya perilaku konsumtif pada anak.

Hasil penelitian menemukan bahwa 94% anak usia dini belum mampu membedakan kebutuhan dari keinginan, yang merupakan indikator awal perilaku konsumtif karena dorongan emosional sering mendominasi keputusan mereka terkait penggunaan uang atau permintaan barang (Ulfah & Asyiah,

2023:). Dalam konteks media digital, di mana paparan konten secara konsisten dapat memengaruhi pandangan, nilai, dan praktik yang dipelajari anak (DeJohnette et al., 2023). Lebih lanjut, proses *consumer socialization* melalui interaksi di media sosial terbukti berhubungan dengan keputusan pembelian dan keterlibatan konsumen, yang menunjukkan bagaimana media digital dapat memperkuat sikap dan preferensi konsumsi.

Wilayah pedesaan, termasuk Desa Bagorejo di Kecamatan Gumukmas, Kabupaten Jember, kini turut mengalami peningkatan akses internet yang memungkinkan anak-anak mengonsumsi konten digital, seperti video *unboxing*, secara cukup sering. Dalam kehidupan sehari-hari, orang tua kerap memberikan *smartphone* kepada anak sebagai media hiburan tanpa pendampingan dan penyaringan konten yang memadai. Kondisi ini menyebabkan video *unboxing* menjadi salah satu bentuk paparan media yang paling sering diterima oleh anak. Dalam konteks upaya menanggulangi fenomena tersebut, peningkatan literasi digital anak sekaligus keterlibatan orang tua dalam proses pembelajaran digital akan membantu anak memanfaatkan media digital untuk tujuan edukatif sekaligus meminimalkan dampak negatif paparan konten konsumtif (Nurhayati & Chandra, 2025).

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada anak setelah terpapar video *unboxing* mainan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara intensitas paparan media digital dengan kecenderungan perilaku konsumtif anak, serta mengkaji peran orang tua dalam mengendalikan dan meminimalkan dampak tersebut.

Urgensi penelitian ini sangat tinggi mengingat perkembangan teknologi digital yang semakin cepat diikuti oleh anak-anak, termasuk di wilayah pedesaan seperti Desa Bagorejo. Paparan konten digital tanpa pengawasan yang tepat dapat memengaruhi pola pikir dan nilai konsumsi anak, sehingga berpotensi memunculkan perilaku konsumtif yang berdampak pada kebiasaan hidup serta kesejahteraan keluarga. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memiliki relevansi empiris tetapi juga praktis bagi pendidik, orang tua, dan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi literasi media serta pola pengasuhan digital yang lebih sehat.

## **METODE**

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif melalui pendekatan studi kasus. Metode penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menggunakan partisipan atau informan, sehingga peneliti bertanya secara mendalam dengan mengajukan pertanyaan umum agar dapat mengumpulkan data yang sebagian besar terdiri dari kata-kata (teks) dari peserta dan menganalisis teks menjadi tema-tema (Safrudin et al., 2023). Sedangkan pendekatan studi kasus digunakan ketika peneliti untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap suatu permasalahan atau kondisi tertentu, terutama apabila kasus yang diteliti memiliki kekayaan informasi yang relevan untuk dikaji secara mendalam (Poltak & Rianto Widjaja, 2024). Melalui pendekatan tersebut peneliti melakukan pemahaman secara mendalam

terhadap pengalaman, pandangan, serta pola praktik dalam lingkungan keluarga mengenai dampak tayangan video *unboxing* mainan terhadap kecenderungan perilaku konsumtif pada anak.

Subjek penelitian terdiri dari 15 anak yang berusia 5-10 tahun dan orang tua yang terlibat langsung dalam pengasuhan serta pengawasan penggunaan media digital. Pemilihan subjek dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara sengaja berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiono, 2023:24). Subjek dipilih karena anak berada dalam kondisi aktif mengakses konten video bertema mainan melalui platform media sosial serta memperlihatkan adanya perubahan kecenderungan perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan (2 hari dalam seminggu) yaitu pada bulan Januari dan Februari. Tempat penelitian dilakukan di lingkungan keluarga di RT 02 RW 01 Desa Bagorejo Kecamatan Gumukmas Kabupaten Jember. Waktu tersebut dipilih untuk memungkinkan peneliti melakukan pengamatan secara berulang dan mendalam terhadap perilaku anak serta respons orang tua dalam mendampingi penggunaan media digital. Tempat penelitian dilakukan di lingkungan keluarga subjek, yaitu di rumah tinggal subjek penelitian. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa perilaku konsumtif anak dan pola penggunaan media digital paling nyata terlihat dalam konteks keseharian di lingkungan keluarga (Livingstone & Ross, 2020:134).

Sasaran penelitian ini adalah perilaku konsumtif anak setelah menonton video unboxing mainan, serta strategi orang tua dalam mengatasi dan merespons perilaku tersebut. Fokus penelitian tidak hanya pada anak sebagai individu, tetapi juga pada interaksi antara anak, media digital, dan orang tua sebagai pendamping utama. Dengan demikian, sasaran penelitian mencakup aspek perilaku anak, pola konsumsi media digital, serta praktik pengasuhan digital dalam keluarga.

Prosedur penelitian ini dilakukan secara bertahap dan sistematis sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif, yang menekankan pemahaman mendalam dan kontekstual terhadap fenomena sosial yang diteliti. Tahap pertama adalah tahap persiapan, yang melibatkan kajian pustaka untuk memperjelas konsep teori dan fenomena perilaku konsumtif serta menyusun instrumen pengumpulan data seperti pedoman wawancara dan observasi. Tahap kedua adalah tahap pengumpulan data, di mana peneliti secara berulang mengumpulkan data melalui beberapa teknik seperti observasi nonpartisipan untuk merekam perilaku anak saat menggunakan media digital, wawancara tak berstruktur dengan orang tua untuk menggali pengalaman dan strategi pengasuhan mereka, serta dokumentasi berupa catatan harian, rekaman kegiatan, dan tangkapan layar konten yang relevan dengan fokus penelitian (Chand, 2025). Tahapan ini sejalan dengan praktik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang memadukan wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memahami pengalaman dan perilaku secara holistik dan mendalam. Setelah semua data terkumpul, penelitian memasuki tahap analisis data yang bersifat iteratif dan berkelanjutan, di mana peneliti melakukan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk mengidentifikasi pola, tema, dan makna yang berkaitan dengan tujuan penelitian (Waruwu, 2024). Analisis tersebut dilakukan secara induktif dengan menghubungkan temuan

empiris terhadap kerangka teori yang digunakan, sehingga memungkinkan interpretasi yang akurat dan komprehensif terhadap hubungan antara paparan video unboxing dan perilaku konsumtif anak serta peran pendampingan orang tua dalam konteks keluarga.

Instrumen penelitian ini dirancang sebagai alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan data kualitatif secara sistematis dan bermakna, sehingga fenomena perilaku konsumtif anak sebagai dampak paparan video *unboxing* dapat dipahami secara mendalam dalam konteks keluarga. Dalam penelitian kualitatif, instrumen penelitian tidak terbatas pada alat fisik saja, tetapi mencakup pedoman atau protokol yang digunakan oleh peneliti untuk mengarahkan proses pengumpulan data melalui berbagai teknik, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi (Ardiansyah et al., 2023). Secara spesiik, instrumen Yng digunakan dalam penelitian ini meliputi: (1) Pedoman wawancara (*interview guide*). Instrumen ini merupakan serangkaian pertanyaan terbuka yang disusun berdasarkan kajian literatur tentang perilaku konsumtif anak, *parental mediation*, dan konsumsi media digital. Pedoman ini membantu peneliti mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan strategi pengasuhan orang tua secara mendalam tanpa membatasi ruang ungkapan naratif responden, sehingga memungkinkan respons yang bebas dan kaya data. Wawancara tak berstruktur seperti ini sesuai dengan praktik penelitian kualitatif di mana wawancara merupakan teknik utama untuk menangkap persepsi dan pengalaman subjek (Chand, 2025). (2) Pedoman observasi (*observation guide/checklist*). Instrumen observasi berupa daftar aspek perilaku yang menjadi fokus pengamatan, seperti interaksi anak dengan gadget, ekspresi emosional setelah menonton video, serta permintaan terhadap barang yang muncul setelah tontonan. Dalam observasi nonpartisipan, peneliti mengambil peran sebagai pengamat independen yang mencatat perilaku alami tanpa ikut terlibat dalam aktivitas subjek, sehingga perilaku yang teramati mencerminkan konteks sehari-hari informan (Ardiansyah et al., 2023). (3) Instrumen dokumentasi (*documentation protocols*). Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data primer dengan bukti tertulis atau visual, seperti catatan waktu penggunaan media digital, tangkapan layar konten yang sering ditonton anak, serta rekaman kegiatan keluarga yang relevan. Dokumentasi juga digunakan untuk mendukung verifikasi data melalui triangulasi, yaitu penggabungan informasi dari berbagai sumber untuk meningkatkan kredibilitas temuan penelitian (Ardiansyah et al., 2023).

Teknik pengumpulan data dalam (Theodora, 2025) bahwasanya penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik observasi nonpartisipan, yaitu pengamatan di mana peneliti tidak terlibat secara langsung dalam aktivitas subjek, melainkan hanya berperan sebagai pengamat independen. Observasi dilakukan secara langsung dan berulang terhadap perilaku anak dalam konteks keseharian, khususnya setelah anak menonton video *unboxing* mainan. Wawancara dilakukan secara tak berstruktur, di mana peneliti secara langsung mengajukan pertanyaan kepada responden tanpa panduan pertanyaan yang kaku, agar memungkinkan respons yang lebih bebas dan mendalam. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa catatan waktu penggunaan gadget, jenis konten yang ditonton anak, serta rekaman atau tangkapan layar konten video yang relevan dengan penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara terstruktur dan berkelanjutan, sesuai dengan karakteristik pendekatan kualitatif yang menekankan pemahaman mendalam dan kontekstual terhadap fenomena yang diteliti. Setelah seluruh data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, langkah analisis dilaksanakan dengan menggunakan analisis tematik, sebuah metode yang sistematis untuk mengidentifikasi, mengkategorikan, dan menafsirkan pola makna atau tema dalam data kualitatif sehingga memungkinkan peneliti menggali makna yang lebih luas dari pengalaman dan perspektif informan (Ahmed et al., 2025).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan orang tua yang memiliki anak usia 5-10 tahun di RT 02 RW 01 Desa Bagorejo Kecamatan Gumukmas Kabupaten Jember diketahui bahwa sebagian besar anak menunjukkan tingkat ketertarikan yang tinggi terhadap video *unboxing*. Orang tua mengungkapkan bahwa anak sering secara aktif mencari dan menonton konten tersebut, bahkan dalam beberapa kasus dilakukan secara berulang. Temuan ini diperkuat oleh hasil observasi yang menunjukkan bahwa paparan video *unboxing* berada pada kategori tinggi pada anak usia 5–7 tahun, dan menurun menjadi kategori sedang pada usia 8–10 tahun. Pola ini menunjukkan bahwa semakin muda usia anak, semakin tinggi intensitas paparan terhadap konten visual yang bersifat menarik dan menghibur.

Temuan ini diperkuat oleh pernyataan salah satu orang tua yang menyampaikan bahwa anaknya sering meminta mainan setelah menonton video *unboxing*: ”kalau sudah lihat video mainan di YouTube, biasanya langsung merengek minta dibelikan mainan yang serupa seperti yang ada di video”. Wawancara dengan orang tua usia 6 tahun, pada tanggal 31 Januari 2026. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa video *unboxing* dapat menimbulkan dorongan langsung pada anak untuk memiliki barang yang dilihat. Anak belum sepenuhnya mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga ketertarikan terhadap visual produk dalam tayangan sering kali berubah menjadi permintaan kepada orang tua.

Hasil penelitian lainnya menunjukkan bahwa usia 5-7 tahun memiliki respons emosional yang lebih kuat setelah menonton video *unboxing* mainan. Beberapa anak menunjukkan ekspresi antusias, terus membicarakan mainan yang dilihat, bahkan merasa kecewa ketika permintaannya tidak dipenuhi. Salah satu orang tua mengungkapkan: “ Anak saya sering menangis setelah melihat video *unboxing* mainan secara berlebihan bahkan ketika tidak dituruti akan bertanya terus menerus “. Wawancara dengan orang tua usia 5 tahun, pada tanggal 8 Februari 2026. Data tersebut menunjukkan bahwa paparan video *unboxing* tidak hanya memengaruhi ketertarikan anak terhadap mainan, tetapi juga berkaitan dengan munculnya respons emosional ketika keinginannya tidak terpenuhi. Anak cenderung menilai mainan berdasarkan daya tarik visual dan rasa senang yang ditampilkan dalam video.

Selain itu, hasil wawancara menunjukkan bahwa pendampingan orang tua dalam penggunaan media digital masih tergolong rendah hingga sedang. Sebagian orang tua memberikan *smartphone* kepada anak sebagai media hiburan, terutama ketika orang tua sedang bekerja atau menyelesaikan

pekerjaan rumah. Hal ini terlihat dari salah satu orang tua: “Biasanya saya kasih HP supaya anak tidak rewel, apalagi kalau saya sedang sibuk. Tapi saya tidak selalu melihat video apa yang ditonton.” Wawancara dengan orang tua anak usia 7 Tahun. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *smartphone* pada anak tidak selalu disertai dengan pengawasan langsung. Kondisi ini membuat anak lebih bebas mengakses konten digital, termasuk video *unboxing* mainan yang dapat mendorong keinginan konsumtif.

Namun, pada anak usia 8–10 tahun, perilaku konsumtif dan respons emosional cenderung menurun menjadi kategori sedang. Anak pada kelompok usia ini mulai mampu memahami penjelasan orang tua, meskipun tetap menunjukkan ketertarikan terhadap barang yang ditampilkan dalam media digital. Salah satu orang tua menyampaikan: “Kalau anak saya yang sudah agak besar, masih suka minta mainan, tapi kalau dijelaskan belum perlu atau harganya mahal, biasanya masih bisa menerima.” Wawancara dengan orang tua anak usia 9 tahun.

Temuan ini menunjukkan bahwa usia anak berpengaruh terhadap kemampuan mengendalikan keinginan. Anak yang lebih besar mulai memiliki kemampuan berpikir lebih rasional dibandingkan anak usia 5–7 tahun, meskipun pengawasan orang tua tetap diperlukan. Berdasarkan hasil observasi, data penelitian dapat disajikan sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Observasi Penelitian**

NO	Indikator	Usia			
		5 Tahun	6 Tahun	7 Tahun	8-10 Tahun
1.	Paparasi Video Unboxing	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Sedang
2.	Perilaku Konsumtif	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Sedang
3.	Respon Emosional	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Sedang
4.	Peran Orang Tua	Rendah	Rendah	Sedang	Sedang

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa tingkat perilaku konsumtif anak juga berada pada kategori tinggi pada usia 5–7 tahun dan menurun menjadi kategori sedang pada usia 8–10 tahun. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang searah antara tingkat paparan video *unboxing* dengan tingkat perilaku konsumtif anak. Semakin tinggi paparan media digital, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif yang ditunjukkan. Temuan ini diperkuat dalam penelitian (Judijanto et al., 2024) yang menyatakan bahwa penggunaan teknologi digital yang berlebihan dapat memengaruhi perkembangan psikososial anak, termasuk pembentukan preferensi, perilaku, dan pola interaksi sosial. Dengan demikian, media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai agen pembentuk perilaku konsumsi sejak usia dini.

Dalam konteks ini, peran orang tua menjadi sangat penting sebagai pengarah, pengawas, dan pemberi pemahaman kepada anak. Temuan penelitian ini sejalan dengan (Romadhoni & Puspitaningrum, 2023) yang menempatkan keterlibatan orang tua sebagai salah satu unsur penting dalam mendukung perkembangan anak usia dini. Keterlibatan orang tua tidak hanya diperlukan dalam aspek perkembangan bahasa, tetapi juga dalam proses pendampingan anak ketika berinteraksi dengan media digital. Hal ini menunjukkan bahwa orang tua memiliki peran strategis dalam memberikan arahan, membatasi durasi penggunaan *smartphone*, memilihkan konten yang sesuai usia, serta

menjelaskan perbedaan antara kebutuhan dan keinginan kepada anak. Dengan adanya pendampingan tersebut, anak tidak hanya menjadi pengguna media secara pasif, tetapi juga belajar memahami isi tayangan secara lebih kritis.

Analisis ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif anak tidak berdiri sendiri melainkan diikuti oleh respon emosional yang penting. Anak usia 5-7 tahun cenderung menunjukkan ekspresi emosional yang kuat, seperti antusiasme berlebihan saat menonton, serta kekecewaan, marah, atau tangisan ketika keinginannya tidak terpenuhi. Pola ini mengindikasikan bahwa proses konsumtif pada anak lebih didominasi oleh dorongan afektif daripada pertimbangan rasional. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa paparan media digital pada anak usia dini berkorelasi dengan meningkatnya masalah regulasi emosi, impulsivitas, serta perilaku agresif akibat keterbatasan kemampuan kontrol diri pada tahap perkembangan awal (Zoromba et al., 2023). Selain itu, penggunaan media berbasis layar secara intens juga diketahui berpengaruh terhadap perkembangan sosial-emosional anak, di mana stimulasi visual yang berlebihan dapat memperkuat respons emosional dan mengurangi kemampuan regulasi diri (Swider-Cios et al., 2023).

Sebaliknya, pada kelompok usia 8-10 tahun, ditemukan adanya penurunan relatif pada intensitas paparan, perilaku konsumtif, dan respons emosional, meskipun masih berada pada kategori sedang. Pada fase ini, anak mulai menunjukkan kemampuan kontrol diri yang lebih baik, meskipun belum sepenuhnya matang. Pada fase ini, anak mulai menunjukkan perkembangan fungsi eksekutif dan kontrol diri yang lebih baik, sehingga mampu mengelola respon emosional secara lebih stabil. Hal ini didukung oleh penelitian longitudinal yang menunjukkan bahwa seiring bertambahnya usia, anak mengalami peningkatan kemampuan regulasi emosi dan pengendalian perilaku, meskipun paparan media digital tetap berpotensi memengaruhi aspek perilaku dan emosi jika tidak disertai pendampingan yang memadai (Kim & Chung, 2023). Dengan demikian, perbedaan usia menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat kerentanan anak terhadap pengaruh media digital, khususnya dalam pembentukan perilaku konsumtif dan respon emosional.

Dalam konteks teoritis, temuan ini memperkuat teori belajar sosial yang menyatakan bahwa anak belajar melalui observasi dan imitasi terhadap model yang dilihat. Teori ini dikemukakan oleh Albert Bandura, yang menegaskan bahwa perilaku manusia dapat dipelajari melalui pengamatan terhadap perilaku, sikap, dan reaksi emosional orang lain (*observational learning*) (Ansani & Samsir, 2022). Video *unboxing* menghadirkan model perilaku konsumsi yang menampilkan ekspresi kebahagiaan dalam memperoleh barang, sehingga anak meniru dan menginternalisasi nilai tersebut. Selain itu, dalam perspektif *consumer socialization*, media digital berperan sebagai agen sosialisasi yang membentuk preferensi dan perilaku konsumsi anak sejak dini. Kebiasaan menonton yang berulang, sebagaimana ditemukan dalam penelitian ini, juga dipengaruhi oleh faktor kebiasaan (*habit*) dan pengaruh sosial yang kuat dalam penggunaan media digital oleh anak (Simanjuntak et al., 2023).

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif anak merupakan hasil dari interaksi antara intensitas paparan media digital, tahap perkembangan usia, serta

kualitas mediasi orang tua. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif anak telah terjawab, di mana anak usia 5–7 tahun berada pada kategori tinggi, sedangkan usia 8–10 tahun berada pada kategori sedang. Temuan ini sekaligus memperluas pemahaman bahwa media digital, khususnya video *unboxing*, memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif anak, terutama pada usia dini yang masih berada pada tahap perkembangan kognitif dan emosional.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, paparan video *unboxing* mainan di media sosial berhubungan dengan munculnya perilaku konsumtif pada anak usia 5–10 tahun di Desa Bagorejo. Anak usia 5–7 tahun menunjukkan tingkat paparan video *unboxing*, perilaku konsumtif, dan respons emosional pada kategori tinggi. Hal ini terlihat dari kebiasaan anak menonton video secara berulang, meminta mainan yang dilihat, serta menunjukkan respons emosional seperti kecewa, menangis, atau marah ketika keinginannya tidak terpenuhi. Sementara itu, pada anak usia 8–10 tahun, paparan video *unboxing* dan perilaku konsumtif cenderung menurun pada kategori sedang karena anak mulai mampu memahami penjelasan orang tua, meskipun masih membutuhkan pendampingan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa peran orang tua dalam mendampingi penggunaan media digital masih berada pada kategori rendah hingga sedang. Kondisi ini menyebabkan anak lebih bebas mengakses konten digital tanpa pengawasan yang memadai. Oleh karena itu, orang tua disarankan untuk lebih aktif mendampingi anak saat menggunakan *smartphone*, membatasi durasi penggunaan media digital, memilihkan konten yang sesuai usia, serta memberikan pemahaman kepada anak tentang perbedaan antara kebutuhan dan keinginan. Selain itu, orang tua perlu membangun komunikasi yang terbuka agar anak tidak menjadikan media digital sebagai sumber utama dalam membentuk keinginan terhadap barang. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan jumlah subjek yang lebih luas dan membandingkan pola pendampingan orang tua di lingkungan keluarga yang berbeda agar hasil penelitian menjadi lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, S. K., Mohammed, R. A., Nashwan, A. J., Ibrahim, R. H., Abdalla, A. Q., M. Ameen, B. M., & Khahir, R. M. (2025). Using thematic analysis in qualitative research. *Journal of Medicine, Surgery, and Public Health*, 6, 100198. <https://doi.org/10.1016/j.glmedi.2025.100198>
- Ansani, & Samsir, H. M. (2022). Bandura ' s Modeling Theory. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(7), 3067–3080. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/mudima/article/view/692>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Chand, S. P. (2025). Methods of Data Collection in Qualitative Research: Interviews, Focus Groups, Observations, and Document Analysis. *Advances in Educational Research and Evaluation*, 6(1), 303–317. <https://doi.org/10.25082/aere.2025.01.001>

- DeJohnette, Mi., Harper, M., Porter, N., & Romero, L. (2023). *Child Family Community: The Diverse Children*.
- Fairy, A. A. H., Anam, K., & Jamila. (2025). Peran Orang Tua dalam Mengantisipasi Dampak Negatif Media Sosial bagi Anak di RT 05 Mekar Sari, Kecamatan Balikpapan Tengah. *Attarbiyah: Jurnal Pendidika, Kebudayaan Dan Keislaman*, 6(1), 128–134.
- Fatimah, E. R. (2021). Konsep Perkembangan Kognitif Anak Usia Dini (Studi Komparatif Jean Piaget dan Al-Ghozali ). *Jurnal Alayya*, 1(1), 1–31.
- Garlen, J. C., & Hembruff, S. L. (2021). Unboxing Childhood: Risk and Responsibility in the Age of YouTube. *Journal of Childhood Studies*, 46(2), 78–90. <https://doi.org/10.18357/jcs462202119934>
- Judijanto, L., Sujatmiko, W., Pattiasina, P. J., Rusdi, M., & Sulaeman, O. (2024). Dampak Penggunaan Teknologi Digital terhadap Perkembangan Psikososial Anak. *Jurnal Psikologi Dan Konseling West Science*, 2(04), 273–281. <https://doi.org/10.58812/jpkws.v2i04.1814>
- Kim, K. M., & Chung, U. S. (2023). Emotional and Behavioral Correlates of Exposure to Electronic Media in School-Aged Children: A Prospective Study. *Journal of Korean Medical Science*, 38(36), 1–14. <https://doi.org/10.3346/jkms.2023.38.e283>
- Livingstone, S., & Ross, A. B. (2020). *arenting for a Digital Future: How hopes and fears about technology shape children's lives*. Oxford University Press.
- Livingstone, S., & Stoilova, M. (2021). *The 4Cs: Classifying Online Risk to Children. (CO:RE Short Report Series on Key Topics). March, 0–14.* [www.ssoar.infoevidence](http://www.ssoar.infoevidence).<https://doi.org/10.21241/ssoar.71817>
- Mariantika, N. P., & Suardika, K. (2021). Peran Orang Tua Dalam Mengawasi Perkembangan Perilaku Anak Dari Pengaruh Gadget (Media Sosial). *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(4), 8. <http://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya>
- Nurhayati, Y., & Chandra, R. D. A. (2025). Literasi Digital Anak Usia Dini: Tinjauan Sistematis Atas Peluang Edukasi dan Risiko Adiksi di Era Teknologi. *JECIE (Journal of Early Childhood and Inclusive Education)*, 8(2), 478–488. <https://doi.org/10.31537/jecie.v8i2.2444>
- Pebriani, M., & Darmiyanti, A. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Perkembangan Anak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 1(3), 9. <https://doi.org/10.47134/paud.v1i3.556>
- Poltak, H., & Rianto Widjaja, R. (2024). Pendekatan Metode Studi Kasus dalam Riset Kualitatif. *Journal of Local Architecture and Civil Engineering*, 2(1), 1–4. <https://doi.org/10.59810/localengineering>
- Prahasti, M., Sundari, N., & Mashudi, E. A. (2025). Peran Orang Tua dalam Mengembangkan Literasi Digital Anak Usia Dini : Studi pada TK di Jakarta Timur. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 9(5), 1801–1816. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v9i5.7285>
- Romadhoni, M., & Puspitaningrum, D. (2023). Keterlibatan Orang Tua dan Guru Terhadap Peningkatan Perkembangan Bahasa Melalui Pendekatan Whole Language Pada 3 Anak Usia 5–6 Tahun. *Asghar: Journal of Children Studies*, 3(2), 89–96. <https://doi.org/10.28918/asghar.v3i2.1312>
- Safrudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Kualitatif. *Journal Of Social Science Research*, 3(2), 1–15.
- Simanjuntak, M., Putri, M. K. N., Yuliati, L. N., Muflikhati, I., Retnaningsih, R., & Johan, I. R. (2023).

- Explaining Children on Youtube: the Case of Indonesian Subscriber Behavioral Intention on Kidz Youtube Channel. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 16(2), 188–198. <https://doi.org/10.24156/jikk.2023.16.2.188>
- Sudirman, Burhanudin, & Fitriani. (2024). *Teori-teori Belajar dan Pembelajaran “Neurosains dan Multiple Intelligence”* (Kahar & R. Nurhayati (eds.); Cetakan Pe). PT. Pena Persada Kerta Utama.
- Sugiono. (2023). Metode Penelitian Kualitatif. In *Metode Penelitian Kualitatif (untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif* (p. 24). Penerbit Alfabeta Bandung.
- Swider-Cios, E., Vermeij, A., & Sitskoorn, M. M. (2023). Young children and screen-based media: The impact on cognitive and socioemotional development and the importance of parental mediation. *Cognitive Development*, 66(May 2022), 101319. <https://doi.org/10.1016/j.cogdev.2023.101319>
- Theodora, A. (2025). *Hegemoni Media dan Perubahan Perilaku Konsumsi Anak ( Studi Kasus di Kampung Mangkuyudan Kecamatan Mantrijeron Kota Yogyakarta )*. Seminar Nasional Fakultas Hukum, Ilmu Sosial, Dan Ilmu Politik Universitas Terbuka.
- Treviño, T. (2021). Unboxing the trend: Understanding why children watch unboxing videos on youtube. *Journal of Digital and Social Media Marketing*, 8(4), 347–357. <https://doi.org/10.69554/beeu8763>
- Ulfah, F., & Asyiah, N. (2023). Meningkatkan Pemahaman Literasi Finansial Anak Usia Dini Menggunakan Metode Talking Stick Pada Kelompok B Di Taman Kanak-Kanak Arrahman Tanjungsari. *Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini ( Anaking )*, 2(1), 9–19. <https://doi.org/10.37968/anaking.v2i1.405>
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198–211. <https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236>
- Zoromba, M. A., Abdelgawad, D., Hashem, S., El-Gazar, H., & Abd El Aziz, M. A. (2023). Association between media exposure and behavioral problems among preschool children. *Frontiers in Psychology*, 14(July), 1–8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1080550>