

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hampir bisa dipastikan tidak ada satupun ruang gerak dan aspek kehidupan masyarakat ini terhindar dari dampak industrialisasi dan arus globalisasi. Termasuk juga remaja yang tengah berada dalam realitas kehidupan yang semakin didominasi produk industri dan terkepung berbagai arus perubahan sosial yang dahsyat. Kehadiran pusat-pusat perbelanjaan telah menimbulkan berbagai fenomena dari dampak industrialisasi dan globalisasi. Persoalan besar lain yang menjadi dampak dari industrialisasi dan globalisasi tersebut adalah semakin maraknya budaya konsumtif (*consumer culture*) dalam kehidupan remaja dan masyarakat pada umumnya.

Besarnya budaya konsumtif itu telah lama melanda dunia remaja, di mana saja mereka berada, kehidupan remaja sudah banyak diwarnai dan dikendalikan kebiasaan-kebiasaan yang tidak mendidik, karena mengajarkan keborosan, kerakusan dan kesia-siaan dari segala sesuatu yang dikonsumsi untuk kepuasan sendiri. Dampak negatif dari fenomena tersebut secara psikologis dan sosiologis tergolong destruktif terhadap perkembangan dan kepribadian remaja sebagai makhluk individu dan sosial.

Agen besar yang menyebarkan budaya konsumtif itu secara intensif dan ekstensif terhadap dunia remaja adalah iklan, lewat media massa cetak, elektronik, pamflet dan spanduk serta pertunjukan langsung yang menawarkan dan menjajakan berbagai produk industri dan jasa layanan di tampilan di depan mata tiap remaja.

Menurut Tambunan (2001) perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan

untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Hal ini di ilustrasikan seperti seseorang yang memiliki penghasilan 500 ribu rupiah, ia membelanjakan 400 ribu rupiah dalam waktu tertentu untuk memenuhi kebutuhan pokoknya, sisanya ia belanjakan sepasang sepatu karena sepatu yang di milikinya untuk bekerja sudah rusak, dalam hal ini orang tersebut belum di sebut berperilaku konsumtif, tetapi apabila ia membelanjakan gajinya yang 500 ribu tersebut untuk sepatu yang sebenarnya tidak ia butuhkan (apalagi ia membeli sepatu sebanyak 400 ribu rupiah dengan kartu kredit) maka ia dapat di sebut berperilaku konsumtif.

Produsen juga memandang perilaku konsumtif ini sebagai peluang potensial karena melihat pola konsumsi tersebut, terlebih saat remaja pola konsumsi seseorang terbentuk (Tambunan,2001).Alasan lain remaja mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Lebih-lebih bagi remaja putri yang keinginan untuk berperilaku konsumtif lebih besar dari pada remaja pria. Menurut Loudon (Dalam Rini,2002) remaja putri terutama yang berusia 14-19 tahun paling banyak membelanjakan uangnya untuk kosmetika, pakaian, alat-alat yang membantu memelihara kecantikannya serta lebih banyak membelanjakan uangnya untuk membeli perhiasan. Sifat-sifat tersebut yang di dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja. Di kalangan remaja terutama di kota-kota besar mall sudah menjadi rumah kedua, mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar, padahal mode itu sendiri selalu berubah sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang di milikinya, alhasil muncullah perilaku yang konsumtif.

Ketika orang berbicara tentang konsumsi dari sisi materiilnya, ukurannya meski juga tidak selalu pasti, namun masih bisa menggunakan indikator atau standarisasi tertentu untuk mengukurnya. Misalnya, pengertian sandang, pangan dan papan.

Dilihat dari kebutuhan fisisnya, sandang berfungsi untuk melindungi manusia dari kondisi (termasuk didalamnya iklim) alam lingkungannya; panas, dingin, debu dan sebagainya. Sementara, secara agamis atau dari sisi moral, pakaian selain melindungi fisiknya, juga untuk menutup auratnya. Sehingga dengan berpakaian yang memenuhi syarat fungsionalnya, diharapkan, disamping orang akan terjaga kesehatannya, juga terjaga dari kemungkinan perilaku a-moral lawan jenisnya, sebagai akibat dari munculnya rangsang seksual yang ditimbulkan oleh keindahan aurat yang dimilikinya. Karenanya, yang menjadi pertanyaan adalah berpakaian seperti apa yang kemudian bisa dikatakan sebagai konsumtif.

Orang dikatakan berpakaian konsumtif apabila pakaian yang dipakainya sudah terkelupas dari fungsi utamanya. Dan, secara ekonomi sudah tidak lagi memenuhi nilai ekonomisnya. Sebagai contoh, dengan uang yang semestinya bisa dibeli pakaian yang sudah mampu memenuhi syarat fungsional. Orang justru membeli pakaian yang meski sudah memenuhi syarat moral, yakni, menutupi seluruh auratnya; namun, tidak memenuhi syarat fisis. Karena, pakaian yang dibelinya terbuat dari bahan yang cocok atau lebih cocok untuk dipakai di daerah yang secara geografis berbeda. Misalnya, beriklim dingin. Sementara, ia tinggal di daerah tropis. Sebaliknya, meski sering pula pakaian yang dibelinya sudah memenuhi syarat fisis. Namun, dilihat dari sisi modelnya tidak memenuhi syarat moral. Hal ini dikatakan konsumtif juga. Karena, dengan uang yang dikeluarkannya, sesungguhnya sudah berlebih atau bahkan sering sangat berlebih untuk bisa dibeli pakaian yang memenuhi syarat fungsional. Bahkan yang sering

terjadi dalam alam kehidupan konsumtif saat ini, pakaian sudah sering tidak lagi memperhatikan kedua syarat fungsionalnya. Apalagi dilihat dari sisi ekonomisnya.

Dengan label “special design” orang rela mengeluarkan uang yang tidak sedikit untuk membayar pakaian yang terbuat dari bahan yang harganya hanya seperberapa dari harga produk akhirnya. Belum lagi ketika pakaian itu dipakai, tidak jarang membuat lawan jenis yang melihatnya melotot karenanya. Bukan karena model atau bahan yang dipakainya. Tetapi lebih karena pakaian tadi bukannya melindungi aurat. Melainkan justru menjadikannya bagian-bagian tubuh sebagai sajian rasa berahi lawan jenis. Untuk apa ? untuk mendapatkan perhatian umum. Agar dikatakan sebagai orang hebat beda dengan yang lain orang modern dan lain-lain.

Dari sini, fungsi pakaian sudah bergeser dari fungsi utamanya. Pakaian tidak lagi sekedar menjadi alat pelindung fisik seseorang dari iklim dan nafsu lawan jenis, tetapi, sudah menjadi bagian dari perangkat untuk mewujudkan eksistensi seseorang. Dalam semangat seperti ini, meski sering bisa dikata kurang atau bahkan mungkin tidak cocok, mereka berpakaian layaknya orang-orang di wilayah lain yang jelas berbeda baik dari sisi geografis maupun budayanya. Hal seperti ini dilakukan agar si pemakai bisa dikatakan setara dengan standart kehidupan mereka. Mereka tidak lagi melihat pakaian dari sisi fungsionalnya. Tetapi sudah menempatkannya ke dalam wilayah status sosial. Atau mungkin yang lebih trendy lagi sebagai gaya hidup.

Meski harus mengorbankan nilai fungsional dan ekonomisnya, mereka mendapatkan satu sisi lain yang merupakan bagian integral dalam berkonsumsi, yakni, kepuasan batin.

Dari kacamata kapitalistik, keinginan atau kebutuhan manusia harus dipompa habis-habisan agar mampu menyerap semua produk industri. Pendapat atau keyakinan

diatas adalah benar. Karena, semangat beda, lebih dari yang lain, atau dalam bahasa globalnya “bersaing bebas” atau “persaingan bebas” adalah sebuah karakter yang menjadi prasyarat bagi berjalan sempurnanya sistem ini. Sebuah sistem yang tidak mengakui keberadaan etika dan moral sebagai penjaga sekaligus pengawal bagi terciptanya keharmonisan pergaulan antar umat manusia. Etika bagi seorang kapitalis adalah bagaimana menciptakan sebuah keyakinan sehingga orang yang dieksploitir tidak merasakan sakitnya. Sebaliknya, justru menikmatinya sebagai sebuah anugrah berupa kesempatan yang tidak boleh disia-siakan dalam kehidupannya. Demikian pula moralitas. Bagi mereka, moralitas adalah bagaimana mereka bisa meraih keuntungan sebesar-besarnya atas investasi yang ditanamnya. Mereka tidak peduli dengan apa dan bagaimana akibat yang ditimbulkannya. Mereka tidak peduli apakah dengan pakaian yang dipasarkannya itu akan mendorong munculnya banyak kasus pemerkosaan, atau apakah dengan pakaian itu akan mengakibatkan si pemakai terpaksa melakukan utang yang sesungguhnya tidak perlu dilakukan. Bagi mereka, ini tidak penting.

Dalam kerangka berpikir seperti ini. Berkonsumsi adalah hak asasi individual yang tidak memiliki tanggungjawab sosial. Karenanya, maksimalisasi pola konsumsi menjadi bagian yang sangat dianjurkan. Dan, untuk memacunya, mereka membawanya kedalam sebuah gaya hidup yang kemudian diberi label atas tingkat kemampuan konsumsinya sebagai “status sosial”.

Bagi peyakin ideologi ini, eksek yang diakibatkan atau ditimbulkan oleh investasi bukanlah menjadi tanggungjawabnya. Karena, hanya dengan memacu pola konsumsi masyarakat semaksimal mungkin seperti inilah mereka berharap produk industri akan terserap oleh pasar. Sebuah artikulasi dari pengertian konsumsi dalam

teori pertumbuhan dimana keuntungan pasti akan mereka peroleh dari investasi yang mereka tanam. Sutisna (Lestari,2003).

Apabila kita melihatnya dari kacamata sosialistik. Sikap dan perilaku seseorang tidak hanya mewakili dirinya sendiri. Melainkan di dalam hak-hak individual-nya terkandung hak dan kepentingan orang lain. Atau dengan kata lain, setiap gerak dari individu dalam masyarakat akan berpengaruh terhadap lingkungannya, dan demikian pula sebaliknya.

Seorang yang berpandangan sosialis akan mempertimbangkan berbagai pengaruh yang mungkin muncul dari sikap dan perilakunya. Sehingga, meski memiliki kemampuan membeli atas sebuah produk. Hal ini sering tidak dilakukannya. Bukan karena tidak ingin mengkonsumsi atau tidak mampu membelinya, melainkan, justru karena pertimbangan kondisi sosial-ekonomi sekelilingnya. Atau, bahkan tidak jarang, sikap diatas muncul atas pertimbangan moral. Dalam pola berpikir seperti ini, orang didorong untuk menyimpan kelebihan kemampuan konsumsi kedalam tabungannya, atau dengan kata lain melakukan saving. Baik itu dilakukan dalam bentuk uang atau bisa juga dalam bentuk barang.

Perilaku konsumtif pada remaja sebenarnya dapat di mengerti bila melihat usia remaja sebagai peralihan dalam mencari identitas diri, remaja ingin di akui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu (conform). Sarwono (2001) berpendapat bahwa konformitas merupakan kesesuaian antara perilaku seseorang dengan perilaku orang lain yang di dorong oleh keinginannya sendiri, konformitas terjadi dari kesamaan antara perilaku individu dengan norma. Kebutuhan untuk di terima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang tren dalam

kelompok sebayanya. Remaja dalam perkembangan kognitif dan emosinya masih memandang bahwa yang superficial itu sama pentingnya dengan substansi, apa yang dikenakan oleh seorang artis yang menjadi idola para remaja menjadi lebih penting untuk ditiru dibandingkan dengan kerja keras dan usaha yang dilakukan artis idolanya itu untuk sampai pada kepopulerannya.

Menjadi masalah ketika kecenderungan yang sebenarnya wajar pada remaja itu dilakukan secara berlebihan, pepatah “lebih besar pasak dari pada tiang” berlaku di sini, terkadang apa yang dituntut oleh remaja di luar kemampuan orang tuanya sebagai sumber dana, Hal ini menyebabkan banyak orang tua mengeluh saat anaknya mulai memasuki duni remaja, dalam hal ini perilaku tadi telah menimbulkan masalah ekonomi pada keluarganya.

Tambunan (2001). Konsumsi adalah salah satu kegiatan ekonomi selain produksi dan distribusi. Sebagai akhir dari rangkaian proses tersebut, konsumsi dapat diartikan sebagai kegiatan menggunakan barang atau jasa untuk kebutuhan hidup. Sedangkan konsumtif lebih diarahkan pada perilaku yang ditunjukkan oleh pemakai, dalam hal ini konsumen. Tanpa disadari, setiap hari kita melakukan konsumsi. Dari pemenuhan kebutuhan pokok sampai pelengkap, yaitu kebutuhan primer (pangan, sandang dan papan), sekunder (barang elektronik, perabotan rumah tangga, kebutuhan sehari-hari) dan kebutuhan tersier (pendidikan, kesehatan, transportasi, wisata, asuransi dan lain-lain).

Dalam mengonsumsi suatu barang dapat ditinjau dari perspektif keinginan atau kebutuhan. Faktor keinginan inilah yang sering mempengaruhi pola tingkah laku kita. Keinginan tidak mesti dipenuhi, karena tidak menghilangkan eksistensi kita sebagai manusia. Sedangkan kebutuhan adalah sesuatu yang sangat diperlukan dan mendesak,

serta apabila tidak terpenuhi, maka identitas kita sebagai manusia akan hilang (makan, minum, pakaian, rumah). Jika Anda disodorkan selembar kertas dan menuliskan semua keinginan anda, maka sampai pada urutan keseratus pun, keinginan lain tetap akan ada. Dan mengapa keinginan yang selama ini ada telah menjadi kebutuhan, hal ini dikarenakan kemampuan pihak-pihak lain, dalam memanipulasi keinginan menjadi kebutuhan yang harus dituntaskan dengan melakukan tindakan konsumsi.

Ketika keinginan telah menjadi kebutuhan mutlak sehingga apabila tidak dipenuhi, maka identitas sebagai manusia akan hilang, yang dapat disamakan dengan kebutuhan akan makan dan minum. Misalkan saja dengan tidak memiliki barang-barang mewah, seseorang akan tersisih oleh status sosial, tidak memiliki pakaian bermerek, seseorang akan dipandang rendah dalam lingkup pergaulan, tidak makan makanan impor, seseorang tidak dipandang modern dan berbagai kasus lainnya.

Perilaku konsumtif ini dapat terus mengakar di dalam gaya hidup sekelompok remaja, dalam perkembangannya mereka akan menjadi orang-orang dewasa dengan gaya hidup konsumtif, gaya hidup konsumtif ini harus di dukung oleh kekuatan finansial yang memadai. Masalah lebih besar lagi terjadi apabila pencapaian tingkat financial itu di lakukan dengan segala macam cara yang tidak baik, mulai dari bekerja yang berlebihan sampai menggunakan cara instant seperti korupsi, mencuri dan sebagainya yang sampai akhirnya perilaku konsumtif bukan saja memiliki dampak ekonomi, tapi juga dampak psikologis, sosiaologis bahkan etika.

Banyak kasus yang kita jumpai dalam dinamika masyarakat seperti yang di beritakan dalam berita “SIDIK” yang di tayangkan di salah satu televisi swasta TPI tanggal 24 Maret 2007, seorang remaja berinisial “DN” di kota Serang, Banten yang melakukan perampokan sekaligus penganiayaan seorang tukang ojek. Setelah di

interogasi pihak kepolisian ternyata motif perampokan tersebut di karenakan keinginan memiliki motor yang dia inginkan. Ada lagi contoh kasus seperti sinetron-sinetron yang di tayangkan di televisi yang selalu menawarkan berbagai macam contoh kehidupan modern yang cenderung konsumtif. Ada juga kasus seperti penayangan sinetron di televisi yang menawarkan gaya hidup konsumtif di tengah keterpurukan perekonomian kita. (Bayu Setiono. Liputan 6 SCTV, 15-10-2006). Kasus lain adalah banyaknya kemunculan gedung-gedung pertokoan, pusat belanja, *factory outlet* yang terus menjamur di kota Surabaya dan kota-kota lainnya (Kompas Cyber Media, jumat 21-12-2006).

Melihat latar belakang masalah di atas, sudah barang tentu perilaku konsumtif yang berlebihan akan membawa dampak yang negatif bagi remaja maupun bagi masyarakat pada umumnya. Remaja yang memang dalam masa transisi, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya serta mudah oleh terbujuk oleh iklan, tren maupun suka ikut-ikutan teman mudah untuk terpengaruh oleh budaya konsumtif akan tetapi perilaku konsumtif yang berlebihan tersebut dapat di kurangi atau bahkan di hilangkan dengan sejak dini melalui konsep diri positif yang akan menciptakan citra positif tentang dirinya, optimis, tidak mudah menyerah sehingga tidak mudah menyerah pada bujukan budaya konsumtif juga mempertimbangkan kondisi sosial ekonomi di sekelilingnya, serta memanfaatkan kemampuan konsumsi kedalam tabungan. Dengan begitu juga secara tidak langsung juga akan tidak untuk selalu menyamakan perilakunya dengan kelompok acuan.

Penelitian ini memfokuskan untuk meneliti perilaku konsumtif yang terjadi pada remaja putri, banyak faktor yang menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif, dalam penelitian ini hanya di tekankan pada faktor konsep diri dan konformitas kelompok. Jadi

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. Dengan ini penulis hendak melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Antara Konsep Diri dan Konformitas Kelompok Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri”

B. Tujuan penelitian

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji hubungan antara konsep diri dan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif pada remaja putri
2. Untuk mengetahui peran konsep diri dan konformitas kelompok dalam perilaku konsumtif pada remaja putri.
3. Untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.

C. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin di harapkan dalam penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangan bagi ilmuan psikologi sehingga dapat memperluas dan mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan khususnya dan di bidang psikologi sosial tentang hubungan antara konsep diri dan konformitas kelompok dalam perilaku konsumtif pada remaja putri.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi guru atau Pendidik.

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi tentang hubungan antara konsep diri dan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif yang bertujuan agar tercipta pola perilaku yang lebih rasional dan positif dalam usahanya untuk dapat di terima dalam kelompok teman sebayanya sehingga hal ini dapat meminimalisir perilaku konsumtif pada remaja dengan cara mengembangkan konsep diri dan kegiatan yang positif sehingga ke depannya akan menciptakan remaja yang unggul dalam prestasi dan sebagainya

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini di harapkan bisa memberi informasi dan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis sehingga mampu menyempurnakan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian yang sejenis.