

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman saat ini telah banyak mempengaruhi seseorang dalam berperilaku, khususnya dalam perilaku membeli. Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena psikoekonomik yang banyak melanda kehidupan masyarakat, terutama yang berdomisili di daerah perkotaan. Fenomena ini sangat menarik untuk diteliti, mengingat seseorang akan berperilaku konsumtif sejalan dengan menjamurnya produk-produk dalam maupun luar negeri yang ditawarkan pada masyarakat, sebagai kemodernan masa kini sehingga tidak sedikit seseorang membeli dengan tujuan yang tidak semestinya. Pembelian suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan, melainkan karena keinginan (Zebua, dkk, 2001).

Adanya kemajuan ini secara implisit menyebabkan hasrat konsumtif dan daya beli juga bertambah. Apa yang dulu tidak dikenal sekarang telah menjadi barang yang biasa. Kebiasaan dan gaya hidup juga berubah dalam waktu yang relative singkat menuju ke- arah semakin mewah dan berlebihan. Pola konsumsi seperti ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat. Apalagi bagi para remaja khususnya putri mereka mempunyai keinginan membeli yang tinggi karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, tingkah laku, kesenangan musik dalam pertemuan dan pesta. Remaja ingin selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain terutama teman sebaya, sehingga remaja

kebanyakan membelanjakan uangnya untuk keperluan tersebut. (Dahlan, dalam Zebua, dkk, 2001).

Masa remaja merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak menuju usia dewasa. Pada masa remaja individu mulai mengalami perubahan dalam sikap dan perilakunya sejajar dengan tingkat pertumbuhan fisiknya. Remaja berada pada posisi transisi dalam perkembangan hidup manusia mengalami perubahan, baik yang berkaitan dengan perubahan fisik, interaksi sosial ataupun pencarian identitas dirinya. Remaja mulai mengarahkan gerakannya menuju kelompok sebaya yang dianggap mempunyai kesamaan pandangan. Kebutuhan untuk diterima kelompok sebaya sangat penting bagi remaja. Dalam usahanya untuk dapat diterima dalam kelompok, remaja harus membuat penampilannya sama dengan pola-pola dan harapan-harapan sesama remaja, sehingga perhatiannya seringkali difokuskan pada diri sendiri. Mereka biasanya mulai sadar akan penampilan dirinya, penampilan wajah, pakaian, rambut, dan penampilan fisik lainnya. Karena mereka berpendapat bahwa penampilan diri memainkan peranan penting dalam penerimaan sosial terutama penerimaan dari teman sebaya (Mahdalela, 1998).

Monks dkk. (2000) menyatakan bahwa remaja memiliki kontrol eksternal lebih tinggi dari pada kontrol internal sehingga lebih peka terhadap pengaruh kelompok. Remaja mempunyai kepekaan terhadap apa yang sedang in, remaja mengikuti mode yang sedang beredar. Mode itu sendiri terus menuntut rasa tidak puas pada konsumen yang memakainya sehingga mendorong konsumen untuk mengkonsumsinya karena takut ketinggalan. Kenyataan ini membuat remaja

mempunyai pola konsumsi yang menunjukkan pada keeksklusivan, sifat lebih mahal dan lebih mewah. Manifestasinya tampak pada penampilan remaja dengan mode yang mutakhir dan lekat dengan hasrat untuk memperoleh pengakuan dari teman-temannya. Ketakutan remaja ketinggalan mode karena pengaruh teman-temannya dan ingin selaras (*conform*) dengan lingkungannya.

Arus konsumtifisme yang telah melanda kalangan remaja, memungut gaya hidup seperti ini merupakan cara paling tepat untuk dapat ikut masuk ke dalam kelompok sosial yang diinginkan. Remaja memang sering dijadikan target pemasaran produk industri antara lain karena karakteristik mereka yang labil, spesifik dan mudah dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar (Zebua, dkk, 2001).

Menurut Tambunan (2001) bagi produsen, kelompok usia remaja adalah suatu pasar yang potensial. Alasannya karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja, di samping itu remaja mudah terbujuik iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistik, dan cenderung menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen dalam memasuki pasar remaja. Kalangan remaja yang memiliki orangtua dengan kelas ekonomi yang cukup tinggi maka di kota-kota besar, mall sudah menjadi rumah kedua. Mereka ingin menunjukkan dirinya dengan mengikuti mode yang sedang beredar, padahal mode itu sendiri selalu berubah, para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya sehingga muncul perilaku konsumtif, hal ini menjadi masalah ketika kecenderungan perilaku yang sebenarnya wajar pada remaja ini menjadi berlebihan karena apa yang dituntut

oleh remaja di luar kemampuan orang tuanya sebagai sumber dana, sehingga banyak orangtua yang mengeluh saat anaknya memasuki dunia remaja dan perilaku remaja tersebut menimbulkan masalah ekonomi pada keluarganya. Remaja dalam perkembangan kognitif dan emosinya masih memandang sesuatu yang superfisial itu sama penting, bahkan lebih penting dengan substansi apa yang dilakukan dan dimiliki seorang artis yang menjadi idola para remaja menjadi lebih penting untuk ditiru.

Kecenderungan remaja untuk berperilaku konsumtif diduga terkait dengan karakteristik psikologis tertentu yang dimiliki oleh remaja yaitu tingkat kebutuhan untuk penyesuaian dengan kelompok teman sebaya. Mereka ingin kehadirannya diakui sebagai bagian dari komunitas remaja secara umum dan secara khusus sebagai bagian dari kelompok teman sebaya mereka, demi mendapatkan pengakuan tersebut remaja sering kali bersedia melakukan berbagai upaya meskipun hal itu sesuatu yang tidak diperlukan atau berguna bagi mereka bila ditinjau dari kaca mata orang tua atau orang dewasa lainnya. Keinginan yang kuat untuk melepaskan diri dari keterkaitan dengan orang tua membuat remaja mencari dukungan sosial melalui teman sebaya. Artinya remaja harus memiliki penampilannya yang sama dengan pola-pola dan harapan-harapan dari kelompoknya agar mendapat perhatian dan lebih mudah diterima ketika berinteraksi dengan teman sebayanya, dengan demikian mereka biasanya mulai sadar akan penampilan dirinya, penampilan wajah, pakaian, rambut dan penampilan fisik lainnya. Karena mereka berpendapat bahwa penampilan diri memainkan peranan penting dalam interaksi teman sebaya

Peran kelompok teman sebaya memiliki arti bagi perkembangan remaja, dimana pusat perhatian anak mulai beralih dari keluarga ke kelompok teman sebaya. Menurut Hurlock (2001) kelompok teman sebaya merupakan sarana bagi anak untuk bersosialisasi. Kelompok sebaya dalam hal ini teman sekolah, sangat besar pengaruhnya terhadap proses sosialisasi selama masa remaja. Kelompok teman sebaya tidak hanya berfungsi sebagai sumber pelindung perasaan, tetapi juga membuat acuan perilaku sosial yang dapat diterima dan mengharapkan agar anggota-anggota kelompoknya dapat menyesuaikan diri dengan acuan-acuan tersebut.

Kelompok sebaya merupakan dunia nyata kawula muda, yang menyiapkan panggung supaya individu dapat menguji diri sendiri dan orang lain. Artinya apakah pengaruh teman sebaya yang begitu kuat mampu dijadikan sebagai sarana remaja untuk dapat menyesuaikan diri dengan berhasil, ataukah sebaliknya kehadiran remaja dalam kelompok teman sebaya justru akan semakin memunculkan rasa keterasingan karena ketidakcocokan perilaku yang ditampilkan oleh remaja tersebut.

Selain itu pada diri remaja juga terjadi perkembangan konsep diri kearah yang lebih realistik berdasarkan proses belajar yang terjadi. Perkembangan konsep diri tersebut dipengaruhi oleh penambahan usia, penampilan, hubungan dengan keluarga dan kelompok teman sebaya. Seorang pelajar yang diperlakukan seperti yang ia inginkan (tidak selalu dianggap sebagai anak-anak) akan lebih cepat matang dan akan mengembangkan konsep diri yang positif. Sehubungan dengan hal ini penampilan yang menarik akan membawa remaja pada penilaian yang baik tentang karakteristik pribadinya dan akan membantu proses penerimaan sosial.

Seperti diketahui masa remaja merupakan tahapan peralihan antara masa anak-anak dengan masa dewasa yang ditandai dengan berbagai perubahan baik dalam aspek fisik, sosial dan psikologis. Perubahan tersebut bermuara pada upaya menemukan jati diri berkaitan dengan bagaimana remaja menampilkan dirinya (Zebua, dkk, 2001).

Nathaniel (Burns, 1979) mengatakan konsep diri tumbuh dan dimiliki individu berasal dari penilaian seseorang yang kemudian menghasilkan suatu akibat terutama pada proses pemikiran, perasaan-perasaan dan keinginan-keinginan. Dengan adanya keinginan-keinginan tersebut mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif yang digunakan untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain atau lingkungannya sehingga dapat meningkatkan harga dirinya.

Mappiare (1982) mengemukakan bahwa salah satu kebutuhan yang ada pada masa remaja adalah kebutuhan kemantapan terhadap konsep dirinya. Kebutuhan ini dapat dipenuhi bila remaja melakukan kontak sosial yang lebih luas. Dengan adanya kemantapan konsep diri, akan dapat memupuk rasa percaya diri yang pada gilirannya nanti akan menyebabkan remaja tidak canggung dalam melakukan pergaulan sosial. Kebutuhan ini berkaitan erat dengan pergaulan dan penerimaan teman sebaya

Di sisi lain remaja putri sebagai salah satu golongan masyarakat saling berlomba agar berpenampilan (dalam berpakaian) yang menarik, sehingga kaum remaja putri akan melakukan segala cara untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Manifestasinya tampak pada penampilan remaja dengan mode yang mutakhir dan

lekat dengan hasrat untuk memperoleh pengakuan dari teman-temannya. Takutnya remaja ketinggalan mode karena pengaruh teman-teman dan ingin konform dengan lingkungannya. Apabila tidak diimbangi konsep diri yang positif, maka arus konsumtivisme yang telah melanda kalangan remaja, memungut gaya hidup seperti ini merupakan cara paling tepat untuk dapat ikut masuk ke dalam kelompok sosial yang diinginkan.

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahannya adalah “Apakah ada hubungan antara interaksi teman sebaya dan konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri?”. Berdasarkan rumusan masalah tersebut penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan mengadakan penelitian yang berjudul Hubungan Antara Interaksi Teman Sebaya dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui hubungan antara interaksi teman sebaya dan konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.
2. Mengetahui hubungan antara interaksi teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.
3. Mengetahui hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.

C. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

Penelitian ini diharapkan bermanfaat:

1. Dari segi teoritis

Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan dan sebagai wacana pemikiran bagi peneliti selanjutnya mengenai hubungan antara interaksi teman sebaya dan konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.

2. Dari segi praktis.

a. Bagi remaja khususnya putri, diharapkan dapat memberi masukan agar memiliki pengetahuan tentang bagaimana berinteraksi dengan teman sebaya yang baik sehingga akan membawanya pada keberhasilan dalam tata pergaulan serta bagaimana mereka dapat menilai dirinya sendiri agar dapat bertindak sesuai dengan konsep diri yang dimiliki kaitannya dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.

b. Bagi produsen, memberikan informasi tentang pentingnya berinteraksi dengan teman sebaya dan konsep diri kaitannya dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.

c. Bagi peneliti lainnya, dapat digunakan untuk meneliti hal yang sama sehingga mampu melihat fungsi dan peranan interaksi teman sebaya dan

konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri serta dapat dipakai sebagai bahan untuk menyempunakan penelitian selanjutnya.