

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin cepatnya perkembangan teknologi pada awal abad 20 ini semakin menghasilkan banyak sekali kemajuan, terutama pada bidang teknologi, ekonomi dan sosial. Seiring dengan kemajuan tersebut ikut berdampak pula pada meningkatnya pola gaya hidup pada individu maupun masyarakat untuk menyesuaikan diri dengan cepatnya perkembangan yang terjadi. Hal negatif yang terjadi akibat perkembangan teknologi yang semakin cepat adalah terjadinya ketidaksiapan mental masyarakat.

Setiap harinya masyarakat dihadapkan pada banyaknya sugesti-sugesti dari luar. Saat ini gaya hidup masyarakat Indonesia telah menyerupai gaya hidup orang barat, baik dari segi penampilan, tempat-tempat, ataupun lainnya. Hal tersebut bisa dilihat dari menjamurnya pusat-pusat bisnis seperti market dan mall besar yang menawarkan berbagai berbagai macam produk dalam ataupun luar negeri, restoran-restoran siap saji bergaya barat yang menyajikan menu-menu asing, ataupun diskotik. Hal itulah yang menjadi ladang emas bagi para pelaku bisnis dalam mengambil strategi untuk menguasai pasar, salah satunya dengan adanya sistem belanja online yang memungkinkan pembeli untuk melakukan transaksi lebih instan dan mudah tanpa menghiraukan jarak.

Walaupun perilaku konsumtif tidak memandang usia, jenis kelamin, ataupun status sosial ekonomi diantaranya dari remaja, orang dewasa, bahkan

orangtua. Namun dari beberapa penelitian remaja lebih cenderung berperilaku konsumtif. Masa remaja adalah masa peralihan yang paling rentan, remaja mengalami perkembangan dari segi fisik ataupun psikologis sebagai bagian dari masa pubertas dalam pencarian identitas diri, dimana remaja lebih sensitif terhadap perkembangan yang terjadi di sekitar dan mengikutsertakan diri untuk turut serta di dalamnya. Remaja dijadikan sebagai sasaran media karena remaja memiliki rasa keingintahuan yang tinggi untuk mencoba hal-hal baru. Lingkungan turut menentukan perubahan sikap karena menjadi komoditas yang lebih menarik daripada keluarga. Di tambah lagi krisis percaya diri membuat remaja berada pada keadaan labil sehingga timbul keinginan untuk menyesuaikan diri agar menerima pengakuan dari kelompoknya.

Remaja tingkat akhir adalah sosok yang penuh dengan gejolak dan kegelisahan, penuh semangat, dan bertindak sesuai dengan keinginan sendiri dan mudah terpengaruh oleh lingkungan dimana dia bersosialisasi. Ruang lingkup remaja disini adalah sosok yang selalu berubah sikap setiap saat karena pengaruh dari lingkungannya, karena pada masa remaja, individu mengalami berbagai macam perkembangan ,mulai dari perkembangan fisik, psikologis, hingga sosial. Perkembangan fisik mulai ditandai dengan perkembangan seksual remaja, remaja pria ditandai dengan mimpi basah dan remaja wanita dengan menstruasi, berfungsinya alat-alat reproduksi dan pertumbuhan fisik yang pesat. Dari semua perkembangan fisik tersebut maka akan berpengaruh pada perkembangan psikologis mereka yang akan sangat berpengaruh dalam perkembangan sosial remaja. Karakter remaja yang mudah terpengaruh akan sangat mempengaruhi

perilaku sosial mereka, disisi lain keterlenaan yang biasanya terjadi pada remaja tingkat akhir ditunjukan dengan makin merebaknya pilihan untuk aktualisasi diri baik dari bidang teknologi maupun gaya hidup, mereka terkadang sulit untuk membedakan kebutuhan dengan keinginan.

Remaja berperilaku konsumtif karena pengaruh dari teman dan lingkungannya yang menjadi panutan gaya hidup dan gaya berpakaian, remaja takut mereka akan dikucilkan, atau dianggap sebagai remaja yang ketinggalan jaman, hal ini sejalan dengan sifat remaja yang memang serba ingin tahu dan tertarik untuk melakukan tindakan mencoba. Masalah yang akan timbul jika remaja yang kehilangan identitas diri dan terjebak dalam hal yang negatif akan menjerumuskan mereka karena sikap conform mereka terhadap kelompok dan lingkungannya.

Kelompok usia remaja tingkat akhir adalah target bagi produsen untuk menawarkan produknya karena mereka dianggap sebagai salah satu pasar yang potensial. Alasannya adalah karena remaja biasanya mudah terbuju oleh rayuan iklan, pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja, remaja cenderung boros dan tidak realistis dalam menggunakan uangnya dalam membeli serta bersikap hedonis. Sifat-sifat inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja (Tambunan, 2001).

Media menempatkan remaja sebagai sasaran strategis yang memberikan pengaruh besar terhadap perubahan peradaban masyarakat. Sebagai contoh, media elektronik seperti televisi yang memuat iklan segala macam produk yang secara tidak langsung memunculkan sugesti di dalam benak individu untuk memiliki

suatu barang. Belum lagi tampilan produk yang menarik dengan tambahan diskon yang digunakan para pelaku bisnis sebagai siasat dalam memperdagangkan produk merupakan salah satu taktik dalam berdagang, Ada juga media cetak yang lebih komplis seperti katalog yang isinya memuat mengenai jenis barang lengkap dengan harga yang membuat belanja menjadi lebih ekonomis.

Lubis (dalam Lina & Rosyid, 1997) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif ini terjadi pada remaja, baik remaja putra maupun remaja putri. Akan tetapi, remaja putri cenderung berperilaku lebih konsumtif dibandingkan dengan remaja putra. Menurut Zebua dan Nurdjayadi (2001) berdasarkan pendekatan psikologi konsumen, remaja khususnya remaja putri merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik khas seperti mudah tertarik pada mode, mudah terbujuik iklan, dan rayuan penjual, tidak hemat, kurang realistik, romantis, dan impulsif. Karakteristik ini tampaknya memudahkan mereka terjerat dalam perilaku membeli yang kurang efisien. Konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok (Tambunan, 2001).

Berdasarkan pengamatan dalam kehidupan sehari-hari terlihat remaja putri yang berperilaku konsumtif. Hal ini terlihat dari banyaknya remaja putri yang membeli produk *fashion* dan aksesoris di toko-toko seperti baju, tas, sandal,

sepatu, dan sebagainya. Mereka tak jarang membeli produk *fashion* dan barang-barang yang sama dengan teman-temannya atau bahkan membanding-bandingkan barang kepemilikannya dengan barang temannya untuk melihat barang siapa yang lebih trendi. Banyaknya toko-toko yang menyediakan berbagai produk *fashion* bagi kaum remaja.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap mahasiswa semester 6, berinisial HT, 20th, dia menjelaskan bahwa tindakan konsumtif yang dilakukan karena mengikuti komunitas yang diikuti bersama teman-temannya, menurutnya produk sepatu yang dibeli adalah untuk mengikuti model trend yang terjadi di komunitasnya. “saya membeli sepatu karena saya malu jika berkumpul dengan komunitas saya, dan masih menggunakan sepatu yang itu-itu saja” (Wawancara, Tanggal 12 Juni 2015). Berbeda lagi dengan PTR mahasiswi tingkat akhir yang mengaku mudah sekali mengeluarkan uang demi mendapatkan produk yang di sukai ketika bersama kawannya mengunjungi pusat perbelanjaan di kota yang ditinggali atau sekedar iseng mengunjungi butik langganannya bersama teman-temannya. PTR menjelaskan bahwa susah baginya untuk menahan rasa ingin belanja dan kalah dari teman-temannya yang lebih dulu mempunyai produk yang sedang menjadi trend di kalangan remaja putri, seperti misalnya sepatu dan tas, padahal dikostnya dia mengaku sudah tidak ada tempat untuk menaruh sepatu dan tasnya di lemari, “Saya susah untuk mengendalikan keinginan saya membeli tas dan sepatu karena banyak yang lucu-lucu”(Wawancara, Tanggal 12 Juni 2015). Adapula alasan lain remaja bernama Indra yang mengaku dapat berganti-ganti handphone sebanyak 7-8kali dalam setahun, karena perkembangan

elektronik yang semakin maju membuat nya menjadi penasaran pada fitur yang disuguhkan. “saya merasa harus mengikuti arus teknologi yang semakin maju supaya tidak gaptak mbak” (Wawancara, Tanggal 20 Juni 2015). Alasan lain remaja tingkat akhir berperilaku konsumtif adalah karena mode-mode baju yang terus berganti membuat mereka mengharuskan untuk tampil sesuai dengan trend pakaian remaja yang sedang berkembang, sehingga tidak heran banyak remaja yang berpakaian hampir seragam, baik dalam berpakaian, model rambut, berganti-ganti model handphone, tablet dan hal kecil lain-lain.

Bagian dari pola hidup konsumtif salah satunya adalah kontrol diri dari setiap individu. Lemahnya pengendalian diri membuat seseorang mudah tergiur terhadap suatu obyek. Perilaku yang konsumtif tidak hanya memberikan dampak pada ekonomi, namun berdampak pada kehidupan sosial yang akhirnya menimbulkan persaingan dan kecemburuan sosial. Sikap inilah yang mendorong setiap kalangan, tanpa memandang status ekonomi di dalam masyarakat bersaing tanpa akal sehat untuk menunjukkan harga dirinya. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa remaja merupakan komoditas utama dalam budaya konsumtif. Pencapaian identitas melibatkan kecenderungan berkurangnya kontrol dari orangtua serta komitmen untuk lebih mandiri. Kecenderungan sikap negatif remaja ini sering di pandang sebagai akibat dari tekanan-tekanan yang berada di sekelilingnya seperti perasaan ingin di hargai. Tekanan tersebut biasa muncul karena perbedaan antara dirinya dengan teman-temannya yang menyebabkan timbulnya rasa minder untuk kemudian menyesuaikan diri terhadap kelompok sosial masing-masing. Perilaku konsumtif pada remaja terkait dengan

karakteristik psikologi tertentu yang dimiliki oleh remaja yaitu *locus of control external* yang cenderung meyakini bahwa hasil yang diperoleh banyak dipengaruhi oleh kekuatan dari luar dirinya (Zimbardo 1984).

Locus of control pada hakekatnya dapat mempengaruhi individu dalam mengamati dan berinteraksi dengan lingkungannya. Individu yang diminta pendapatnya mengenai pencapaian hasil perilakunya akan menghubungkan antara *locus of control* yang dimiliki dengan proses kognitif yang terjadi. *Locus of control* berdasar pada apa yang diamati dan hal ini telah dimiliki selama masa anak-anak dan cenderung berubah ke arah eksternal daripada internal selama masa remaja dan dewasa. (Skinner et al, 1998). Robbins (2007) menjelaskan, individu yang berkeyakinan bahwa apapun yang terjadi pada dirinya dikendalikan oleh kekuatan luar seperti keberuntungan atau kesempatan, dikatakan sebagai individu yang memiliki *locus of control* eksternal. Individu dengan *locus of control* eksternal tinggi cenderung pasrah akan terhadap apa yang menimpa dirinya tanpa usaha untuk melakukan perubahan, sehingga cenderung menyukai perilaku penyesuaian diri terhadap lingkungan agar tetap bertahan dalam situasi yang ada.

Banyak tujuan yang ingin didapat oleh remaja dengan *locus of control eksternal*, antara lain agar tetap mengikuti trend, diakui ekistensinya dan menjaga hubungan dengan kelompok. Seperti fakta yang dikutip dari Jawa Pos (2009) akibat ingin tampil trendi dan diakui teman-temannya menyebabkan seorang remaja di Batam harus mendekam di penjara karena membunuh orang demi mempunyai sebuah *handphone* seperti teman-temannya yang lain. Hal tersebut merupakan salah satu bukti pada usia remaja terjadi *locus of control eksternal*

Berdasarkan uraian di atas maka permasalahan adalah apakah ada Hubungan antara *Locus of control eksternal* dengan perilaku konsumtif pada remaja putri tingkat akhir. Perilaku konsumtif pada remaja putri dilakukan karena letak kendali dari luar individu. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara *Locus of control eksternal* dengan perilaku konsumtif pada remaja putri tingkat akhir.

B. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui hubungan antara *locus of control eksternal* dengan perilaku konsumtif pada remaja putri tingkat akhir.
2. Tingkat perilaku Konsumtif pada remaja putri tingkat akhir.
3. Mengetahui tingkat konsumtif
4. Mengetahui tingkat Locus Of Control Eksternal

C. Manfaat

1. Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberi sumbangan terhadap para ilmuwan psikologi sehingga dapat memperkaya ilmu pengetahuan khususnya di bidang psikologi sosial serta psikologi perkembangan mengenai hubungan antara *locus of control eksternal* dengan perilaku konsumtif pada remaja tingkat akhir.
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi, masukan dan pemikiran bagi para orang tua, remaja dan para peneliti lain mengenai

hubungan antara *locus of control eksternal* dengan perilaku konsumtif pada remaja tingkat akhir.