

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Istilah globalisasi saat ini sudah tidak asing lagi terdengar di telinga kita, istilah ini populer seiring dengan berkembangnya teknologi yang semakin pesat. Sebagai contoh nyata adalah berkembangnya internet, masyarakat kini dimanjakan oleh kemajuan internet karena dengan dalam satu genggam *handphone* mampu membantu masyarakat mencari informasi di seluruh dunia. Kemajuan di bidang teknologi juga telah merambah ke segala lapisan masyarakat, sehingga membuat masyarakat menjadi semakin mudah menjangkau dunia. Hal ini tentunya memberikan dampak di segala aspek kehidupan masyarakat, baik dampak positif maupun negatif.

Era globalisasi membuat masyarakat tergiur dan larut tanpa mereka sadari bahwa globalisasi dapat merubah tata nilai kehidupan masyarakat. Potret nyata adalah sikap *individualisme* yakni berkurangnya rasa kepedulian serta sikap acuh individu terhadap lingkungan sekitar karena lebih mementingkan kepentingan pribadi. Sikap tersebut tentunya sangat bertentangan dengan budaya di Indonesia, yang selalu menjunjung tinggi nilai kebersamaan. Potret lain yang terlihat adalah *Hedonisme* yaitu kegiatan yang menghabiskan uang dan waktu untuk berfoya-foya. *Sekulerisme* juga menjadi dampak serius dari globalisasi karena memisahkan urusan dunia dengan agama, masyarakat menganggap bahwa urusan agama sebagai ritual yang bertentangan dengan kesenangan dunia. Yang terakhir *konsumerisme* yakni menggunakan uang demi membeli barang yang tidak diperlukan (Nesa Lydia Patricia, 2014).

Cochrane dan Pain (Sulhardi, 2011) menerangkan bahwa globalisasi adalah sebuah kenyataan yang memiliki konsekuensi nyata terhadap berjalannya kehidupan manusia dan lembaga di seluruh dunia, hal ini membuat tergerusnya kebudayaan lokal oleh kebudayaan dan ekonomi global yang homogen. Menurut Soemardjan (Nurdiaman, 2009) menjelaskan bahwa arti dari globalisasi adalah

sebuah sistem dari organisasi yang terbentuk dan pola komunikasi antar masyarakat di seluruh dunia dapat mengikuti sistem dan pola-pola yang sama.

Secara umum, Globalisasi merupakan suatu perkembangan menyeluruh atau mendunia dimana setiap orang tidak terikat oleh negara atau batas-batas wilayah, dalam artian setiap individu dapat saling terhubung dan bertukar informasi dimanapun dan kapanpun melalui media elektronik maupun cetak. Proses mendunia ini mencakup proses penyebaran unsur, baik berupa gaya hidup, pemikiran, informasi ataupun teknologi secara mendunia. Hal inilah yang sekarang terjadi di setiap negara di belahan dunia.

Globalisasi di Indonesia sendiri terjadi hampir di segala aspek kehidupan termasuk bidang sosial ekonomi, sehingga dianggap dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Terdapat berbagai permasalahan yang sekiranya perlu ditinjau lebih dalam. Salah satunya adalah pola hidup konsumtif masyarakat yang selalu dikaitkan sebagai dampak negatif dari globalisasi.

Dampak globalisasi di bidang ekonomi dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk berlomba-lomba menciptakan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat, sehingga secara tidak sadar membuat masyarakat menjadi ketergantungan untuk mengkonsumsi barang atau jasa yang di tawarkan. Hal ini memicu masyarakat untuk bergaya hidup *hedonis* dan *konsumtif*. Masyarakat menjadi tidak bisa membedakan mana yang merupakan kebutuhan primer dan mana yang merupakan kebutuhan sekunder. Kebutuhan tersier pun menjadi kebutuhan utama yang harus segera dipenuhi. Lina dan Rosyid (Wahyudi, 2013) menerangkan bahwa perubahan kebiasaan dan gaya hidup masyarakat yang berlebihan dan mewah terjadi dalam waktu yang singkat, hal ini tentunya memicu pola hidup konsumtif di masyarakat.

Sumartono (2002) menjelaskan bahwa perilaku hidup yang konsumtif terlihat dari daya beli masyarakat itu sendiri. Masyarakat yang menjadi konsumen saat ini mementingkan suatu barang atau jasa yang sebenarnya tidak dibutuhkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Dalam arti, individu lebih memprioritaskan faktor keinginan (*want*) daripada kebutuhan (*need*) serta dikuasai oleh perasaan (keinginannya) hanya demi untuk kesenangan material semata.

Perkembangan pesat yang nampak saat ini adalah di bidang perindustrian, dimana para produsen berlomba-lomba menyediakan barang yang menjadi kebutuhan baru bagi masyarakat dalam jumlah yang besar. Masyarakat selaku konsumen mendapat banyak pilihan produk untuk dikonsumsi. Berkembangnya bidang perindustrian secara tidak langsung menjadikan perilaku individu menjadi lebih konsumtif. Kebutuhan masyarakat yang dikemas sedemikian rupa dengan menggunakan jasa periklanan untuk mempromosikan produk tentunya akan menarik perhatian masyarakat, tak terkecuali kaum remaja. Bagi pelaku bisnis, remaja menjadi pasar yang menarik dalam pemasaran suatu produk.

Santrock (2007) menjelaskan bahwa masa remaja (*adolescence*) merupakan periode peralihan perkembangan dari masa kanak-kanak menuju dewasa awal, yang dimulai pada usia 10-12 tahun dan diakhiri pada usia 18 sampai 22 tahun. Pada masa ini, remaja cenderung lebih sering menghabiskan waktunya dengan teman-teman sebaya dibandingkan dengan keluarga.

Perilaku konsumtif di kalangan remaja di dasari oleh keinginan mengikuti *trend* dan *mode*. Remaja rela menghabiskan uangnya demi mendapatkan barang-barang yang di anggap dapat menunjang penampilan. Kebutuhan sekunder seperti tas, sepatu, aksesoris, kosmetik dan handphone yang bermerek dianggap akan menaikkan taraf sosial. Selain itu, gengsi yang tinggi di lingkungan pergaulannya juga cenderung memicu remaja menjadi berperilaku konsumtif yang berlebihan (Ajizah, 2010.)

Berdasarkan hasil wawancara terhadap siswa SMP yang berusia 14 tahun (D, 2018) di Kota Semarang, subyek mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif adalah bagaimana cara individu untuk menghabiskan uang dan waktunya untuk sesuatu yang dianggap menyenangkan baginya. Seperti yang terungkap didalam wawancara adalah subjek memiliki kegemaran makan dan jajan di kafe serta membeli kuota untuk main *game* dan *youtube* di *gadget*. Hasil wawancara tersebut yaitu:

“ Aku tu suka keluar yo mbak, jarang dirumah. Ya keluar buat jajan soale aku kalo makan tu lebih seneng jajan diluar. Kalo buat jajan tu ya habis 50ribu, tapi kalo jajannya di kafe sama mall lebih mbak. Jadi ya.. 150an lah, kan kalo jajan diluar sekalian nongkrong jadi lama. Uang sakuku sih Cuma 50rb tapi kalo mau keluar aku minta lebih,lah sekarang minuman dikafe aja 25rb belum makan, kalo bawa 50rb tok kurang to mbak. Jadi emang boros sih, kalo pas males keluar aku tu pasti pesen go-food, kan enak nunggu sambil ng-game makanan dateng hehehe.. oh kalo buat pulsa aku tu jatah dari orangtua cuma 100rb tapi ya kurang mbak. Buat ng-game online belum buka youtube ya paling Cuma seminggu doang. Jadi mau gak mau aku nyisihin uang jajan dari mama buat beli paketan. “

Berdasarkan permasalahan tersebut dapat diketahui bahwa subjek yang merupakan siswa SMP swasta X di kota Semarang menghabiskan uangnya untuk mengkonsumsi makanan yang dia beli diluar dan membeli kuota untuk bisa terus bermain *game online*. Subjek merasa dimudahkan juga dalam kegiatan konsumsi tersebut dengan adanya sebuah aplikasi yang memudahkan untuk pemesanan makanan sehingga subjek tidak perlu repot-repot bepergian keluar. Hal ini tentunya menjadi pemicu untuk subjek berperilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap siswi SMP yang berusia 14 tahun (F, 2018) di Kota Semarang, subyek mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif adalah bagaimana cara individu untuk menghabiskan uang yang dimiliki untuk membeli barang yang menjadi kesenangannya melalui *online shop* serta pembelian sebuah produk secara berulang yang sebenarnya produk tersebut sudah dimiliki. Hasil wawancara tersebut yaitu:

“Aku kalo beli-beli ya online sama ke Mall mbak. Tapi lebih sering online sih, soalnya lebih gampang gak perlu kemana-mana. Kalo aku liat barang-barang yang aku suka tinggal bilang ke mamah biar ditransferin kan aku gak punya Atm mbak. Hampir pasti tu tiap bulan ada 2-3 paketan dateng ke rumah. Alhamdulillah mamah nurutin tapi abis diturutin gitu aku jadi semangat belajarnya hahaha.. Online tu suka beli baju, aksesoris handphone, sama yang pokoknya aku liat lucu bagus pasti tak beli. Aksesoris modelnya kan banyak tu mbak trus lucu-lucu. Kalo harga ya ada yang 40an buat yang glitter kalo yang bentuk-bentuk lucu ya agak mahal bisa sampe 100rb. Sebenarnya udah punya banyak sih ya ada lah kalo 6 lebih, kan buat gonta-ganti mbak. Aku kalo beli juga janji sama temen-temenku. Kalo buat gadget aku gak eman-eman mbak, apalagi kalo buat yang berbayar pokoknya ya harus beli. Di indomaret kan jual voucher google play mbak buat beli-

beli aplikasi, voucher game aku beli yang 150rb kalo abis ya minta uang lagi buat beli. Soalnya temen-temenku tu pada gitu jadi aku ikut-ikutan aja, ternyata kok menyenangkan “

Berdasarkan permasalahan tersebut dapat diketahui bahwa subjek membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang yang menjadi kesenangannya lewat *online shop*. Subjek juga mengungkapkan bahwa untuk sesuatu yang menjadi kesenangannya, subjek tidak ragu untuk membelinya. Subjek rela mengeluarkan uangnya hanya untuk sebuah kebutuhan yang subjek anggap sangat penting. Subjek juga cenderung membeli atas dasar ikut-ikutan teman-temannya.

Arus globalisasi yang berkembang dengan pesat pada akhirnya dapat mempengaruhi perilaku dan pola pikir masyarakat. Salah satunya bagaimana arus globalisasi ini mempengaruhi pola konsumsi masyarakat yang mau tidak mau akan terus untuk berusaha mengikuti kemajuan zaman. Perbedaan kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*) masyarakat pada era globalisasi menjadi tidak terlihat, bahkan cenderung sulit untuk membedakan keduanya. Semua dibuat instan dan mudah untuk dijangkau, ditambah dengan perilaku konsumtif yang semakin meningkat menjadikan gaya hidup masyarakat cenderung menjadi hedonis. Gaya hidup masyarakat yang berlebihan dalam mengkonsumsi barang hanya untuk kesenangan dan selalu ingin dimanjakan dengan segala kemudahan. Perilaku konsumtif masyarakat cenderung meningkat hanya untuk memenuhi keinginan semata-mata, bukan kebutuhan yang benar-benar diperlukan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup hedonis. Gaya hidup hedonis menurut Susianto (1993) adalah sebuah pola perilaku hidup masyarakat yang cenderung mengarahkan setiap aktivitas keseharian yang dijalani hanya untuk mencari dan memenuhi kesenangan dalam hidup. Aktivitas tersebut lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, seperti belanja, jalan-jalan di *mall*, nongkrong di *café* mahal, dan lain sebagainya. Semua itu dilakukan hanya untuk memenuhi keinginan dan kesenangan semata. Serta untuk menjadikan individu tersebut menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitarnya. Gaya hidup hedonis menurut Engel (2005) adalah gaya atau cara

dimana individu hidup untuk menghabiskan sebagian uang dan waktunya untuk bersenang-senang, baik dengan keluarga maupun rekan-rekan di lingkungan sekitar. Gaya hidup hedonis disini merupakan salah satu bentuk dari kegunaan motivasi pada setiap individu yang mengarah pada nilai-nilai konsumen. Dengan kata lain, gaya hidup hedonis tidak dapat dipisahkan dari perilaku konsumtif yang terjadi dalam masyarakat.

Kebiasaan remaja untuk hidup konsumtif didorong juga oleh semakin pesatnya kemajuan teknologi. Melalui *market place online* seperti *shoope*, *lazada*, *zalora* dan sebagainya. Kemudahan dalam berbelanja di zaman sekarang yang dapat dijangkau hanya dalam satu genggam ponsel saja. Hal itu tak lantas menyurutkan minat remaja untuk mengunjungi pusat-pusat perbelanjaan yang ada. Justru di berbagai pusat perbelanjaan seperti *Mall* pengunjungnya rata-rata adalah para remaja. Remaja kini tidak membelanjakan uangnya demi kebutuhan yang memang dirasa penting untuk diprioritaskan terlebih dahulu, namun cenderung pada pemenuhan suatu kebutuhan yang sifatnya demi ajang bergaya didepan teman-teman sebayanya serta lingkungan pergaulannya.

Remaja yang masih berstatus sebagai pelajar, seharusnya lebih memfokuskan diri pada pendidikan. Hal ini disebabkan karena mereka hidup di era *milenial* serta didorong oleh keberagaman karakter teman sepergaulan dan status sosial yang berbeda-beda, maka banyak remaja yang melupakan tujuan utama sebagai pelajar. Seharusnya mereka tekun dalam mencari ilmu dan pengetahuan, tetapi sebaliknya mereka menjadikan moment ini sebagai ajang berlomba-lomba menjadi *trendsetter* di kalangannya.

Kondisi yang sangat miris ini yang sering kita sebut sebagai gaya hidup hedonis. Jika dilihat dari kondisi diatas tersebut, masyarakat di indonesia sebenarnya sedang berusaha mengadopsi gaya hidup masyarakat barat yang notabene merupakan negara maju. Sikap inilah yang memunculkan trend gaya hidup konsumtif pada masyarakat di indonesia tak terkecuali kaum remaja.

Fenomena di atas telah menunjukkan bagaimana gaya hidup turut andil dalam perilaku konsumtif remaja Sekolah Menengah Pertama (SMP) untuk pemenuhan kebutuhan yang didasari oleh keinginan semata.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti terdorong untuk meneliti lebih dalam tentang hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja Sekolah Menengah Pertama (SMP) swasta X di kota Semarang.

Penelitian mengenai perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis ini sebenarnya sudah pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya yaitu oleh Patricia & Handayani (2014) dengan judul pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada pramugari Maskapai Penerbangan “X”, dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan dengan nilai korelasi $r_{xy} = 0,641$ dengan $p=0,000$ ($p<0,01$). Kemudian sejauh ini peneliti belum mendapatkan penelitian terbaru yang menghubungkan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada anak SMP. Namun skripsi yang peneliti tulis tentunya memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Letak perbedaannya adalah pada subjek dan lokasi penelitian dilakukan.

Maka dari itu penulis melakukan penelitian mengenai perilaku konsumtif pada remaja Sekolah Menengah Pertama (SMP) Swasta X di kota Semarang. Berfokus kepada remaja sekolah menengah pertama yang sedang berusaha untuk mengikuti *trend* gaya hidup hedonis yang sedang berkembang demi mendapatkan pengakuan di hadapan teman sebayanya. Untuk mengetahui bagaimana gaya hidup hedonis dapat mempengaruhi perilaku konsumtif di kalangan remaja Sekolah Menengah Pertama (SMP) Swasta X di Kota Semarang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: “Apakah ada hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja Sekolah Menengah Pertama Swasta X di Kota Semarang?”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif para remaja Sekolah Menengah Pertama (SMP) swasta X di Kota Semarang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah informasi dan kajian teoritis bagi para ilmuwan bidang psikologi, terutama bidang ilmu psikologi konsumen, industri dan sosial. Sehingga mampu untuk dijadikan bahan dan pedoman serta pertimbangan dalam pembuatan penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada para remaja, khususnya para remaja di Sekolah Menengah Pertama (SMP) agar tidak menjadikan hedonisme dan perilaku konsumtif menjadi gaya hidup sehari-hari.