

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pola hidup dalam menjalani rutinitas keseharian yang monoton dapat menyebabkan individu merasa bosan serta jenuh menjalani aktivitas sehari-hari. Perasaan bosan dan jenuh yang dirasakan oleh individu dapat mengganggu produktivitas dan efektivitas individu dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Kejenuhan dan kebosanan yang dirasakan oleh individu salah satunya berasal dari tuntutan pekerjaan yang terlalu banyak. Kejenuhan dan kebosanan yang dirasakan oleh individu dapat diatasi dengan beberapa cara salah satunya dengan memanfaatkan waktu bersantai.

Waktu bersantai dapat dimanfaatkan dengan cara menyalurkan hobi. Shaleh (2004) mengemukakan hobi merupakan segala sesuatu yang sering dilakukan dan disukai untuk memunculkan perasaan senang. Salah satu hobi yang saat ini sedang digemari masyarakat adalah memelihara burung *lovebird*. Hal ini juga dialami oleh masyarakat Semarang, khususnya salah satu komunitas burung yang berada di Semarang. Komunitas merupakan sekelompok orang yang tinggal didaerah dan memiliki hubungan untuk berinteraksi satu dengan lainnya.

Komunitas terbentuk dikarenakan adanya saling berbagi maupun bertukar informasi terkait cara perawatan maupun cara penangkaran burung *lovebird* yang benar. Hal demikianlah yang mendorong berdirinya komunitas burung *lovebird* di Indonesia khususnya di Semarang. Komunitas burung *lovebird* Semarang biasa disingkat dengan sebutan KLS. Komunitas ini berdiri pada tanggal 29 Oktober 2014. KLS dijadikan wadah bagi para peternak dan penjual burung *lovebird* (Wycaksono, 2015). Hubungan yang erat antara sesama anggota komunitas inilah yang mengarahkan para pecinta burung *lovebird* pada pembudidayaan.

Pembudidayaan burung *lovebird* sebenarnya juga memiliki dampak buruk ketika individu melakukan pembelian burung *lovebird* secara berlebihan. Hal ini dapat mengganggu individu dalam memenuhi kebutuhan pokok. Nina dan Koentjoro (Astuti, 2013) menjelaskan bahwa perilaku pembelian yang berlebihan

dapat berdampak merugikan secara berkelanjutan sehingga menimbulkan permasalahan terhadap keuangan individu. Piliang (Heni, 2013) juga menjelaskan bahwa dampak buruk dari perilaku membeli secara berlebihan dapat memicu individu memiliki rasa tidak puas dan membuat individu mencari suatu pemenuhan kebutuhannya. Pembelian secara berlebihan ini sering disebut perilaku konsumtif.

Anggasari (Sumartono, 2002) mengartikan perilaku konsumtif merupakan keputusan dalam pembelian terhadap barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperhitungkan, sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Fromm (2008) juga menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan keinginan membeli sesuatu produk secara terus menerus untuk memperoleh kepuasan dalam memiliki suatu barang maupun jasa meskipun tidak mempedulikan kegunaannya. Keinginan membeli tersebut hanya bersifat sebagai keinginan pribadi. Kebanyakan hanya bertujuan untuk menunjukkan suatu status, kekayaan, *prestige*, keistimewaan dan sesuatu yang mencolok.

Gumulya dan Widiastuti (2013) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli suatu barang yang berlebihan, yang didominasi oleh keinginan-keinginan dari luar kebutuhan dan hanya sebagai memenuhi hasrat semata. Neufeldt (Reza & Rahma, 2013) menggambarkan perilaku konsumtif yaitu sebagai tindakan secara tidak rasional sehingga memaksa individu untuk melakukan pemborosan dan mengesampingkan pengeluaran. Perilaku konsumtif ini juga bisa terjadi pada pencinta burung, khususnya burung *lovebird*. Pencinta burung *lovebird* yang berperilaku konsumtif akan melakukan pembelian burung secara berlebihan, tidak memperhitungkan pengeluaran dan hanya didasarkan atas pemenuhan hasrat semata.

Perilaku konsumtif juga dapat dialami oleh pencinta burung *lovebird* di Komunitas *Lovebird* Semarang (KLS). Berikut ialah hasil wawancara yang dilakukan pada subjek kesatu anggota Komunitas *Lovebird* Semarang berinisial DA:

“.....Iya (*kurang puas*) karena ingin memiliki berbagai macam jenis warna kan burung *lovebird* warnanya macem-macem sekalian ikut trend..... biar tidak ketinggalan sama temen..... Iya pernah

*(membeli burung lovebird namun tidak punya uang dan memaksakan untuk membeli dengan cara meminjam uang ke orang lain), karena terkadang ada beberapa jenis burung yang susah dicari atau terkadang ada yang jual dibawah harga pasaran dan saya ga punya uang bisa meminjam dulu ke orang lain”.*

Berdasarkan hasil wawancara terhadap subjek kesatu anggota Komunitas *Lovebird* Semarang dapat diketahui bahwa subjek tersebut melakukan pembelian terhadap burung *lovebird* secara berlebihan. Hal demikian terlihat dari ketidakpuasan dan keinginan subjek untuk memiliki berbagai macam jenis burung *lovebird* dengan berbagai warna. Subjek tersebut juga menjelaskan bahwa subjek membeli berbagai jenis burung *lovebird* agar mengikuti *trend* dan tidak ketinggalan dengan teman-teman subjek. Subjek bahkan sampai rela meminjam uang kepada teman subjek jika ada yang menjual burung *lovebird* dengan jenis yang susah dicari dengan harga jual di bawah harga pasaran. Pernyataan dari subjek tersebut menunjukkan bahwa subjek cenderung memiliki perilaku konsumtif pada burung *lovebird*, seperti yang dikemukakan oleh Sumartono (Astuti, 2013).

Sumartono (Astuti, 2013) menjelaskan beberapa karakteristik individu yang berperilaku konsumtif antara lain membeli sesuatu dengan pertimbangan harga bukan karena manfaat atau kegunaan, membeli sesuatu karena kemasannya menarik (kalau dikaitkan dengan burung *lovebird* dapat dilihat dari jenis warna dan bentuknya), membeli karena simbol status, membeli karena unsur konformitas (kalau dalam hal ini tidak ingin ketinggalan teman), membeli karena penampilan diri dan gengsi. Wawancara juga dilakukan dengan anggota lain berinisial FD untuk menambah data dalam studi pendahuluan. Berikut merupakan hasil wawancara terhadap subjek kedua pada studi pendahuluan ini:

*“.....ya kurang mas (memelihara lovebird hanya 1-2 ekor saja), kalo buat lomba 1 burung kurang, karena kalo dilombakan terus pasti burung capek dan gak mau bunyi makanya beli burung lagi buat cadangan penggantinya.....pengen meniru orang-orang yang sukses menernak burung itu dan menghasilkan uang.....supaya saya bisa mengimbangi teman-teman saya.....pernah mas (memaksakan diri untuk membeli lovebird dengan cara meminjam uang), kalo meminjam uang ke orang lain ga pernah, jadi ceritanya ada yg jual difacebook burung yang biasanya dijual dengan harga 650rb namun*

*itu hanya dijual dengan harga 500 ya saya beli dan meminjam dahulu uang kas dari arisan karangtaruna kan saya sebagai bendaharanya”.*

Berdasarkan hasil wawancara terhadap subjek kedua dapat terlihat bahwa subjek tersebut juga memiliki beberapa ciri perilaku konsumtif terhadap burung *lovebird*. Subjek tersebut merasa kurang jika hanya memiliki burung 1 (satu) saja untuk dipertandingkan dan masih menginginkan burung lagi untuk jadi cadangannya. Subjek juga membeli burung secara berlebihan karena ingin mengimbangi teman-teman. Subjek bahkan pernah meminjam uang kas karang taruna demi membeli burung *lovebird* yang sedang promo karena kebetulan menjadi bendahara di karang taruna. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Wahidah (2014) bahwa keinginan membeli individu secara berlebihan dapat muncul karena melihat iklan atau promo dengan rayuan yang diberikan, mengikuti teman sesuai mode atau *trend* yang sedang berkembang dan mementingkan gengsi agar tidak ketinggalan zaman.

Sehiffmann (Wahidah, 2014) juga menjelaskan bahwa perilaku konsumtif dapat muncul dan disebabkan oleh kelompok referensi. Kelompok referensi diyakini oleh Sehiffmann (Wahidah, 2014) sebagai sarana atau wadah anggota untuk membandingkan, menilai, memperoleh informasi, dan membimbing cara mengkonsumsi suatu produk atau barang. Kelompok referensi yang dimaksud adalah Komunitas *Lovebird* Semarang (KLS). Komunitas pencinta burung *lovebird* Semarang harusnya menjadi wadah bagi para anggota untuk membandingkan, menilai, memperoleh informasi dan bimbingan cara mengurusburung *lovebird* yang benar dan tidak merugikan para anggotanya. Kenyataan sebenarnya menunjukkan bahwa dengan adanya komunitas membuat para anggota bersaing untuk memiliki burung *lovebird* yang lebih bagus dari anggota lain. Hal tersebut mendorong terjadinya perilaku konsumtif didasari oleh rasa ingin mengikuti anggota lain dengan memiliki burung *lovebird* yang lebih bagus. Sikap ingin mengikuti anggota yang lain ini disebut konformitas.

Hasil wawancara pertama berinisial DA dan kedua berinisial FD menunjukkan bagaimana perilaku konformitas mampu mempengaruhi pembelian

secara berlebihan (perilaku konsumtif) yang dilakukan oleh anggota Komunitas Lovebird Semarang. Subjek pertama berinisial DA menjelaskan bahwa membeli berbagai jenis burung *lovebird* agar mengikuti *trend* dan tidak ketinggalan dengan teman-teman. Subjek kedua berinisial FD juga menyebutkan bahwa membeli burung secara berlebihan karena ingin mengimbangi teman-teman.

Peneliti melakukan wawancara ketiga pada subjek berinisial W untuk memperkuat studi pendahuluan dalam penelitian ini. Berikut hasil wawancara yang dilakukan pada subjek ketiga:

*“Kalau pengen tuh sebenarnya iya (pengen beli harga burung kisaran 12jt), kalau aku merasa tujuannya biar diakui...ya enggak. Soalnya setiap tahun burung lovebird itu harganya naik turun. Jadi supaya tidak monoton dan ikut masa atau musim, intinya ya biar gak ketinggalan jaman sama orang-orang. Nah aku pengen bisa beli mahal dan dijual juga akan mahal juga. Ibarat beli 1 pasang 24 jt, nanti kalo hasil kan netas 2 dijual udh balik modal dapet lovebird kan seperti itu”*.

Berdasarkan hasil wawancara pada subjek ketiga berinisial W menunjukkan bahwa subjek memperhatikan keuntungan dari membeli *lovebird* dan tidak ingin ketinggalan zaman. Subjek ingin membeli *lovebird* dengan harga beli yang tinggi, agar ketika dijual nanti akan memperoleh untung yang lebih. Keinginan subjek untuk mengikuti masa atau musim *lovebird*, dan tidak ingin ketinggalan zaman untuk menggemari *lovebird*. Hal demikianlah yang mengindikasikan subjek memiliki perilaku konformitas untuk memiliki berbagai jenis *lovebird*, meskipun dengan harga yang tinggi dan berharap bisa menguntungkan di kemudian hari.

Perilaku konformitas sering muncul dalam suatu komunitas pada saat individu menirukan sikap maupun tingkah laku orang lain, disebabkan karena adanya tekanan nyata yang dibayangkan oleh mereka (Santrock, 2003). Myers & David (2005) menjelaskan bahwa dalam pengaruh normatif konformitas memiliki arti penyesuaian individu dengan keinginan maupun harapan orang lain untuk mendapatkan penerimaan dari kelompoknya. Para pecinta burung *lovebird* nantinya akan membeli burung tersebut dengan dukungan kelompok sosial pada komunitas, sehingga muncul perilaku konformitas pada pecinta *lovebird* tersebut.

Myers & David (2005) menjelaskan bahwa perubahan perilaku *belief* maupun kepercayaan pada individu yang disebabkan karena adanya tekanan oleh dalam kelompok, sehinggamenyebabkan individu tersebut merasakan secara real atau nyata. Demikian dapat disebut dengan konformitas. Baron dan Byrne (2005) menyebutkan bahwa konformitas ialah suatu pengaruh sosial atau usaha yang dilakukan orang lain untuk mengubah sikap, *belief*, persepsi, ataupun tingkah laku seseorang agar sesuai dengan harapan mereka maupun norma yang ada. Seseorang akan melakukan konformitas apabila dipengaruhi dari beberapa faktor seperti status, keseragaman suara, ukuran kelompok, tingkat kohesifitas, respon umum, dan adanya komitmen sebelumnya. (Myers & David, 2005)

Berikut merupakan hasil penelitianlain yang juga menjelaskan terkait perilaku konsumtif. Rombe (2014) melakukan penelitian pada siswa SMAN 5 Samarinda yang berjudul “*Hubungan Body Image dan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri di SMA Negeri 5 Samarinda*”. Hasil penelitian Rombe (2014) menunjukkan bahwa adanya hubungan positif yang sangat signifikan antara *body image* dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda.

Rahma dan Reza (2013) dalam penelitiannya yang berjudul “*Hubungan antara Pembentukan Identitas Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Merchandise pada Remaja*”. Hasil penelitian Rahma dan Reza (2013) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara pembentukan identitas diri dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* pada remaja.

Suminar dan Meiyuntari (2015) dalam penelitiannya yang berjudul “*Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja*”. Hasil penelitian Meiyuntari & Suminar (2015) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara konsep diri dan konformitas dengan konsep diri pada remaja. Berdasarkan pemaparan beberapa penelitian terdahulu maka perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada subjek penelitiannya, yaitu anggota komunitas pecinta *lovebird* KLS (Komunitas *Lovebird* Semarang).

Penelitian ini meneliti dua variabel yang dihubungkan, yaitu konformitas dan perilaku konsumtif.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas bahwa rumusan masalah pada penelitian ini “Adakah Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Komunitas *Lovebird* Semarang?”

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada komunitas *Lovebird* Semarang.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan sebagai sumber ilmu pengetahuan, yang berguna sebagai solusi ataupun penyelesaian masalah pada ilmu Psikologi Industri Dan Organisasi, khususnya dibidang ilmu Psikologi Komunitas dan Psikologi Konsumen.

#### **2. Manfaat praktis**

Pada penelitian ini diharapkan mampu menyelesaikan berbagai macam permasalahan yang terjadi pada anggota Komunitas *Lovebird* Semarang (KLS), terkait perilaku konsumtif anggotanya. Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai sumber referensi bagi seluruh komunitas pecinta *lovebird* di Indonesia agar dapat mengarahkan tiap anggotanya untuk tidak berperilaku konsumtif terhadap *lovebird*.

Penelitian ini lebih dimaksudkan untuk mengarahkan kepada para pecinta *lovebird* untuk melihat dan memanfaatkan hal yang lebih positif dalam mencintai *lovebird* ini. Misalnya mengembangkan, melestarikan, dan membudidayakan burung *lovebird* agar kecintaan para anggota dan silaturahmi terus berlanjut. Fungsi lain dalam mengembangkan hobi, juga dapat dijadikan tambahan penghasilan dengan berwirausaha, membudidayakan, jual-beli, dan lain-lain.