

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap manusia akan mengalami perkembangan di setiap periode kehidupannya, dimulai dari masa di dalam kandungan, bayi, balita, kanak-kanak, remaja dan dewasa. Sarwono (1997) berpendapat bahwa masa remaja memasuki usia 10 hingga 12 tahun dan berhenti di usia 18 sampai 22 tahun. Remaja merupakan suatu masa peralihan dari masa kanak-kanak sampai masa dewasa awal (Kaparang, 2013). Individu yang memasuki fase remaja, remaja akan berada dalam tahap pengambilan keputusan. Bandura (Islamadina & Yulianti, 2016) berpendapat bahwa remaja harus berusaha mengatasi ketidakjelasan mengenai kemampuan diri, alternatif pilihan untuk saat ini dan masa yang akan datang karena tidak semua remaja dapat dengan mudah mengambil keputusan. Atmosudirdjo (1990) mengatakan jika menghadapi masalah pengambilan keputusan, remaja wajib memahami diri sendiri, lalu remaja harus dapat menentukan kondisi dan tempat serta situasi dimana remaja berada, kemudian berpikir untuk mengambil keputusan yang tepat untuk dirinya. Remaja memerlukan lebih banyak kesempatan untuk berdiskusi dan melatih kemampuannya dalam pengambilan keputusan. Langkah yang dapat dilakukan untuk menaikkan kapabilitas remaja dalam pengambilan keputusan yaitu dengan memberi lebih banyak kesempatan kepada remaja untuk terlibat dalam pengambilan keputusan (Santrock, 2012).

Setiap masa perkembangan pasti memiliki ciri yang membedakan dengan masa yang lain. Masa remaja juga memiliki tugas-tugas perkembangan yang harus dilaksanakan, salah satu tugas perkembangan pada masa remaja menurut Hurlock (Wendari, Badrujaman, & S., 2016) yaitu remaja dapat memanfaatkan fisiknya secara efisien serta mampu menerima apapun keadaan fisik yang dimiliki, sebab seringkali remaja susah untuk menerima keadaan fisiknya. Remaja merupakan masa dimana seseorang akan mencari jati diri untuk mengetahui identitas yang sebenarnya.

Remaja yang sedang melewati masa transisi mempunyai ciri pertumbuhan psikis, sosial dan fisik, dalam masa remaja seluruh fisik akan mengalami perubahan dari bagian luar maupun dalam. Remaja tidak hanya mengalami perkembangan fisik dan seksual namun remaja juga mengalami perkembangan dalam kehidupan sosial. Remaja seringkali menghadapi masalah dan beragam kesusahan dalam melakukan penyesuaian diri kepada diri sendiri dengan lingkungannya. Remaja dapat melaksanakan penyesuaian diri kepada perubahan fisik dengan menyeimbangkan penampilan dirinya misal dengan cara memilih pakaian yang sesuai serta menjaga keindahan dan kebersihan tubuh (Suryani, Syahnir, & Zikra, 2013).

Remaja khususnya perempuan akan sangat memperhatikan setiap anggota tubuhnya, remaja ingin terlihat menarik dimanapun mereka berada tidak terkecuali di sekitar lingkungannya maupun di dalam kelompok teman sebayanya. Salah satu bagian tubuh yang dapat membuat remaja putri memiliki tampilan yang menarik yaitu bagian wajah. Remaja putri selalu ingin tampil cantik ketika bertemu dengan orang lain. Cara mempercantik wajah yaitu dengan menggunakan *make up*. Para perempuan diseluruh dunia tentunya sudah tidak asing lagi ketika mendengar kata *make up*. *Make up* merupakan alat untuk mempercantik diri terutama pada bagian wajah dan menambah daya tarik diri. Perempuan menggunakan *make up* seolah sudah menjadi budaya dan kegiatan yang wajib dilakukan pada saat akan keluar rumah untuk bepergian. Remaja perempuan cenderung merasa tidak percaya diri dan kurang menarik ketika tidak menggunakan *make up*. Remaja perempuan memiliki jadwal wajib untuk berias setiap harinya (Noviana & Susiati, 2015). Remaja putri merasa harus menggunakan *make up* walau hanya sekedar memoleskan bedak ke wajahnya.

Remaja putri dalam memilih penggunaan produk *make up* tentunya dapat dipengaruhi oleh teman sebaya karena dengan melihat teman yang sudah lebih dahulu menggunakan *make up* remaja putri akan merasa bahwa temannya terlihat cantik saat menggunakan produk kecantikan yang digunakan dan menjadikan teman sebaya sebagai panutan dalam mengambil keputusan saat membeli produk *make up*. Pengambilan keputusan merupakan suatu jawaban yang ada dan merupakan suatu

alternatif atas pemecahan masalah yang dihadapi (Lipursari, 2013). Atmosudirjo (Sabri, 2013) mengatakan bahwa pengambilan keputusan merupakan pengakhiran dari pemikiran sesuatu yang disebut masalah dan memilih salah satu alternatif yang akan digunakan sebagai pemecahan masalah. Robbins (Putri & Sakti, 2015) menyatakan bahwa pengambilan keputusan yaitu membuat beberapa pilihan dari adanya alternatif yang tersedia karena timbul permasalahan yang tidak sesuai dengan keadaan yang diinginkan dan keadaan yang ada saat ini yang memerlukan informasi, pertimbangan dan interpretasi untuk membuat langkah alternatif.

Pengambilan keputusan yang dilakukan oleh remaja sering dibuat tanpa mengetahui apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh dirinya, mereka hanya memahami apa yang diinginkannya (Widyaningrum & Hastjarjo, 2016). Brena dkk (Miski & Marty, 2017) mengungkapkan dalam pengambilan keputusan pada remaja tidak harus pada saat menentukan pilihan belajar atau pendidikan. Remaja juga membutuhkan pengambilan keputusan dalam menentukan hubungan pertemanan, aktivitas yang akan dilakukan dalam waktu luang dan penampilan.

Penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati & Herlena (2014) diperoleh hasil 34 orang (29,8%) pada kategori rendah dalam hal pengambilan keputusan, 28 orang (24,6%) pada kategori tinggi, 27 orang (23,7%) pada kategori sedang, 16 orang (14%) pada kategori rendah, dan 9 orang (7,9%) pada kategori sangat tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengambilan keputusan berada pada kategori rendah (29,8%). Rata-rata remaja kesulitan dalam melakukan proses pengambilan keputusan. Rendahnya pengambilan keputusan pada remaja juga terkait dengan penggunaan *make up*, karena remaja perempuan ingin terlihat cantik. Semakin hari semakin banyak produk *make up* yang disuguhkan. Munculnya berbagai macam produk *make up* pada era modern mengharuskan remaja perempuan memiliki sikap untuk memilih produk tertentu. Banyak informasi yang didapat oleh remaja yang akan menimbulkan sulitnya remaja perempuan dalam mengambil keputusan untuk memilih suatu produk *make up* dan dapat menimbulkan pengaruh pada pemahaman yang ada pada remaja (Putri & Sakti, 2015). Krisnani & Farakhayah (2017) mengungkapkan bahwa masa

remaja erat kaitannya dengan emosi yang tidak stabil sehingga remaja gampang terpengaruh dari dalam maupun luar dirinya, maka dari itu remaja sering kesulitan dalam mengambil keputusan.

Kesulitan dalam proses pengambilan keputusan dalam memilih produk *make up* yang dialami oleh remaja juga dirasakan oleh siswi SMA X Kota Semarang berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap empat subjek sebagai berikut :

Subjek 1 bernama ADL siswi kelas XI :

“aku kalo beli make up biasanya tu liat punya temen kalo bagus ya aku besoknya ikutan beli merk itu gitu lho mbak. Kalo pas liat temenku pake lipstik itu bagus ya tak coba terus kelihatan bagus besoke aku beli mbak. Waktu itu juga temenku pake bedak tu bedake bagus kayakke mbak terus aku tanya deh itu bedak merk apa terus aku ikutan beli deh gitu terus masih belum tau yang bagus tu produk apa soalnya mbak. Terus akhirnya aku ketemu sama temen-temenku yang sekarang dan nyaranin pake make up produk ini yauda deh aku kadung cinta sama produk itu dan temen-temenku banyak yang pake yauda akhirnya aku putusin buat beli produk itu”.

Subjek 2 bernama PA siswi kelas XI :

“kalo aku tu sharing kak sama temen-temen aku ngobrolin tentang make up lah skincare lah maskerlah. Nah aku orangnya suka galau gitu kak kalo masalah kaya gitu kan kak lagian tuh make up banyak produknya dan nawarin berbagai macam keunggulannya masing-masing dan disitu aku makin galau dong produk apasih yang cocok buat aku terus aku tanya-tanya sharing sama temen aku deh terus temenku tu dengan sabar dan senang hati nyaranin produk X buat aku dan katanya tu produk ini bagus banget buat bulu mata jadi makin lentik badai dan pilihan warna lipstiknya tu banyak kak jenis-jenis lipstiknya juga banyak lagi jadi ya aku kalo belanja make up gitu kadang sama temen-temen aku rame-rame belinya sama wkwk”.

Subjek 3 bernama DC siswi kelas X :

“milih produk make up si aku suka tanya-tanya sama temen aku kak dia juga suka make up aku gatau harus milih produk apa dan kadang udah beli produk X ntar temenku yang satunya lagi pake lipstik warnanya bagus dan aku pengen aku tanya-tanya dia biar kelihatan cantik bibirnya kayak dia yauda aku ikutan beli aja produk yang disaranin dia kak dan

dia cerita ke aku kalo temen-temen ternyata juga pada pake produk itu kak.. Aku mikir kalo temenku banyak yang pake produk ini fix berarti itu produk bagus dan aku ikutan beli kak”.

Subjek 4 bernama TH siswi kelas X :

“saya kalo mutusin beli make up ya berdasarkan yang temen-temen saya beli mbak soalnya kan mereka pada pake itu pikirku berarti produk itu bagus, kan banyak yang pake produk X itu mbak temen saya ya jadi saya ikutan beli dan pake produk itu mbak. Saya liat juga temen saya bulu mata sama bibirnya bagus pake make up apasih, dan ternyata semua temen-temenku itu nyaranin aku buat beli dan pake produk itu kak yauda deh aku beli produk itu hehe saya kalo beli make up tu cuma maskara, bedak sama lipstik sih mbak yang sering”.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa masalah yang dihadapi oleh remaja putri mengenai pengambilan keputusan dalam membeli produk *make up* yaitu remaja putri tidak dapat mengambil keputusan sendiri dalam membeli produk *make up* karena pengaruh lingkungan dan teman-teman sebaya yang dinilai cukup kuat dan takut untuk mencoba produk yang belum pernah digunakan oleh teman atau saudaranya. Mangkunegara (Putri & Sakti, 2015) berpendapat bahwa hal yang mempengaruhi individu untuk memilih suatu produk salah satunya adalah kelompok panutan. Kelompok panutan yaitu sebuah kelompok yang mempengaruhi pendapat, sikap serta perilaku konsumen. Individu tidak dapat mengambil keputusan dari dalam diri mereka sendiri karena individu mudah untuk terpengaruh oleh suatu kelompok. Penelitian Ash (Putri & Sakti, 2015) menunjukkan bahwa individu memiliki kecenderungan untuk melakukan konformitas.

Konformitas yaitu tingkah laku dalam hal menuruti harapan dari suatu kelompok tersebut dengan tanpa tekanan atau adanya tekanan untuk melakukan sesuatu (Anindani, Hasanah, & Cholilawati, 2015). Baron dan Byrne (Cinthia & Kustanti, 2017) mengungkapkan bahwa konformitas juga dapat diartikan sebagai pengaruh sosial yang dapat merubah perilaku atau sikap seseorang supaya perilakunya sesuai dengan norma sosial dikelompoknya. Myers (Perdana & Mujiasih, 2017) juga berpendapat bahwa konformitas yang dilakukan oleh suatu kelompok

dapat membuat seseorang bertingkah laku sesuai dengan keinginan kelompok tersebut. Konformitas juga dapat menyetarakan tingkah laku seseorang dengan acuan suatu kelompok agar terhindar dari keterasingan.

Penelitian mengenai pengambilan keputusan sudah pernah dilakukan sebelumnya oleh Putri & Sakti (2015) dengan judul Hubungan Antara Konformitas Dengan Pengambilan Keputusan Dalam Menggunakan Produk *Skin Care* Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Dari hasil analisis data diperoleh hasil koefisien korelasi sebesar -0,346 dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$), hal tersebut berarti terdapat hubungan negatif yang signifikan antara konformitas dengan pengambilan keputusan dalam menggunakan produk *skin care*. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Maulana & Nio (2019) dengan judul Kontribusi Konformitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Remaja Yang Menggunakan Helm Merek KYT. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat kontribusi antara konformitas terhadap keputusan pembelian remaja pengguna helm merk KYT di kota Bukittinggi yaitu sebesar 0,812 dengan $p = 0,000$.

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini memiliki perbedaan subjek dengan penelitian sebelumnya dimana peneliti mengambil subjek siswi SMA “X” Kota Semarang, namun memiliki kesamaan variabel penelitian yaitu konformitas dan pengambilan keputusan. Peneliti ingin menggabungkan kedua variabel dari penelitian sebelumnya yaitu “Hubungan antara Konformitas dengan Pengambilan Keputusan pada remaja putri di SMA “X” Kota Semarang”. Penelitian ini dikatakan orisinal dan belum pernah dilakukan sebelumnya.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan bahwa apakah ada hubungan antara konformitas dengan pengambilan keputusan dalam menggunakan produk *make up* pada remaja SMA X Kota Semarang ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan pengambilan keputusan dalam menggunakan produk *make up* pada remaja SMA “X” Kota Semarang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis : penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya tentang konformitas dan pengambilan keputusan, serta menjadi sumbangan informasi dalam ilmu psikologi khususnya dalam bidang pendidikan.
2. Manfaat praktis : penelitian ini diharapkan dapat membantu remaja putri dalam pertimbangan pengambilan keputusan.