

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat sekarang ini banyak sekali remaja yang melakukan proses pembelanjaan yang tidak sesuai dengan kebutuhan hingga menimbulkan kerugian yang cukup besar. Perilaku berbelanja dilakukan terutama bagi kalangan remaja putri yang memang kebutuhannya lebih besar dari remaja putra. Proses pembelanjaan tersebut terkadang tidak masuk akal, karena dengan satu barang konsumen rela menghabiskan bajet yang sangat banyak hanya untuk mendapatkan suatu barang impian yang tidak merupakan kebutuhan pokok.

Teknologi pada saat ini sangat mendukung proses berbelanja baik melalui media cetak, media elektronik maupun dari informasi organisasi atau lingkungan, hal ini membuat proses berbelanja semakin mudah, cepat dan menarik. Pada zaman sekarang ini banyak sekali benda yang dijual oleh beberapa *online shop* dan hal tersebut membuat para konsumen mudah dalam melakukan transaksi pembelian barang baik dalam kota maupun luar kota. Produk yang ditawarkan oleh *online shop* sangat bervariasi dari produk makanan, *make-up*, pakaian, tas serta berbagai barang dan jasa yang lain yang ditawarkan.

Remaja cenderung memiliki keinginan untuk tampil menarik, sehingga mereka membeli barang yang mereka inginkan secara berlebihan dan tidak wajar bukan berdasarkan apa yang mereka butuhkan. Hal ini terjadi disebabkan karena adanya perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah perilaku dengan adanya ciri-ciri kehidupan yang berlebihan atau mewah, menggunakan segala sesuatu bernilai tinggi dan mahal, mempunyai kepuasan serta kenyamanan sebanyak mungkin dan gaya hidup yang didorong dengan keinginan dan kesenangan belaka (Setiadi, 2013). Perilaku konsumtif juga terjadi pada remaja terutama dialami oleh remaja putri. Sebagai remaja diharapkan dapat berbelanja dan mengatur keuangan sesuai dengan kebutuhan. Santrock (2003) remaja adalah masa transisi dimana usia anak dengan usia dewasa yang mempunyai berbagai perubahan antara lain, biologis, kognitif serta sosial emosional. Menurut Tambunan (2001)

bagi produsen, remaja merupakan kelompok usia yang memiliki potensi, karena pola konsumsi terbentuk mulai remaja, selain itu remaja juga merupakan individu yang mudah untuk dibujuk dan bersifat boros saat melakukan proses pembelian.

Perilaku konsumtif ini juga terjadi di siswi putri SMA Islam Sultan Agung 3 Semarang. Berdasarkan hasil wawancara dengan 3 subjek penelitian yang berinisial AM yang berusia 17 tahun, DP 16 tahun, AL 19 tahun, didapatkan hasil dibawah ini.

“Saya sangat suka kalau jalan-jalan, makan dan belanja trus foto-foto sama teman-teman. Biasanya barang yang sering saya beli kaya baju, asesoris dan sepatu. Biasanya saya beli langsung di toko kalau tidak ya online. Kalau online model dan pilihan warnanya lebih banyak. Saya hampir setiap minggu kalau pas libur jalan-jalan terus cari model baju yang lagi kekinian trus nongkrong ke tempat yang bagus mbak buat foto-foto dan share di instagram kalau ga facebook. Saya juga perawatan wajah setiap bulannya sampe terkadang uang jajan habis untuk fashion dan make-up ajah. Sering sekali saya dimarahin mamah gara-gara terlalu boros dan sering beli barang-barang yang tidak diperlukan”. (AM, 17)

“Aku seneng banget belanja mbak trus jalan-jalan sama foto-foto biasanya online bagus-bagus bajunya, lucu-lucu. Kadang kalau di toko ada yang bagus aku beli mbak aku minta uang ayahku trus aku beli bareng temenku mbak. Aku beli baju ga mesti kalau aku suka, aku pengen aku bilang ibu kalau engga ayah nanti dikasi uang trus aku beli baju, kalau engga sepatu yang lagi hits sekarang. Aku belanja cukup sering mbak kadang aku beli pake uangku sendiri kalau uangku masih. Aku juga sering beli baju trus ga aku pake soale beli online baranngge ga sama kaya aslinya. Aku juga pernah beli baju lebih dari satu cuma beda warnanya ajah mbak itu Cuma tak pake sekali ajah. Aku sekarang lagi suka beli lipstik mbak sampe aku punya 4 soale kalau buat foto bagus. Sekarang lagi jamannya OOTD (Outfit Of The Day) jadinya sering beli baju buat foto-foto biar fotonya bagus.” (DP, 16th)

“Aku lagi koleksi sepatu adidas mbak sama lagi suka beli baju buat foto-foto sama temen-temen. Kalau baju yang udah aku pake buat foto ya udah ga aku pake lagi jadinya aku beli baru buat foto-foto lagi. Trus main ke tempat yang pemandangannya bagus kalau ga ya di caffe. Aku sering dimarahi mamah gara-gara boros, sering main juga. Setiap minggu pasti aku beli barang kalau ga baju ya tas, topi, kalau tidak ya sepatu. Aku juga beli

baju samaan sama temen aku trus dibuat foto bareng. Kalau pas lagi ada acara juga aku beli baju baru lagi, aku minta sama mamahku. Sering aku belanja sama mamah mbak setiap minggu ga beli baju ajah kadang beli asesoris sampe di rumah numpuk dan kadang ada yang hilang juga. Kadang juga aku pinjem uang temenku mbak kalau pengen beli, biasanya kita gentian”. (AL, 19 th)

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap AM, DP, AL, dapat disimpulkan bahwa ketiga subjek menunjukkan perilaku konsumtif untuk menunjang penampilan serta tampil menarik dan menunjang eksistensi mereka di media sosial.

Konformitas ini individu akan rela dalam mengeluarkan bajet khusus hanya untuk menunjang penampilan. Membeli barang baru, mewah serta sama dengan anggota yang lain, tersebut akan dilakukan agar individu diterima kelompok tersebut. Dengan hal itu mereka menyadari dengan segala busana, tas dan sepatu dapat menunjang eksistensi (Zebua A.S, 2001).

Hal ini didukung oleh hasil wawancara pada siswi putri SMA Islam Sultan Agung 3 Semarang terhadap subjek penelitian yang berinisial AM (17, th) dan AL (19 th). Dibawah ini hasil dari wawancara yang telah dilakukan peneliti terhadap remaja putri SMA Islam Sultan Agung 3 Semarang.

“Selain di sekolah aku juga bergabung sama komunitas band di Semarang mbak, banyak teman-teman aku yang ikut dan gabung. Biasanya kita kumpul kalau ada acara band kalau tidak kita kumpul seminggu sekali untuk gathering. Kegiatannya paling ya kumpul-kumpul ajah. Kalau kumpul biasanya saya menggunakan kaos yang sama dengan anggota lain yang tertulis identitas komunitas band tersebut, dan kita harus mengikuti aturan yang sudah dibentuk sama komunitas itu. Kita juga menggunakan asesoris yang menunjukkan kalau saya penggemar dan fans band tersebut. Apa yang digunakan oleh band tersebut biasanya saya beli dan banyak yang cari karena itu merupakan identitas sebagai penggemar band tersebut. Jadi gaya pakaian, sama lagu-lagu band tersebut harus hafal mbak, sama identitas band tersebut harus tau. Pokoknya banyak aturannya deh, harus pake inilah, kumpul disini lah. Saya gabung di komunitas tersebut karena saya merasa diri saya diakui oleh teman-teman saya, dan saya mendapatkan perlindungan dari teman-teman saya

mbak, saya juga merasa banyak kenalan dari komunitas diluar daerah lain mbak”. (AM, 17 th)

“Aku di sekolah punya grup main mbak ada 5 orang, ada baiknya ada engganya. Kadang yang ga aku pengen harus aku lakuin biar dibilang kompak. Kaya sepatu harus sama, kalau main sama itu-itu ajah ga boleh sama yang lain kalau aku main sama yang lain aku didiemin. Terkadang aku juga disuruh-suruh dan harus nuritin maunya yang sebenarnya aku males. Aku main sama mereka karena mereka populer dan ada yang pintar juga jadinya aku merasa dibantu”. (AL, 19 th)

Berdasarkan hasil wawancara pada remaja putri SMA Islam Sultan Agung 3 Semarang dapat disimpulkan bahwa para remaja putri melakukan tindakan hanya berdasarkan aturan dan norma kelompok.

Konformitas adalah sesuatu norma yang tidak tertulis oleh kelompok, mempunyai pengaruh yang cukup besar pada anggota (Zebua A.S, 2001). kekompakan yang kuat akan menyebabkan nilai konformitas tinggi dalam sebuah kelompok (Sears, 2004).

Berdasarkan pemaparan masalah tersebut peneliti ingin melakukan penelitian tentang “Hubungan antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri SMA Islam Sultan Agung 3 Semarang”. Penelitian bertujuan untuk menggali informasi mengenai perilaku konformitas dan perilaku konsumtif.

Penelitian yang mengangkat tema tentang Perilaku Konsumtif sudah banyak dilakukan, begitu pula penelitian yang mengangkat tema tentang konformitas. Sebagai contoh penelitian yang mengangkat tema perilaku konsumtif dilakukan oleh Endang Dwi Astuti (2013) yang berjudul Perilaku konsumtif saat membeli barang pada para ibu rumah tangga di kota Samarinda.

Penelitian yang dilakukan oleh Fatan Fila Sophyani (2010) yang berjudul hubungan antara Konformitas dengan agresivitas pada Supporter pemain bola di Semarang. Hasil penelitian tersebut menunjukkan supporter sepak bola di Semarang mempunyai perilaku agresif tinggi, adanya agresivitas yang tinggi ini didukung dengan konformitas kelompok yang tinggi, akan mengikuti arus kelompoknya dan membentuk suatu tindakan yang sama dengan kegiatan kelompok yang mereka jalani.

Perbedaan antara penelitian dengan penelitian penulis yaitu lokasi penelitiannya. lokasi yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian dilakukan di SMA Islam Sultan Agung 3 Semarang.

B. Perumusan Masalah

Rumusan penelitian berkaitan dengan hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif yaitu apakah ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri SMA Islam Sultan Agung 3 Semarang.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris dan untuk menggali informasi lebih lanjut antara konformitas dan perilaku konsumtif di remaja putri SMA Islam Sultan Agung 3 Semarang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Diharapkan hasil cara penelitian ini dapat memberikan ilmu tentang konformitas dan perilaku konsumtif serta memenuhi ragam ilmu psikologi dan menjadi bahan kajian ilmu psikologi lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

- a. Jika hipotesa penelitian teruji, maka manfaat yang bisa didapat adalah memberi masukan untuk seluruh remaja.