

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Remaja

1. Pengertian Remaja

Remaja, yang dalam bahasa aslinya disebut *adolescence*, berasal dari bahasa latin *adolescere* yang artinya “tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan”. Perkembangan lebih lanjut, istilah *adolescence* sesungguhnya memiliki arti yang luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik (Hurlock, 1980).

Pandangan ini didukung oleh Piaget (dalam Hurlock, 1980) yang mengatakan bahwa secara psikologis, remaja adalah suatu usia di mana individu menjadi terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa, usia di mana anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkatan yang sama. Transformasi intelektual yang khas dari cara berpikir remaja ini memungkinkannya untuk mencapai integrasi dalam hubungan sosial orang dewasa, yang kenyataannya merupakan ciri khas yang umum dari periode perkembangan ini.

Masa remaja, menurut Ali & Asrori (1993) berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai 22 tahun bagi pria. Rentang usia remaja ini dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu usia 12/13 tahun sampai dengan 17/18 tahun adalah remaja awal, dan usia 17/18 tahun sampai dengan 21/22 tahun adalah remaja akhir. Menurut hukum di Amerika Serikat saat ini, individu dianggap telah dewasa apabila telah mencapai usia 18 tahun, dan bukan 21 tahun seperti ketentuan sebelumnya (Hurlock, 1980).

Remaja sebetulnya tidak mempunyai tempat yang jelas. Mereka sudah tidak termasuk golongan anak-anak, tetapi belum juga dapat diterima secara penuh untuk masuk ke golongan orang dewasa. Remaja ada diantara anak dan orang dewasa. Oleh

karena itu, remaja seringkali dikenal dengan fase “mencari jati diri” atau fase “topan dan badai”. Remaja masih belum mampu menguasai dan memfungsikan secara maksimal fungsi fisik maupun psikisnya (Monks dkk., 2002). Namun, yang perlu ditekankan disini adalah bahwa fase remaja merupakan fase perkembangan yang tengah berada pada masa amat potensial, baik dilihat dari aspek kognitif, emosi, maupun fisik.

Perkembangan intelektual yang terus-menerus menyebabkan remaja mencapai tahap berpikir operasional formal. Tahap ini memungkinkan remaja mampu berpikir secara lebih abstrak, menguji hipotesis, dan mempertimbangkan apa saja peluang yang ada padanya daripada sekadar melihat apa adanya. Kemampuan intelektual seperti ini yang membedakan fase remaja dari fase-fase sebelumnya (Ali & Asrori, 1993).

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa remaja adalah masa peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa, dimana remaja belum memperoleh status orang dewasa tetapi tidak lagi memiliki status anak-anak. Masa remaja dimulai dari usia 12 atau 13 tahun sampai dengan 21 atau 22 tahun.

2. Tugas-Tugas Perkembangan Remaja

Menurut Havighurst (dalam Hurlock, 1980), ada sejumlah tugas perkembangan yang harus diselesaikan dengan baik oleh remaja, yaitu sebagai berikut:

- a) Mencapai hubungan baru yang lebih matang dengan teman sebaya baik pria maupun wanita.
 - 1) Hakikat tugas. Mempelajari peran anak perempuan sebagai wanita dan anak laki-laki sebagai pria, menjadi dewasa diantara orang dewasa, dan belajar memimpin tanpa menekan orang lain.

- 2) Dasar biologis. Secara biologis, manusia terbagi menjadi dua jenis, yaitu laki-laki dan perempuan. Kematangan seksual dicapai selama masa remaja. Daya tarik seksual menjadi suatu kebutuhan yang dominan dalam kehidupan remaja. Hubungan sosial dipengaruhi oleh kematangan fisik yang telah dicapai.
 - 3) Dasar psikologis. Dalam kelompok sejenis, remaja belajar untuk bertingkah laku sebagaimana orang dewasa. Adapun dalam kelompok lain jenis, remaja belajar menguasai keterampilan sosial. Remaja putri umumnya lebih cepat matang daripada remaja putera dan cenderung lebih tertarik kepada remaja putra yang usianya beberapa tahun lebih tua. Kecenderungan seperti ini akan berlangsung sampai mereka kuliah di perguruan tinggi. Keberhasilan dalam melaksanakan tugas perkembangan akan membawa penyesuaian sosial yang lebih baik sepanjang kehidupannya.
- b) Mencapai peran sosial pria dan wanita
- 1) Hakikat tugas. Mempelajari peran sosial sesuai dengan jenis kelaminnya sebagai pria atau wanita.
 - 2) Dasar biologis. Ditinjau dari kekuatan fisik, remaja putri menjadi orang yang lebih lemah dibandingkan dengan remaja putra. Namun, remaja putri memiliki kekuatan lain meskipun memiliki kelemahan fisik.
 - 3) Dasar psikologis. Peranan sosial pria dan wanita memang berbeda. Remaja putra perlu menerima peranan sebagai seorang pria dan remaja putri perlu menerima peranan sebagai seorang wanita. Meskipun demikian, sering terjadi kesulitan pada remaja putri, kadang-kadang cenderung lebih mengutamakan ketertarikannya kepada karir, cenderung mengagumi ayahnya dan kakaknya, serta ingin bebas dari peranan sosialnya sebagai isteri atau ibu yang memerlukan dukungan suami.

- c) Menerima keadaan fisiknya dan menggunakan tubuhnya secara efektif
- 1) Hakikat tugas. Menjadi bangga atau sekurang-kurangnya toleran dengan kondisi fisiknya sendiri, menjaga dan melindungi, serta menggunakannya secara efektif.
 - 2) Dasar biologis. Perkembangan remaja disertai dengan pertumbuhan fisik dan seksual. Laju pertumbuhan tubuh gadis lebih cepat apabila dibandingkan dengan pemuda. Waktunya kini tiba bagi si remaja untuk mempelajari bagaimana jadinya fisiknya kelak, menjadi tinggi, pendek, besar atau kurus. Umumnya, gadis yang berusia 15 samapai 16 tahun, tubuhnya mencapai bentuk akhir. Adapun pada pemuda keadaan ini akan dicapai sekitar usia 18 tahun.
 - 3) Dasar psikologis. Terjadinya perubahan bentuk tubuh yang disertai dengan perubahan sikap dan minat remaja. Remaja suka memperhatikan perubahan tubuh yang sedang dialaminya sendiri. Remaja puteri lebih suka berdandan dan berhias untuk menarik lawan jenisnya manakala dia sudah mulai menstruasi.
- d) Mengharapkan dan mencapai perilaku sosial yang bertanggung jawab
- 1) Hakikat tugas. Berpartisipasi sebagai orang dewasa yang bertanggung jawab dalam kehidupan masyarakat dan mampu menjunjung nilai-nilai masyarakat dalam bertingkah laku.
 - 2) Dasar biologis. Tugas ini tidak terlalu menuntut dasar biologis. Tugas ini berkaitan erat dengan pengaruh masyarakat terhadap individu, kecuali jika menerima adanya insting sosial pada manusia atau memandang bagus tingkah laku remaja merupakan sublimasi dari dorongan seksual.

- 3) Dasar psikologis. Proses untuk mengikat diri individu kepada kelompok sosialnya telah berlangsung sejak individu dilahirkan. Sejak kecil anak diminta untuk belajar menjaga hubungan baik dengan kelompok, berpartisipasi sebagai anggota kelompok sebaya, dan belajar bagaimana caranya berbuat sesuatu untuk kelompoknya. Ini berlangsung sampai dengan individu itu mencapai fase remaja.
- e) Mencari kemandirian emosional dari orangtua dan orang-orang dewasa lainnya
- 1) Hakikat tugas. Membebaskan sifat kekanak-kanakan yang selalu menggantungkan diri pada orangtua, mengembangkan sikap perasaan tertentu kepada orangtua tanpa menggantungkan diri padanya, dan mengembangkan sikap hormat kepada orang dewasa tanpa menggantungkan diri padanya.
 - 2) Dasar biologis. Kematangan seksual individu. Individu yang tidak memperoleh kepuasan di dalam keluarganya akan keluar membangun ikatan emosional dengan teman sebaya. Ini bisa berlangsung tanpa mengubah ikatan emosional yang mengikat terhadap orangtua.
 - 3) Dasar psikologis. Pada masa ini, remaja mengalami sikap ambivalen (saling bertentangan) terhadap orangtuanya. Remaja ingin bebas, namun dirasa bahwa dunia dewasa itu cukup rumit dan asing baginya. Dalam keadaan semacam ini, remaja masih mengharapkan perlindungan orangtua, sebaliknya orangtua menginginkan anaknya berkembang menjadi lebih dewasa. Keadaan inilah yang menjadikan remaja sering memberontak pada otoritas orangtua.
- f) Mempersiapkan karier ekonomi
- 1) Hakikat tugas. Memilih pekerjaan yang memerlukan kemampuan serta mempersiapkan pekerjaan.

- 2) Dasar biologis. Ukuran dan kekuatan badan pada sekitar usia 18 tahun sudah cukup kuat dan tangkas untuk memiliki dan menyiapkan diri memperoleh karier pekerjaan.
 - 3) Dasar psikologis. Dari hasil penelitian mengenai minat di kalangan remaja, ternyata pada kaum remaja berusia 16-19 tahun, minat utamanya tertuju kepada pemilihan dan mempersiapkan diri untuk berkarier didunia kerja.
- g) Persiapan perkawinan dan keluarga
- 1) Hakikat tugas. Mengembangkan sikap yang positif terhadap kehidupan berkeluarga. Khusus untuk remaja putri termasuk di dalamnya kesiapan untuk mempunyai anak.
 - 2) Dasar biologis. Kematangan seksual yang normal yang menumbuhkan ketertarikan antar jenis kelamin.
 - 3) Dasar psikologis. Sikap remaja terhadap perkawinan sangat bervariasi. Ada yang menunjukkan rasa takut, tetapi ada juga yang menunjukkan sikap bahwa perkawinan justru merupakan suatu kebahagiaan hidup.
- h) Memperoleh perangkat nilai dan sistem etis sebagai pegangan untuk berperilaku mengembangkan ideologi.
- 1) Hakikat tugas. Membentuk suatu himpunan nilai-nilai sehingga memungkinkan remaja mengembangkan dan merealisasikan nilai-nilai, mendefinisikan posisi individu dalam hubungannya dengan individu lain, dan memegang suatu gambaran dunia dan suatu nilai untuk kepentingan hubungan dengan individu lain.
 - 2) Dasar psikologis. Banyak remaja yang menaruh perhatian pada problem filosofis dan agama. Ini diperoleh remaja melalui identifikasi dan imitasi pribadi ataupun penalaran dan analisis tentang nilai.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa tugas perkembangan remaja adalah mencapai hubungan baru yang lebih matang dengan teman sebaya baik pria maupun wanita, mencapai peran sosial pria dan wanita, menerima keadaan fisiknya dan menggunakannya secara efektif, mengharapkan dan mencapai perilaku sosial yang bertanggung jawab, mencapai kemandirian emosional dari orangtua dan orang-orang dewasa lainnya, mempersiapkan karier ekonomi, mempersiapkan perkawinan dan keluarga, dan memperoleh perangkat nilai dan sistem etis sebagai pegangan untuk berperilaku mengembangkan ideologi.

3. Ciri-Ciri Masa Remaja

Masa remaja merupakan salah satu periode perkembangan yang dialami oleh setiap individu, sebagai masa transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Masa ini memiliki ciri-ciri tertentu yang membedakan dengan periode perkembangan yang lain. Ciri yang menonjol pada masa ini adalah individu mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang amat pesat, baik fisik, emosional dan sosial.

Berikut ini dijelaskan satu persatu dari ciri-ciri perubahan yang terjadi pada masa remaja.

a. Perubahan fisik

Perubahan fisik berhubungan dengan aspek anatomi dan aspek fisiologis. Di masa remaja, kelenjar hipofesa menjadi masak dan mengeluarkan beberapa hormon, seperti hormon gonotrop yang berfungsi untuk mempercepat pemasakan sel telur dan sperma, serta mempengaruhi produksi hormon kortikotrop berfungsi mempengaruhi kelenjar suprarenalis, testosteron, estrogen, dan suprarenalis yang mempengaruhi pertumbuhan anak sehingga terjadi percepatan pertumbuhan

(Monks, dkk., 2002). Dampak dari produksi hormon tersebut adalah: ukuran otot bertambah dan semakin kuat, testosteron menghasilkan sperma dan esterogen memproduksi sel telur sebagai tanda kemasakan, munculnya tanda-tanda kelamin sekunder seperti membesarnya payudara, berubahnya suara, ejakulasi pertama, tumbuhnya rambut-rambut halus di sekitar kemaluan, ketiak dan wajah.

b. Perubahan Emosional

Pola emosi pada masa remaja sama dengan pola emosi pada masa kanak-kanak. Pola-pola emosi itu berupa marah, takut, cemburu, ingin tahu, iri hati, gembira, sedih dan kasih sayang. Perbedaan terletak pada rangsangan yang membangkitkan emosi dan pengendalian dalam mengekspresikan emosi. Remaja umumnya memiliki kondisi emosi yang labil, pengalaman emosi yang ekstrim dan selalu merasa mendapatkan tekanan (Hurlock, 1997). Bila pada akhir masa remaja mampu menahan diri untuk tidak mengekspresikan emosi secara ekstrim dan mampu mengekspresikan emosi secara tepat sesuai dengan situasi dan kondisi lingkungan dan dengan cara yang dapat diterima masyarakat, dengan kata lain remaja yang mencapai kematangan emosi akan memberikan reaksi emosi yang stabil (Hurlock, 1997). Nuryoto (1992) menyebutkan ciri-ciri kematangan emosi pada masa remaja yang ditandai dengan sikap sebagai berikut: tidak bersikap kekanak-kanakan, bersikap rasional, bersikap objektif, dapat menerima kritikan orang lain sebagai pedoman untuk bertindak lebih lanjut, bertanggung jawab terhadap tindakan yang dilakukan, mampu menghadapi masalah dan tantangan yang dihadapi.

c. Perubahan Sosial

Perubahan fisik dan emosi pada masa remaja juga mengakibatkan perubahan dan perkembangan remaja. Monks, dkk (2002) menyebutkan dua bentuk

perkembangan remaja, yaitu memisahkan diri dari orangtua dan menuju kearah teman sebaya. Remaja berusaha melepaskan diri dari otoritas orangtua dengan maksud menemukan jati diri. Remaja lebih banyak berada di luar rumah dan berkumpul bersama teman sebayanya dengan membentuk kelompok dan mengeksperisikan segala potensi yang dimiliki. Kondisi ini membuat remaja sangat rentan terhadap pengaruh teman dalam hal minat, sikap penampilan dan perilaku. Perubahan yang paling menonjol adalah hubungan heteroseksual. Remaja akan memperlihatkan perubahan radikal dari tidak menyukai lawan jenis menjadi lebih menyukai. Remaja ingin diterima, diperhatikan dan dicintai oleh lawan jenis dan kelompoknya.

Dari beberapa uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri pada masa remaja adalah adanya perubahan fisik, perubahan emosional, dan perubahan sosial.

B. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku “konsumtif”, menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2001). Perilaku konsumtif bisa dilakukan oleh siapa saja. Fromm (dalam, Aryani, 2006) menyatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Perilaku konsumtif seringkali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu.

Lubis (dalam Sumartono, 2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia memberikan batasan tentang perilaku konsumtif sebagai kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas, dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan (Mahdalela, 1995).

Pengertian perilaku konsumtif tersebut sejalan dengan pendapat Anggasari (1997) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif sebagai salah satu tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sehingga menjadi berlebihan. Artinya, seseorang menjadi lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada kebutuhan (*need*) dan cenderung dikuasai oleh hasrat kemanusiawian dan kesenangan material semata. Hal ini didukung oleh pernyataan Hempel (1996) bahwa perilaku konsumtif menunjukkan adanya kesenjangan antara keinginan dan kebutuhan manusia.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang atau jasa yang bukan lagi didasarkan pada kebutuhan dan pertimbangan yang rasional, tetapi hanya berdasarkan hasrat keinginan yang didominasi oleh faktor emosi dan sifatnya berlebihan.

2. Indikator Perilaku Konsumtif

Ada beberapa indikator perilaku konsumtif yang ditemukan oleh Sumartono (2002), yaitu:

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.

Remaja membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

- b. Membeli produk karena kemasannya menarik.

Konsumen remaja sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya, motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.

- c. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi.

Konsumen remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar remaja selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Remaja membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaanya).

Konsumen remaja cenderung berperilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Remaja mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren di mata orang lain.

- f. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.

Remaja cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dipakai oleh tokoh idolanya. Remaja juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan *public figure* produk tersebut.

- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

Remaja sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan tersebut dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Cross (dalam Hurlock, 1997) juga menambahkan bahwa dengan membeli produk yang mereka anggap dapat mempercantik penampilan fisik, mereka akan menjadi lebih percaya diri.

- h. Mencoba lebih dari dua produk (merek berbeda).

Remaja akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya yang ia gunakan, meskipun produk lain belum habis dipakainya.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan indikator dalam perilaku konsumtif adalah membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi dan mencoba lebih dari dua produk (merek berbeda).

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Tinjauan mengenai perilaku konsumtif perlu ditelusuri melalui pemahaman mengenai perilaku konsumen. Perilaku konsumen dalam membeli barang dipengaruhi oleh banyak faktor yang pada intinya dapat dibedakan menjadi dua faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal (Engel, Blackwell & Minirad, 1995; Hawkins, 2007; Kotler, 2006), yaitu:

a. Faktor Eksternal

1) Kebudayaan

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat (Mangkunegara, 2002). Manusia dengan kemampuan akal budaya telah mengembangkan berbagai macam sistem perilaku demi keperluan hidupnya. Kebudayaan adalah determinan yang paling fundamental dari keinginan dan perilaku seseorang (Kotler, 2006).

2) Kelas Sosial

Pada dasarnya manusia Indonesia dikelompokkan dalam tiga golongan (Mangkunegara, 2002), yaitu golongan atas, golongan menengah dan golongan bawah. Perilaku konsumtif antara kelas sosial yang satu dengan yang lain akan berbeda, dalam hubungannya dengan perilaku konsumtif (Mangkunegara, 2002) ada tiga karakteristik kelas sosial, antara lain:

- a) Kelas sosial golongan atas memiliki kecenderungan membeli barang-barang yang mahal, membeli pada toko yang berkualitas dan lengkap (toko serba ada, supermarket), konservatif dalam konsumsinya, barang-barang yang dibeli cenderung untuk dapat menjadi warisan dalam keluarganya.

b) Kelas sosial menengah cenderung membeli barang untuk menampakkan kekayaannya, membeli barang dengan jumlah yang banyak dan kualitasnya cukup memadai. Mereka berkeinginan membeli barang yang mahal dengan sistem kredit, misalnya membeli kendaraan, rumah mewah, dan perabot rumah tangga.

c) Kelas sosial golongan rendah cenderung membeli barang dengan mementingkan kuantitas daripada kualitasnya. Pada umumnya, mereka membeli barang untuk kebutuhan sehari-hari, memanfaatkan penjualan barang-barang yang diobral atau penjualan dengan harga promosi.

Pengelompokan masyarakat di atas dibuat berdasarkan kriteria kekayaan, kekuasaan, kehormatan, dan ilmu pengetahuan. Unsur pokok dalam pembagian kelas dari masyarakat adalah kedudukan (status) dan peranan.

3) Kelompok Referensi (Konformitas)

Kelompok referensi adalah kelompok yang pandangan atau nilai yang dianut anggotanya digunakan individu sebagai dasar bagi perilakunya, atau kelompok yang digunakan individu sebagai acuan berperilaku dalam situasi spesifik.

Sebuah kelompok referensi bagi seseorang adalah kelompok-kelompok yang memberikan perilaku langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok referensi menghadapkan seorang pada tipe dan gaya hidup baru. Mereka juga mempengaruhi sikap dan gambaran diri seseorang karena secara normal orang menginginkan untuk menyesuaikan diri.

Dan kelompok referensi tersebut menciptakan suasana untuk penyesuaian yang dapat mempengaruhi pilihan orang terhadap merek dan produk (Kotler, 2006).

4) Keluarga

Keluarga sebagai bagian dari faktor eksternal mempunyai faktor yang sangat besar dalam pembentukan sikap dan perilaku anggotanya, termasuk dalam pembentukan keyakinan dan berfungsi langsung dalam menetapkan keputusan konsumen (Loudon & Bitta, 1993). Keluarga mempengaruhi konsumen dalam membeli barang. Jumlah anggota keluarga dan keadaan sebagai bagian dari faktor eksternal mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam pembentukan sikap dan anggotanya. Keluarga merupakan sebuah lembaga sosial yang penting. Maka, secara konsekuen dapat dikatakan bahwa keluarga seorang individu merupakan sebuah kelompok referensi yang penting.

5) Demografi

Demografi digunakan untuk menggambarkan populasi dalam istilah ukuran, struktur, dan distribusi. Ukuran mengandung arti jumlah individu dalam suatu populasi, struktur menggambarkan populasi dalam bentuk usai dan jenis kelamin sedangkan distribusi populasi menggambarkan populasi tempat tinggal individu ditinjau dari segi wilayah geografis. Ukuran, struktur dan distribusi mempengaruhi perilaku konsumen serta keinginan konsumen akan jasa dan produk tertentu.

b. Faktor Internal

1) Motivasi

Motivasi adalah kekuatan atau dorongan yang menggerakkan perilaku dan memberikan arah dan tujuan bagi perilaku seseorang. Motif adalah konstruk yang menggambarkan kekuatan di dalam diri yang tidak dapat diamati yang

merangsang respon perilaku dan memberikan arah spesifik terhadap respon tersebut. Motivasi akan mendorong seseorang melakukan perilaku, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa yang tersedia di pasar.

2) Harga Diri

Harga diri berpengaruh pada perilaku membeli, semakin tinggi harga diri seseorang semakin tinggi pula keinginannya untuk menunjukkan status. Keinginan untuk menunjukkan status mendorong seseorang melakukan perilaku membeli untuk mencapai konsep diri yang dimilikinya.

3) Pengamatan dan Proses Belajar

Sebelum seseorang mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, ia akan mendasarkan keputusannya dan pengamatannya pada pengamatan yang dilakukan atas produk tersebut. Lebih jauh Howard dan Weth (dalam Lina, 1997) menyatakan bahwa pembelian yang dilakukan oleh konsumen juga merupakan suatu rangkaian proses belajar. Bila ada pengalaman masa lalu yang menyenangkan dengan suatu produk yang dibelinya, maka ia akan menentukan keputusan untuk membeli lagi barang tersebut di masa yang akan datang. Sebaliknya, pengalaman yang kurang menyenangkan, agar memberi pelajaran bagi konsumen untuk tidak membeli produk yang sama di kala yang berbeda (Mangkunegara, 2002).

4) Kepribadian dan Konsep Diri

Setiap individu memiliki karakteristik sendiri yang unik. Kumpulan karakteristik perilaku yang dimiliki oleh individu dan bersifat permanen disebut dengan kepribadian. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, ketaatan, dan

kemampuan berisolasi, daya tahan dan kemampuan beradaptasi. Kepribadian dapat dijadikan korelasi yang kuat antara jenis kepribadian tertentu dengan pemilihan produk atau merek.

Kotler (2006) menambahkan konsumen sering memilih dan menggunakan merek yang konsisten dengan konsep diri aktual mereka (bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri).

5) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah fungsi dari karakteristik individu yang telah terbentuk melalui interaksi sosial. Secara sederhana, gaya hidup juga dapat diartikan sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya, yang meliputi aktivitas, minat, kesukaan atau ketidaksukaan, sikap, konsumsi dan harapan.

Dari uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi (konformitas), keluarga, demografi, motivasi, harga diri, pengamatan dan proses belajar, kepribadian dan konsep diri, dan gaya hidup.

4. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Lina dan Rasyid (1997), ada tiga aspek perilaku konsumtif yaitu;

a. Aspek Pembelian Implusif

Pembelian yang didasarkan pada dorongan dalam diri individu yang muncul tiba-tiba, terhadap suatu merek yang sedang *ngetren* di pasaran.

b. Aspek Pembelian Tidak Rasional

Pembelian dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat disebut sebagai orang yang modern.

c. Aspek Pembelian Boros Atau Berlebihan

Pembelian suatu produk yang berlebihan yang dilakukan oleh konsumen.

Sedangkan menurut Tambunan (2001), ada dua aspek perilaku konsumtif yaitu:

a. Adanya Suatu Keinginan untuk Mengkonsumsi Secara Berlebih

Hal ini akan menimbulkan pemborosan dan bahkan inefisiensi biaya, apalagi bagi remaja yang belum mempunyai penghasilan sendiri.

b. Perilaku Tersebut Bertujuan untuk Mencapai Kepuasan Semata

Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang dipenuhi hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak. Padahal hal ini akan menimbulkan kecemasan. Rasa cemas disini timbul karena merasa harus tetap mengikuti perkembangan dan tidak ingin dibilang ketinggalan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek dari perilaku konsumtif adalah aspek pembelian implusif, aspek pembelian tidak rasional, dan aspek pembelian boros atau berlebihan.

C. Konformitas

1. Pengertian Konformitas

Menurut David O'Sears dalam Luciana (2006) bahwa bila seseorang menampilkan perilaku tertentu karena disebabkan oleh orang lain menampilkan perilaku tersebut, disebut konformitas. Pengertian yang mirip dijelaskan oleh Myers (2003) yaitu konformitas sebagai "A change in behavior or belief to accord with others". Konformitas adalah perubahan perilaku ataupun keyakinan agar sama dengan dengan orang lain. Myers (2003) menambahkan bahwa konformitas pada kelompok mampu membuat individu berperilaku

sesuai dengan keinginan kelompok dan membuat individu melakukan sesuatu yang berada di luar keinginan individu tersebut.

Hal senada diungkapkan oleh Santrock (1998) bahwa konformitas muncul ketika remaja mengadopsi sikap atau perilaku remaja lain dikarenakan adanya tekanan yang nyata ataupun yang dibayangkannya. Tekanan itu timbul karena remaja merasakan perbedaan yang ada antara dirinya dengan teman-temannya yang menyebabkan ketidaknyamanan dalam dirinya meskipun teman-temannya tidak menunjukkan perilaku tertentu untuk menekannya.

Menurut William (1985) konformitas merupakan salah satu faktor kelompok sosial yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan perilaku konsumsi. Pernyataan ini, diperkuat oleh Robertston, Zielinski dan Ward (1987) bahwa konformitas dapat memberikan pengaruh pada pengambilan keputusan dalam melakukan perilaku konsumen.

Berdasarkan pengertian yang dipaparkan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa konformitas adalah perubahan sikap dan perilaku sesuai dengan standar ataupun harapan yang dibentuk kelompok agar individu dapat diterima dan dipertahankan di dalam kelompok tersebut dan sebagai bentuk interaksi yang terjadi di dalam kelompok.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konformitas

Menurut David O'Sears dalam Luciana (2006) ada empat faktor yang mempengaruhi konformitas antara lain:

a. Kekompakan kelompok

Konformitas juga dipengaruhi oleh eratnya hubungan antara individu dengan kelompoknya. Yang dimaksud dengan kekompakan adalah jumlah total ketekunan yang menyebabkan orang tertarik pada suatu kelompok yang membuat

mereka ingin tetap menjadi anggota. Kekompakan yang tinggi menimbulkan konformitas yang semakin tinggi.

Alasan utamanya adalah bila orang merasa dekat dengan anggota kelompok yang lain akan semakin menyenangkan bagi mereka untuk mengakui kita, dan semakin menyakitkan bila mereka mencela kita. Artinya kemungkinan untuk menyesuaikan diri atau tidak menyesuaikan diri akan semakin besar bila kita mempunyai keinginan yang kuat untuk menjadi anggota kelompok tersebut.

b. Kesepakatan kelompok

Faktor yang sangat penting bagi timbulnya konformitas adalah kesepakatan pendapat kelompok. Orang yang dihadapkan pada keputusan kelompok yang sudah bulat akan mendapat tekanan yang kuat untuk menyesuaikan pendapatnya. Namun, bila kelompok tidak bersatu, akan tampak adanya penurunan tingkat konformitas. Moris dan Miller menunjukkan bahwa saat terjadinya perbedaan pendapat bisa menimbulkan perbedaan. Bila orang menyatakan pendapat yang berbeda setelah mayoritas menyatakan pendapatnya, konformitas akan menurun.

c. Ukuran kelompok

Serangkaian eksperimen menunjukkan bahwa konformitas akan meningkat bila ukuran mayoritas yang sependapat juga meningkat, setidaknya sampai tingkat tertentu. Asch dalam Luciana (2006) dalam eksperimennya menemukan bahwa dua orang menghasilkan tekanan yang lebih kuat daripada satu orang, tiga orang memberikan tekanan yang lebih besar daripada dua orang, dan empat orang kurang lebih sama dengan tiga orang. Asch dalam Luciana (2006) menemukan bahwa penambahan jumlah anggota mayoritas sehingga lebih dari empat orang tidak meningkatkan mayoritas, setidaknya sampai enam belas orang. Dia

menyimpulkan bahwa untuk menghasilkan tingkat konformitas yang paling tinggi, ukuran kelompok yang optimal adalah tiga atau empat orang.

d. Keterikatan pada penilaian bebas

Keterikatan sebagai kekuatan total yang membuat seseorang mengalami kesulitan untuk melepaskan suatu pendapat. Orang yang secara terbuka dan sungguh-sungguh terikat suatu penilaian bebas akan lebih enggan menyesuaikan diri terhadap perilaku kelompok yang berlawanan. Mungkin kita harus menanggung risiko mendapat celaan sosial karena menyimpang dari pendapat kelompok, tetapi keadaannya akan lebih buruk bila orang mengetahui bahwa kita telah mengorbankan penilaian pribadi sendiri hanya untuk menyesuaikan diri terhadap kelompok.

Berdasarkan uraian dari di atas dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas adalah kekompakan kelompok, kesepakatan kelompok, ukuran kelompok, dan keterikatan pada penilaian bebas.

3. Sebab-Sebab Timbulnya Konformitas

Menurut David O'Sears dalam Luciana (2006) pada dasarnya, orang melakukan perilaku *conform* terhadap kelompoknya karena dua alasan, yaitu:

a. Perilaku orang lain (kelompok) memberikan informasi yang bermanfaat.

Orang lain merupakan sumber informasi yang penting. Seringkali mereka mengetahui sesuatu yang tidak kita ketahui, dengan melakukan apa yang mereka lakukan kita akan memperoleh manfaat dari pengetahuan mereka. Tingkat konformitas yang didasarkan pada informasi di tentukan pada aspek situasi, antara lain sebaga berikut:

- 1) Kepercayaan terhadap kelompok : semakin besar kepercayaan individu terhadap kelompok sebagai sumber informasi yang benar, semakin besar pula kemungkinan untuk menyesuaikan diri terhadap kelompok.
- 2) Kepercayaan yang lemah terhadap penilaian sendiri : sesuatu yang meningkatkan kepercayaan individu terhadap penialainnya sendiri akan menurunkan konformitas, begitu juga sebaliknya. Karena salah satu faktor yang sangat mempengaruhi rasa percaya diri dan tingkat konformitas adalah tingkat keyakinan orang tersebut pada kemampuan sendiri untuk menampilkan suatu reaksi.

b. Rasa takut terhadap celaan sosial

Alasan utama konformitas yang kedua adalah demi memperoleh persetujuan, atau menghindari celaan kelompok. Tingkat konformitas yang didasarkan pada rasa takut terhadap celaan sosial ditentukan oleh rasa takut terhadap penyimpangan. Rasa takut dipandang sebagai orang yang menyimpang merupakan faktor dasar hampir pada semua situasi sosial. Ingin agar kelompok tempat kita berada menyukai kita, rasa takut dipandang sebagai orang yang menyimpang ini diperkuat oleh tanggapan kelompok terhadap perilaku menyimpang. Orang yang tidak mau mengikuti apa yang berlaku dalam kelompok akan menanggung risiko mengalami akibat yang tidak menyenangkan.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa sebab-sebab timbulnya konformitas di karenakan adanya beberapa alasan seperti kelompok yang memberikan informasi yang bermanfaat atau rasa takut terhadap celaan sosial.

4. Aspek-Aspek Konformitas

Konformitas sebuah kelompok acuan dapat mudah terlihat dengan adanya ciri-ciri yang khas. David O'Sears (1991) mengemukakan secara eksplisit bahwa konformitas remaja ditandai dengan adanya tiga aspek sebagai berikut:

1) Kekompakan

Kekuatan yang dimiliki oleh kelompok acuan menyebabkan remaja tertarik dan ingin tetap menjadi anggota kelompok. Eratnya hubungan remaja dengan kelompok acuan perasaan suka antara anggota kelompok serta harapan memperoleh manfaat dari keanggotaannya. Semakin besar rasa suka anggota yang satu terhadap anggota yang lain, dan semakin besar harapan untuk memperoleh manfaat dari keanggotaan kelompok serta semakin besar kesetiaan mereka, maka akan semakin kompak kelompok tersebut.

a. Penyesuaian diri

Kekompakan yang tinggi menimbulkan tingkat konformitas yang semakin tinggi. Alasan utamanya adalah bila orang merasa dekat dengan anggota kelompok lain, maka akan semakin menyenangkan bagi mereka untuk mengakui mereka, dan semakin menyakitkan bila mereka mencela mereka. Kemungkinan untuk menyesuaikan diri akan semakin besar bila kita mempunyai keinginan yang kuat untuk menjadi anggota sebuah kelompok tertentu.

b. Perhatian terhadap kelompok

Peningkatan konformitas terjadi karena anggotanya enggan disebut sebagai orang yang menyimpang. Seperti yang telah diketahui, penyimpangan menimbulkan risiko ditolak. Orang yang terlalu sering menyimpang pada saat-

saat yang penting diperlukan, tidak menyenangkan bahkan bisa dikeluarkan dari kelompok. Semakin tinggi perhatian seseorang dalam kelompok semakin serius tingkat rasa takutnya terhadap penolakan, dan semakin kecil kemungkinan untuk tidak menyetujui kelompok.

2. Kesepakatan

Pendapat kelompok acuan yang sudah dibuat memiliki tekanan kuat sehingga remaja harus loyal dan menyesuaikan pendapatnya dengan pendapat kelompok.

a. Penurunan melalui konformitas yang drastis karena hancurnya kesepakatan disebabkan oleh faktor kepercayaan. Tingkat kepercayaan terhadap mayoritas akan menurun bila terjadi perbedaan pendapat, meskipun orang yang berbeda pendapat itu sebenarnya kurang ahli bila dibandingkan anggota lain yang membentuk mayoritas. Bila seseorang sudah tidak mempunyai kepercayaan terhadap pendapat kelompok, maka hal ini dapat mengurangi ketergantungan individu terhadap kelompok sebagai sebuah kesepakatan.

b. Persamaan pendapat

Bila dalam suatu kelompok terhadap satu orang saja tidak sependapat dengan anggota kelompok yang lain maka konformitas akan turun. Kehadiran orang yang tidak sependapat tersebut menunjukkan terjadinya perbedaan yang dapat berakibat pada berkurangnya kesepakatan kelompok. Jadi dengan persamaan pendapat antar anggota kelompok maka konformitas akan semakin tinggi.

c. Penyimpangan terhadap pendapat kelompok

Bila orang mempunyai pendapat yang berbeda dengan orang lain dia akan dikucilkan dan dipandang sebagai orang yang menyimpang. Baik dalam pandangannya sendiri maupun dalam pandangan orang lain. Bila orang lain

juga mempunyai pendapat yang berbeda, dia tidak akan dianggap menyimpang dan tidak akan dikucilkan. Jadi kesimpulan bahwa orang yang menyimpang akan menyebabkan penurunan kesepakatan merupakan aspek penting dalam melakukan konformitas.

3. Ketaatan

Tekanan atau tuntutan kelompok acuan pada remaja membuatnya rela melakukan tindakan walaupun remaja tidak menginginkannya. Bila ketaatannya tinggi maka konformitasnya akan tinggi juga.

a. Tekanan karena ganjaran, ancaman atau hukuman

Salah satu cara untuk menimbulkan ketaatan adalah dengan meningkatkan tekanan terhadap individu untuk menampilkan perilaku yang diinginkan melalui ganjaran, ancaman, atau hukuman karena akan menimbulkan ketaatan yang semakin besar. Semua itu merupakan insentif pokok untuk mengubah perilaku seseorang.

b. Harapan orang lain

Seseorang akan rela memenuhi permintaan orang lain hanya karena orang lain tersebut mengharapkannya. Dan ini akan mudah dilihat bila permintaan diajukan secara langsung. Gejala ini sangat mudah dilihat bila permintaan diajukan secara langsung. Misalnya, bila kita menyatakan kepada teman kita bahwa mereka harus menyumbang sejumlah uang, dan memberikan peringatan kepada teman kita apabila dia tidak menyumbangkan sejumlah uang maka kita akan memberikan uang yang lebih banyak. Harapan-harapan orang lain dapat menimbulkan ketaatan, meskipun harapan itu bersifat implisit. Salah satu cara untuk memaksimalkan ketaatan adalah dengan menempatkan individu dalam situasi yang terkendali, dimana segala

sesuatunya diatur sedemikian rupa sehingga ketidaktaatan merupakan hal yang hampir tidak mungkin timbul.

Sedangkan menurut Sears & Peplau (2006) bahwa alasan individu melakukan konformitas karena dipengaruhi oleh beberapa aspek berikut, yaitu:

a. Kepercayaan terhadap kelompok

Faktor utamanya adalah apakah individu mempercayai informasi yang dimiliki kelompok atau tidak. Semakin besar kepercayaan individu terhadap kelompok sebagai sumber informasi yang benar, semakin besar pula kemungkinan untuk menyesuaikan diri terhadap kelompok. Bila orang tersebut berpendapat bahwa kelompok selalu benar, dia akan mengikuti apapun yang dilakukan kelompok tanpa memperdulikan pendapatnya sendiri.

b. Rasa takut terhadap penyimpangan

Rasa takut dipandang sebagai orang yang menyimpang merupakan faktor dasar hampir dalam semua situasi sosial. Kita tidak mau dilihat sebagai orang yang lain dari yang lain, kita tidak ingin tampak seperti orang lain. Kita ingin agar kelompok tempat kita berada menyukai kita, memperlakukan kita dengan baik dan bersedia menerima kita. Kita khawatir bila berselisih paham dengan mereka, mereka tidak akan menyukai kita dan menganggap kita sebagai orang yang tidak ada artinya. Rasa takut akan dipandang sebagai orang yang menyimpang ini diperkuat oleh tanggapan kelompok terhadap perilaku menyimpang. Orang tidak mau mengikuti apa yang berlaku didalam kelompok akan menanggung risiko mengalami akibat yang tidak menyenangkan, seperti ditolak dan dianggap bukan bagian dari kelompok.

c. Kekompakan kelompok

Yaitu jumlah total kekuatan yang menyebabkan orang tertarik pada suatu kelompok dan membuat mereka ingin tetap menjadi anggotanya. Semakin besar rasa suka anggota yang satu terhadap anggota yang lain, dan semakin besar harapan untuk memperoleh manfaat dari keanggotaan.

d. Simbol status dalam kelompok

Simbol status merupakan status *pretise* yang menunjukkan bahwa orang yang memilikinya lebih tinggi atau mempunyai status yang lebih tinggi dalam kelompok.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek konformitas adalah kekompakan, kesepakatan, dan ketaatan.

5. Ciri-Ciri Konformitas

Sarwono (1993) mengatakan bahwa ada enam ciri-ciri yang menandakan konformitas, yaitu:

- 1) Besarnya kelompok, kelompok yang kecil lebih memungkinkan melakukan konformitas daripada kelompok yang besar.
- 2) Suara bulat, lebih mudah mempertahankan pendapat jika banyak kawannya.
- 3) Keterpaduan atau kohesivitas, semakin besar kohesivitas maka akan tinggi keinginan individu untuk melakukan konformitas terhadap kelompok
- 4) Status, bila status individu dalam kelompok belum ada maka individu akan melakukan konformitas agar dirinya memperoleh status sesuai harapannya.
- 5) Tanggapan umum, perilaku yang terbuka dapat didengar atau dilihat secara umum lebih mendorong konformitas daripada perilaku yang dapat didengar atau dilihat oleh orang-orang tertentu.

- 6) Komitmen umum, konformitas akan lebih mudah terjadi pada orang yang tidak mempunyai komitmen apa-apa.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri konformitas adalah kelompok yang kecil, memiliki suara bulat, keterpaduan atau kohesivitas, status, tanggapan umum, dan komitmen umum.

D. Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri di SMA Nurul

Amaliyah Tanjung Morawa

Masa remaja merupakan masa yang penting dalam pencapaian identitas diri dimana seseorang remaja cenderung untuk terlibat dalam pertemanan sebaya (*peer group*) sebagai kelompok sosial atau kelompok referensi mereka. Pencapaian identitas ini melibatkan kecenderungan berkurangnya pengaruh ataupun kontrol dari orangtua dan komitmen untuk lebih mandiri (Dacey dan Kenny, 1997).

Remaja adalah seseorang yang berada pada rentang usia 12-21 tahun dengan pembagian menjadi tiga masa, yaitu masa remaja awal 12-15 tahun, masa remaja tengah 15-18 tahun, dan masa remaja akhir 18-21 tahun (Monks, dkk, 2002). Pada usia ini remaja mengalami perubahan baik secara fisik maupun psikis. Perubahan ini berlangsung begitu cepat dan sangat dipengaruhi tren dan mode.

Reynold (dalam Hasibuan, 2010) menyatakan bahwa remaja putri lebih banyak membelanjakan uangnya daripada remaja putra untuk keperluan penampilan seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, dan sepatu. Beberapa remaja putri mengaku bahwa mereka tidak dapat menahan diri atau mengendalikan diri ketika mereka memiliki kebutuhan akan suatu produk atau barang yang hendak dibelinya. Selain itu, ketika mereka membutuhkan sesuatu mereka umumnya tidak melakukan survei terlebih dahulu. Alasan mereka adalah agar tidak terlalu lama dalam memilih barang yang cocok dan sesuai dengan pilihan dan selera mereka.

Menurut Loc (dalam Sumartono, 2002), pada faktor eksternal pembentuk perilaku konsumtif ini terkhususnya pada pengaruh yang dihasilkan oleh kelompok referensi, seseorang akan melakukan perilaku konsumtif dengan mengacu pada apa yang ditentukan oleh kelompok referensinya. Kelompok referensi ini sangat kuat dalam mempengaruhi individu, hal ini terkait dengan akan adanya pengakuan dari kelompok tersebut terhadap individu yang ada di dalamnya. Hal ini sesuai dengan Schiffmann dan Kanuk (2004), dalam buku *consumer behavior* memperjelas bahwa kelompok referensi memiliki pengaruh kuat, dikarenakan kelompok referensi ini merupakan tempat bagi individu untuk melakukan perbandingan, memberikan nilai, informasi dan menyediakan suatu bimbingan ataupun petunjuk untuk melakukan konsumsi.

Irmasari (2010) mengatakan bahwa perilaku konsumtif akan menimbulkan dampak negatif, terutama bagi remaja. Dampak negatif perilaku konsumtif antara lain kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Kecemburuan sosial muncul karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu. Perilaku konsumtif menyebabkan seseorang cenderung lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan untuk ditabung. Dampak negatif dari perilaku konsumtif muncul ketika seseorang mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa datang.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Cahyani (dalam Sitohang, 2009), iklan hanya mampu mempengaruhi remaja sebesar 17% sedangkan 83% remaja lebih terpengaruh oleh lingkungan sosial remaja. Penelitian ini didukung oleh penelitian

yang dilakukan oleh Zebua dan Nurdjayadi (dalam Sitohang, 2009) yang menyatakan bahwa 15,8% perilaku membeli pada remaja dipengaruhi oleh konformitas. Kenyataan ini menandakan bahwa lingkungan pergaulan mendukung suasana kompetitif untuk memperlihatkan ketidaktertinggalannya terhadap mode terbaru lebih mempengaruhi remaja.

Berk (dalam Sitohang, 2009) mengatakan bahwa konformitas terhadap kelompok teman sebaya ternyata merupakan suatu hal yang paling banyak terjadi pada fase remaja. Chen-Yu dan Seock (dalam Derussy, 2008), keinginan yang kuat untuk melepaskan diri dari keterikatan dengan orang tua membuat remaja mencari dukungan sosial melalui teman sebaya. Kelompok teman sebaya menjadi suatu sarana sekaligus tujuan dalam pencarian jati diri.

Kelompok referensi sangat erat kaitannya dengan kelompok sosial, dalam hal ini yang termasuk ke dalam kelompok referensi adalah kelompok pertemanan sebaya oleh remaja atau peer-group (Dacey & Kenny, 1997). Sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya bahwa remaja menjadi komoditas yang paling utama dalam budaya konsumtif. Hal ini sejalan dengan Jatman (1987) pengaruh konsumtivisme yang sangat dominan terjadi pada remaja, sehingga remaja menjadi sasaran berbagai produk perusahaan.

Myers (2003) menambahkan bahwa konformitas pada kelompok mampu membuat individu berperilaku sesuai dengan keinginan kelompok dan membuat individu melakukan sesuatu yang berada di luar keinginan individu tersebut. Hal senada diungkapkan oleh Santrock (1998) bahwa konformitas muncul ketika remaja mengadopsi sikap atau perilaku remaja lain dikarenakan adanya tekanan yang nyata ataupun yang dibayangkannya. Tekanan itu timbul karena remaja merasakan perbedaan yang ada antara dirinya dengan teman-temannya yang menyebabkan

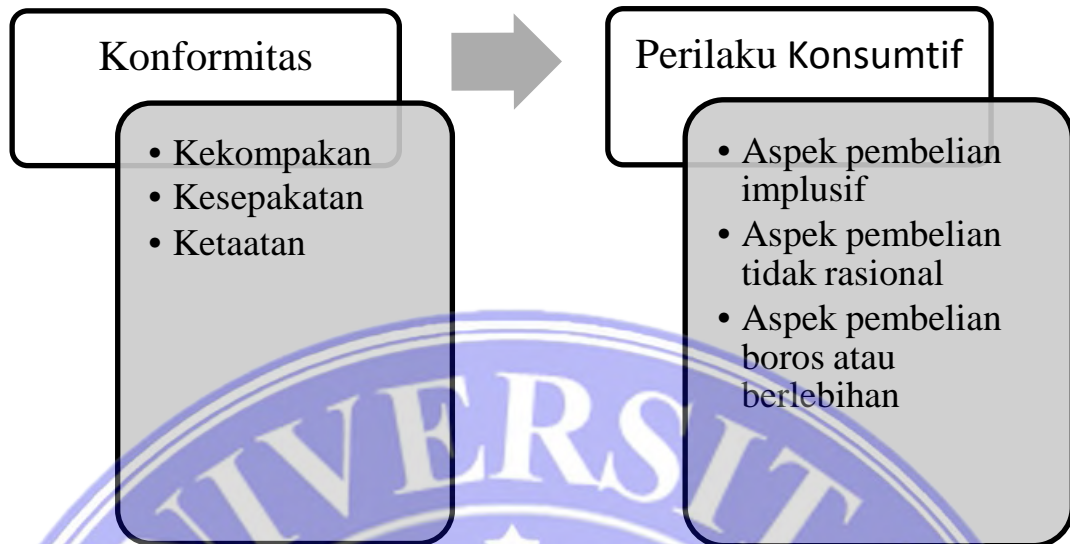
ketidaknyamanan dalam dirinya bahkan meskipun teman-temannya tidak menunjukkan perilaku tertentu untuk menekannya.

Hasil penelitian Sumarlin (2008) pada remaja dilingkungan peminum alkohol menunjukkan faktor yang besar pengaruhnya pada perilaku konsumtif yang dilakukan remaja adalah pengaruh konformitas dalam kelompok. Kelompok bagi subjek sangat besar pengaruhnya, karena dari kelompoknya subjek mendapatkan dukungan dalam berbagai hal. Dalam pengambilan keputusan, subjek mengambil keputusan bersama. Konformitas membuat remaja percaya pada apa yang dilakukan oleh kelompok dan membuat remaja bergantung pada teman-temannya. Rasa takut akan celaan membuat remaja menjadi peminum alkohol agar tidak disisihkan oleh kelompoknya.

Hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif juga terjadi pada remaja dengan cara mengikuti penampilan kelompok ataupun karena ingin diterima oleh kelompok, misalnya warna baju yang sama, ataupun perlengkapan sekolah yang sama. Adanya unsur perilaku membeli yang tidak sesuai kebutuhan dilakukan semata-mata demi hubungan konformitas yang telah dibentuk oleh remaja dengan peer group-nya dan juga terdapat unsur kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan pendapat Spangenberg, Sprott, Grohmann, and Smith (dalam Rusich, 2008), yang mengatakan bahwa disaat seseorang menyatakan ataupun telah melakukan pembelian produk, dikarenakan adanya tekanan atau paksaan dari kelompok, maka disaat itu juga dapat dikatakan bahwa konformitas memberikan peran penting pada pemakaian ataupun konsumsi produk.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh kelompok referensi atau biasa disebut dengan konformitas.

E. Kerangka Konseptual



F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri, dimana semakin tinggi konformitas remaja putri, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif mereka. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah konformitas remaja putri, maka semakin rendah pula perilaku konsumtif mereka.