

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, 2002).

Pandangan ini didukung oleh Piaget (dalam Hurlock, 2002) 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 (2004) 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 samapai 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, 2002).

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 operasioanal 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. Pengertian Remaja Putri

Istilah *adolescence* atau remaja berasal dari kata latin *adolescence* (kata bendanya *adolescenta* yang berarti remaja) yang berarti tumbuh menjadi dewasa. *Adolescence* artinya berangsur-angsur menuju kematangan secara fisik, akal, kejiwaan dan sosial serta emosional. Hal ini mengisyaratkan kepada hakikat umum, yaitu bahwa pertumbuhan tidak berpindah dari satu fase ke fase lainnya secara tiba-tiba, tetapi pertumbuhan itu berlangsung setahap demi setahap (Al-Mighwar, 2006).

1. Tahapan Perkembangan Remaja

Menurut Sarwono (2006) ada 3 tahap perkembangan remaja dalam proses penyesuaian diri menuju dewasa:

a. Remaja Awal (*Early Adolescence*)

Seorang remaja pada tahap ini berusia 10-12 tahun masih terheran-heran akan perubahan-perubahan yang terjadi pada tubuhnya sendiri dan dorongan-dorongan yang menyertai perubahan-perubahan itu. Mereka mengembangkan pikiran-pikiran baru, cepat tertarik pada lawan jenis dan mudah terangsang secara erotis. Dengan dipegang bahunya saja oleh lawan jenis, ia sudah berfantasi erotik. Kepekaan yang berlebih-lebihan ini ditambah dengan berkurangnya kendali terhadap “ego”. Hal ini menyebabkan para remaja awal sulit dimengerti orang dewasa.

b. Remaja Madya (*Middle Adolescence*)

Tahap ini berusia 13-15 tahun. Pada tahap ini remaja sangat membutuhkan kawan-kawan. Ia senang kalau banyak teman yang

menyukainya. Ada kecenderungan “*narcistic*”, yaitu mencintai diri sendiri, dengan menyukai teman-teman yang mempunyai sifat-sifat yang sama dengan dirinya. Selain itu, ia berada dalam kondisi kebingungan karena ia tidak tahu harus memilih yang mana: peka atau tidak peduli, ramai-ramai atau sendiri, optimis atau pesimis, idealis atau materialis dan sebagainya. Remaja pria harus membebaskan diri dari *Oedipoes Complex* (perasaan cinta pada ibu sendiri pada masa kanak-kanak) dengan mempererat hubungan dengan kawan-kawan dari lawan jenis.

c. Remaja Akhir (*Late Adolescence*)

Tahap ini (16-19 tahun) adalah masa konsolidasi menuju periode dewasa dan ditandai dengan pencapaian lima hal dibawah ini:

1. Minat yang makin mantap terhadap fungsi-fungsi intelek.
2. Egonya mencari kesempatan untuk bersatu dengan orang-orang lain dan dalam pengalaman-pengalaman baru.
3. Terbentuk identitas seksual yang tidak akan berubah lagi.
4. *Egocentrisme* (terlalu memusatkan perhatian pada diri sendiri) diganti dengan keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dengan orang lain.

Tumbuh “dinding” yang memisahkan diri pribadinya (*private self*) dan masyarakat umum (*the public*).

2. Tugas-Tugas Perkembangan Remaja

Menurut Havighurst (dalam Hurlock, 2002), 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 mengikatkan 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 karir 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 berkarir 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 kemasakan sel telur dan sperma, serta mempengaruhi produksi hormon kortikotrop berfungsi mempengaruhi kelenjar suprenalis, testosteron, esterogen, dan suprenalis 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).

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.

4. Ciri Perkembangan Remaja Putri

Ciri-ciri perkembangan remaja putri menurut Hurlock (2001), antara lain :

A. Perubahan Tubuh Pada Masa Puber

1. Perubahan Ukuran Tubuh

Perubahan fisik utama pada masa puber adalah perubahan ukuran tubuh dalam tinggi dan berat badan. Di antara anak-anak perempuan, rata-rata

peningkatan per tahun dalam tahun sebelum haid adalah 3 inci, tetapi peningkatan itu bisa juga terjadi dari 5 sampai 6 inci. Dua tahun sebelum haid peningkatan rata-rata adalah 2,5 inci. Jadi peningkatan keseluruhan selama dua tahun sebelum haid adalah 5,5 inci. Setelah haid, tingkat pertumbuhan 10 menurun sampai kira-kira 1 inci setahun dan berhenti sekitar delapan belas tahun.

2. Perubahan Proporsi Tubuh

Perubahan fisik pokok yang kedua adalah perubahan proporsi tubuh. Daerah-daerah tubuh tertentu yang tadinya terlampau kecil, sekarang menjadi terlampau besar karena kematangan tercapai lebih cepat dari daerah-daerah tubuh yang lain. Badan yang kurus dan panjang mulai melebar di bagian pinggul dan bahu, dan ukuran pinggang tampak tinggi karena kaki menjadi lebih panjang dari badan.

3. Ciri-ciri Seks Primer

Semua organ reproduksi wanita tumbuh selama masa puber, meskipun dalam tingkat kecepatan yang berbeda. Berat uterus anak usia sebelah atau dua belas tahun berkisar 5,3 gram; pada usia enam belas tahun rata-rata beratnya 43 gram. Tuba faloppi, telur, dan vagina juga tumbuh pesat pada saat ini. Petunjuk pertama bahwa mekanisme reproduksi anak perempuan menjadi matang adalah datangnya haid. Ini adalah permulaan dari serangkaian pengeluaran darah, lendir, dan jaringan sel yang hancur dari uterus secara berkala, yang akan terjadi kira-kira setiap dua puluh delapan hari sampai mencapai menopause. Periode haid umumnya terjadi pada jangka waktu yang sangat tidak teratur dan lamanya berbedabeda pada tahun-tahun pertama.

4. Ciri-ciri seks sekunder

a. Pinggul

Pinggul menjadi bertambah lebar dan bulat sebagai akibat membesarnya tulang pinggul dan berkembangnya lemak bawah kulit.

b. Payudara

Segera setelah pinggul mulai membesar, payudara juga berkembang. Puting susu membesar dan menonjol, dan dengan ini berkembangnya kelenjar susu, payudara menjadi lebih besar dan lebih bulat.

c. Rambut

Rambut kemaluan timbul setelah pinggul dan payudara mulai berkembang. Bulu ketiak dan bulu pada kulit wajah mulai tampak setelah haid. Semua rambut kecuali rambut wajah mulai lurus dan terang warnanya, kemudian menjadi lebih subur, lebih kasar, lebih gelap dan agak keriting.

d. Kulit

Kulit menjadi lebih kasar, lebih tebal, agak pucat dan lubang pori-pori bertambah besar.

e. Kelenjar

Kelenjar lemak dan kelenjar keringat menjadi lebih aktif. Sumbatan kelenjar lemak dapat menyebabkan jerawat. Kelenjar keringat di ketiak mengeluarkan banyak keringat dan baunya menusuk sebelum dan selama masa haid.

f. Otot

Otot semakin besar dan semakin kuat, terutama pada pertengahan dan menjelang akhir masa puber, sehingga memberikan bentuk pada bahu, lengan dan tungkai kaki.

g. Suara

Suara menjadi lebih penuh dan lebih semakin merdu. Suara serak dan suara yang pecah jarang terjadi pada anak perempuan.

B. Akibat Perubahan Remaja Putri Pada Masa Puber

1. Akibat terhadap keadaan fisik

Pertumbuhan yang pesat dan perubahan-perubahan tubuh cenderung disertai kelelahan, kelesuan dan gejala-gejala buruk lainnya. Sering terjadi gangguan pencernaan dan nafsu makan kurang baik. Anak prapuber sering terganggu oleh perubahan-perubahan kelenjar, besarnya, dan posisi organ-organ internal. Perubahan-perubahan ini mengganggu fungsi pencernaan yang normal. Anemia sering terjadi pada masa ini, bukan karena adanya perubahan dalam kimia darah tetapi kebiasaan makan yang tidak menentu yang semakin menambah kelelahan dan kelesuan.

2. Akibat pada sikap dan perilaku

Dapat dimengerti bahwa akibat yang luas dari masa puber pada keadaan fisik anak juga mempengaruhi sikap dan perilaku. Pada umumnya pengaruh masa puber lebih banyak pada anak perempuan daripada anak laki-laki, sebagian disebabkan karena anak perempuan biasanya lebih

cepat matang daripada anak laki-laki dan sebagian karena banyak hambatan-hambatan sosial mulai ditekankan pada perilaku anak perempuan justru pada saat anak perempuan mencoba untuk membebaskan diri dari berbagai pembatasan. Karena mencapai masa puber lebih dulu, anak perempuan lebih cepat menunjukkan tanda-tanda perilaku yang mengganggu daripada anak laki-laki. Tetapi perilaku anak perempuan lebih cepat stabil daripada anak laki-laki, dan anak perempuan mulai berperilaku seperti sebelum masa puber.

C. Akibat kematangan yang menyimpang

1. Matang lebih awal versus matang terlambat

Matang lebih awal kurang menguntungkan bagi anak perempuan daripada anak laki-laki. Anak perempuan yang matang lebih awal berperilaku lebih dewasa dan lebih berpengalaman, namun penampilan dan tindakannya dapat menimbulkan reputasi “kegenitan seksual”. Di samping itu, anak perempuan yang matang lebih awal banyak mengalami alah langkah dengan temantemannya dibandingkan dengan anak laki-laki yang matang lebih awal. Anak perempuan yang matang tidak mengalami gangguan psikologis sebanyak anak laki-laki yang matang terlambat.

2. Cepat matang versus lamban matang

Tingkat kecepatan dari kematangan seksual memberi pengaruh buruk terutama pada anak yang lamban matangnya. Meskipun anak yang cepat matang kadang-kadang secara emosional terganggu oleh ketakutan dan

kejanggalannya dan walaupun periode meningginya emosi lebih sering terjadi dengan intensitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan anak yang lamban matang, tetapi anak tidak pernah merasa khawatir apakah ia akan menjadi dewasa.

b. 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.

Konformitas terhadap kelompok teman sebaya ternyata merupakan suatu hal yang banyak terjadi pada masa remaja, agar remaja dapat diterima dalam kelompoknya maka penampilan yang dimanfaatkan untuk memperoleh hasil yang menyenangkan yaitu merasa terlibat menarik atau merasa mudah berteman. Zebua dan Nurdhayadi (dalam Hotpascaman,2009) mengemukakan bahwa konformitas pada remaja umumnya terjadi karena mereka tidak ingin dipandang berbeda dengan teman-temannya. Pada remaja, tekanan teman sebaya lebih dominan. Hal ini disebabkan oleh besarnya keinginan untuk menjaga harmonisasi dan penerimaan social dalam kelompok.

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 (dalam Luciana 2006), 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-tidaknya 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:

- i. Kepercayaan terhadap kelompok : semakin besar kepercayaan individu terhadap kelompok sebagai sumber informasi yang benar, semakin besar pula kemungkinan untuk menyesuaikan diri terhadap kelompok.
- ii. 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 social

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 melalukan 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 (2003) mengatakan bahwa ada enam ciri-ciri yang menandakan konformitas, yaitu:

- a. Besarnya kelompok, kelompok yang kecil lebih memungkinkan melakukan konformitas daripada kelompok yang besar.
- b. Suara bulat, lebih mudah mempertahankan pendapat jika banyak kawannya.

- c. Keterpaduan atau kohesivitas, semakin besar kohesivitas maka akan tinggi keinginan individu untuk melakukan konformitas terhadap kelompok
- d. Status, bila status individu dalam kelompok belum ada maka individu akan melakukan konformitas agar dirinya memperoleh status sesuai harapannya.
- e. 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.
- f. 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.

C. 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.

Sumartono (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu tindakan yang menggunakan produk secara tidak tuntas atau dengan kata lain individu akan membeli barang yang sama dengan merek yang lain atau membeli barang yang lain dengan iming-iming hadiah atau layaknya orang yang menggunakan produk tersebut padahal produk yang lama belum habis terpakai.

Menurut Griffin (dalam Sangadji & Sopiah, 2013) perilaku konsumtif adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan kegiatan evaluasi. Selanjutnya Kotler (Sangadji & Sopiah, 2013) menjelaskan perilaku konsumen sebagai studi tentang unit pembelian bisa perorangan, kelompok, atau organisasi. Masing-masing unit tersebut akan membentuk pasar sehingga muncul pasar individu atau pasar konsumen, unit pembelian kelompok, dan pasar bisnis yang dibentuk organisasi.

Hawkins dkk (Suryani, 2008) perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi serta proses yang dilakukan untuk produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat. Hal yang hampir sama diungkapkan oleh Schiffman dan Kanuk (Suryani 2008) bahwa perilaku konsumen merupakan studi yang mengkaji bagaimana individu membuat keputusan membelanjakan sumber daya yang tersedia dan dimiliki (waktu, uang

dan usaha) untuk mendapatkan barang dan jasa yang nantinya akan dikonsumsi. Konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

Mowen (dalam Jessica gumulya 2012) menjelaskan bahwa perilaku konsumen yang bertindak secara emosional tanpa didasarkan perencanaan dan kebutuhan melainkan hanya karena suatu pemuasan, pemenuhan keinginan akan suatu produk yang dianggap menarik, kemudian melakukan pembelian dengan tidak mempertimbangkan sisi keuangan. Orang yang membeli sesuatu karena keinginannya, maka orang tersebut tergolong bertindak tidak rasional dan akan menjadi perilaku yang konsumtif. Dengan kata lain, perilaku konsumen yang rasional adalah perilaku membeli yang tidak didasarkan pada emosinya melainkan rasio. Misalnya orang membeli barang tidak didasarkan pada keinginannya, tapi pada saat itu barang memang dibutuhkan dan harus segera dibeli.

Perilaku konsumtif lebih banyak terjadi pada kalangan wanita dibandingkan pria. Sejalan dengan pendapat Hadipranata (dalam Lina dan Rosyid, 1997) mengamati bahwa wanita mempunyai kecendrungan lebih besar untuk berperilaku konsumtif dibandingkan pria. Hal ini disebabkan karena konsumen wanita yang cenderung lebih emosional ketimbang pria yang berfikir lebih menggunakan logikanya.

Hadipranata (dalam Hotpascaman, 2009) mengatakan bahwa wanita sering menggunakan emosinya dalam berbelanja. Kondisi ini mengakibatkan mereka tidak segan-segan untuk membeli semua barang yang mereka inginkan, meskipun

barang tersebut bukan yang mereka butuhkan sehingga mereka pun termasuk dalam kategori orang-orang yang berperilaku konsumtif.

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. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu yang semata-mata untuk memuaskan kesenangan serta lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan.

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 dkk), 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 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 impulsif, aspek pembelian tidak rasional, dan aspek pembelian boros atau berlebihan.

5. Ciri – Ciri Perilaku Konsumtif

Adapun ciri-ciri perilaku konsumtif menurut Ayu, 2009 yaitu :

1. Keinginan untuk membeli secara spontan

Suatu keinginan untuk membeli suatu barang yang tidak direncanakan sebelumnya, tetapi muncul secara tiba-tiba atau spontan. Jika keinginan seperti ini terus dibiarkan serta dituruti, ini akan menjadi sebuah kebiasaan yang sulit dihentikan. Terlebih setelah maraknya tempat yang menjadi pusat perdagangan yang menawarkan barang yang sangat menarik.

2. *Shopaholic*

Seseorang yang tidak mampu menahan keinginannya untuk berbelanja sehingga menghabiskan banyak waktu dan uang untuk berbelanja meskipun barang-barang yang dibelinya tidak selalu ia butuhkan.

Banyak individu yang rela menguras isi kantong demi membeli berbagai macam yang tidak mereka butuhkan untuk mendapatkan kenikmatan dan kesenangan jika berhasil membeli barang itu.

3. Keinginan untuk bermewah-mewah

Seseorang yang memiliki keinginan membeli sesuatu yang tidak diperlukan secara berlebihan dengan tujuan hanya sekedar untuk kebanggaan atau menjaga gengsi. Perilaku seperti ini biasanya berlaku dikalangan orang kaya yang gemar membelanjakan sebagian besar harta untuk membeli barang-barang yang diperlukan maupun yang tidak diperlukan.

Berdasarkan uraian diatas ada beberapa ciri-ciri perilaku konsumtif antara lain: keinginan membeli secara spontan, gejala demam belanja, dan keinginan membeli untuk bermewah-mewah.

Grinder (dalam Jessicamulya, 2012) lebih lanjut menjelaskan tentang ciri-ciri individu yang berperilaku konsumtif yaitu :

- a. Pola konsumsi yang bersifat foya-foya
- b. Boros
- c. Tidak biasa menunda kepuasan
- d. Selalu merasa tidak puas jika belum memiliki barang yang diinginkan
- e. Hasrat memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya,

D. Hubungan konformitas Dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri

Bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial. Alasannya diantara lain bukan saja karena pola konsumtif seseorang berbentuk pada usia remaja, tetapi karena masa ini merupakan fase pencarian jati diri. Biasanya mereka selalu ingin tahu dan mencoba sesuatu yang baru dilihat atau diketahuinya dari lingkungan sekitarnya, mulai lingkungan keluarga, sekolah, teman sepermainan dan masyarakat.

Disamping itu biasanya remaja mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan dan cenderung boros. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja (Stone dalam Prabu, 1998). Remaja cenderung memiliki keinginan untuk tampil menarik. Hal tersebut dilakukan remaja dengan menggunakan busana dan aksesoris, seperti sepatu, tas, jam tangan, kosmetik dan sebagainya yang dapat menunjang penampilan mereka.

Para remaja juga tidak segan-segan untuk membeli barang yang menarik dan mengikuti trend yang sedang berlaku, karena jika tidak mereka akan dianggap kuno, kurang “gaul” dan tidak trendi. Selain itu, remaja putri sesuai dengan karakteristiknya yang selalu senang berdandan, dan dipuji dibandingkan remaja putra, sehingga mudah sekali bagi remaja putri untuk terkondisi dengan perilaku konsumtif.

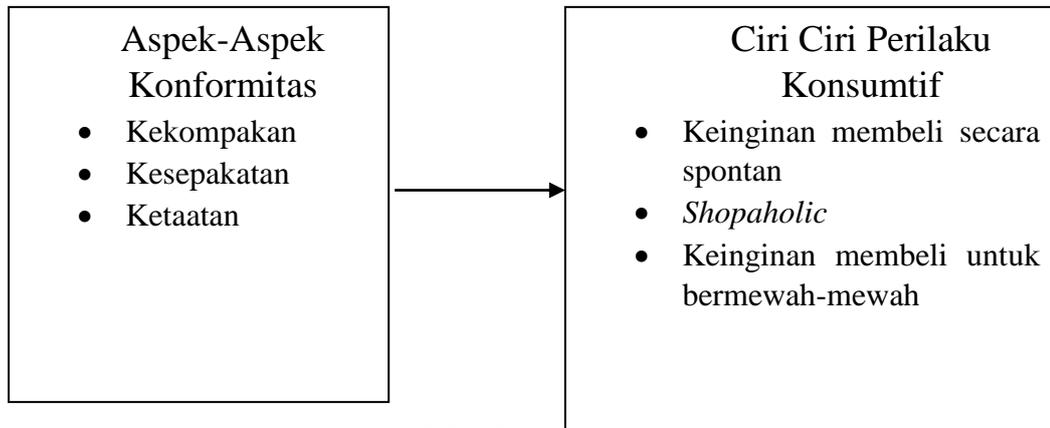
Perilaku membeli di kalangan remaja dapat menjadi ajang pemborosan biaya jika perilaku konsumtif yang timbul didasarkan pada faktor-faktor di atas karena selain remaja masih dalam pengawasan orang tua mereka juga mendapat sumber dana masi dari orang tua. Dengan kata lain remaja masih belum memiliki oengasilan sendiri dan melakukan pembelian secara berlebihan dari uang yang diberikan.

Sesuai yang telah dikemukakan diatas, menurut Zebua dan Nurdjayadi dalam Hotpascaman, S 2009) berdasarkan pendekatan Psikologi konsumnen, juga menyatakan bahwa remaja khususnya remaja-remaja putri merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik khas seperti muda tertarik pada mode, muda terbujuk iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, kurang realistic, romantic, dan impulsif, karakteristik ini tampaknya memudahkan mereka terjerat dalam perilaku membeli kurang efisien. Hal ini terlihat dari banyaknya remaja putri yang membeli produk fashion dan aksesoris di toko-toko seperti baju, tas, sandal, sepatu, kosmetik dan sebagainya. Mereka tak jarang membeli produk fashion dan barang-barang yang sama dengan teman-temannya, seingga konformitas pun muncul.

Konformitas pada remaja umumnya terdiri atas keinginan untuk dilibatkan di dalam dunia teman sebaya, seperti keinginan untuk meluangkan waktu dengan anggotanya serta berpakaian layaknya teman-teman mereka. Menurut Hurlock (1994) karena remaja lebih banyak berada di luar rumah bersama dengan teman-teman sebaya sebagai kelompok, maka dapatlah mengerti bahwa pengaruh teman-teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat, penampilan dan perilaku terkadang lebih besar dari pada pengaruh keluarga. Misalnya, sebagian besar remaja mengetahui bahwa mereka memakai model pakaian yang sama dengan pakaian anggota kelompok, maka kesempatan baginya untuk diterima oleh kelompok menjadi lebih besar. Kebanyakan remaja berharap menjadi anggota kelompok acuan dan menolak menjadi tampak beda. Ketika pendapat remaja berbeda dengan pendapat kelompok maka kemungkinan ia akan merasa tertekan dan berusaha mengubah pendapatnya untuk melakukan konformitas dengan pendapat kelompok tersebut. Penyesuaian diri dengan norma yang ada dalam kelompok tanpa pemikiran yang mandiri disebut sebagai konformitas.

Maka dari uraian di atas dapat disimpulkan adanya hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam pembelian kosmetik. Semakin positif konformitas maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif dalam pembelian kosmetik, atau sebaliknya semakin negatif konformitasnya maka semakin rendah perilaku konsumtifnya terhadap pembelian kosmetik pada remaja putri.

E. Kerangka Konseptual



F. Hipotesis

Berdasarkan uraian yang telah dibahas sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan yang dinyatakan dalam hipotesis sebagai berikut: adanya hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam pembelian kosmetik pada remaja putri, dengan asumsi semakin tinggi konformitas pada remaja putri maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya, sebaliknya apabila semakin rendah tingkat konformitas maka akan semakin rendah pula perilaku konsumtifnya.