

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Mahasiswa

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas (Hartaji, 2012). Dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBI), mahasiswa didefinisikan sebagai orang yang belajar di Perguruan Tinggi (Kamus Bahasa Indonesia Online, kbbi.web.id).

Menurut Siswoyo (2007) mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi.

Mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi. Mahasiswa adalah manusia yang tercipta untuk selalu berpikir yang saling melengkapi (Dwi Siswoyo, 2007). Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademik, mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi.

Jadi Mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi. Mahasiswa adalah manusia yang tercipta untuk selalu berpikir yang saling melengkapi. Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademi, mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi.

Karakteristik mahasiswa secara umum yaitu stabilitas dalam kepribadian yang mulai meningkat, karena berkurangnya gejolak-gejolak yang ada didalam perasaan. Mereka cenderung memantapkan dan berpikir dengan matang terhadap sesuatu yang akan diraihinya, sehingga mereka memiliki pandangan yang realistik tentang diri sendiri dan lingkungannya. Selain itu, para mahasiswa akan cenderung lebih dekat dengan teman sebaya untuk saling bertukar pikiran. Sedangkan karakteristik mahasiswa yang mengikuti perkembangan jaman modern adalah mereka memiliki rasa ingin tahu terhadap kemajuan gaya hidup, seperti pakaian yang sedang tren, teknologi yang semakin canggih dan tempat-tempat nongkrong yang lagi tren. Mereka pasti akan mengikutinya karena mereka sangat mudah terpengaruh dengan apa yang sering marak pada saat itu.

B. Gaya Hidup Konsumtif

1. Pengertian Gaya Hidup Konsumtif

Secara sederhana, pengertian gaya hidup adalah cara seseorang hidup (Hawkins dll, 1998). Disisi lain Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, membelanjakan

uang, dan mengalokasikan waktunya (Mowen dll, 2002). Hal senada juga diungkap oleh Engel, dkk (dalam Mardiani, 2007) menyebutkan bahwa gaya hidup didefinisikan sebagai pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang yang secara ringkas mencerminkan nilai konsumen.

Sedangkan gaya hidup (*lifestyle*) diartikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia didalam masyarakat. Gaya hidup menunjukkan dimana orang mengatur kehidupan pribadinya, kehidupan masyarakat, perilaku di depan umum, dan upaya membedakan statusnya dari orang lain melalui lambang-lambang sosial. Gaya hidup secara umum didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya.

Adapun pengertian lain daripada gaya hidup menurut para ahli yaitu: Gaya hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya (Susanto, 2006). Gaya hidup merupakan *frame of reference* yang dipakai seseorang dalam bertingkah laku dan konsekuensinya akan membentuk pola perilaku tertentu, terutama bagaimana dia ingin dipersepsikan oleh orang lain, sehingga gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana ia membentuk image di mata orang lain, berkaitan dengan status sosial yang disandangnya (Widiastuti, 2009). Untuk merefleksikan image inilah, dibutuhkan simbol-simbol status tertentu yang sangat berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumsinya.

Sebuah gaya hidup memungkinkan dapat digunakan sebagai cara yang mudah untuk mengenal perbedaan kelompok-kelompok dalam masyarakat. Seolah-olah lewat gaya hidup kelompok sosial dapat diidentifikasi kehadirannya. Gaya adalah satu wahana dimana seseorang dapat dinilai dan menilai orang lain. Gaya sebagai wahana pendefinisian diri (*self*). Gaya juga merupakan wahana untuk memahami masyarakat baik gaya dalam

organisasi, kepemimpinan, dan konsumsi. Gaya sebagai elemen pembentuk kesadaran yang total dan dahsyat tentang dunia sebagai informasi dan sebagai pembentuk citra dari diri sendiri.

Seseorang cenderung ingin memiliki sesuatu yang mencerminkan gaya, karena dengan gaya seseorang dapat mendefinisikan dirinya sendiri. Maka dari itu gaya hidup juga dapat diartikan pola (durasi, intensitas, kuantitas) penggunaan waktu, ruang dan barang di dalam kehidupan sosial. Gaya hidup dibentuk didalam sebuah ruang sosial (*social space*), yang didalamnya terjadi sintesis antara aktivitas belanja dan kesenangan. Didalam kapitalisme masyarakat dikonstruksikan secara sosial ke dalam berbagai ruang gaya hidup, yang menjadikan mereka sangat bergantung pada irama pergantian gaya, citra, status yang ditawarkan didalamnya.

Manusia mengaktualisasikan dirinya lewat semiotisasi kehidupan. Semiotisasi kehidupan tersebut merupakan suatu tanda-tanda dan kode-kode dimana diwujudkan dalam bentuk waktu, uang dan barang. Didalam dunia konsumerisme, apapun dapat dikonstruksi sebagai bagian dari gaya hidup, selama ia dapat dirubah menjadi citra, tanda dan gaya. Gaya hidup adalah cara seseorang mengkonsumsi waktu dan uangnya untuk mengaktualisasikan dirinya.

Dari berbagai pendapat mengenai gaya hidup, konsep *gaya hidup* yang dipakai dalam penelitian ini adalah cara seseorang menampilkan identitas dirinya lewat penggunaan waktu, uang dan barang. Untuk menangkap suatu gaya hidup dapat dilihat dari barang-barang yang dimiliki, dikonsumsi, dan yang dipakai sehari-hari dan yang biasanya bersifat modis, trendi. Dalam artian mengikuti mode dan mengikuti tren berbagai jenis kuliner yang terkenal.

Konsumtif diartikan sebagai pemakaian (pembelian) atau pengonsumsi barang-barang yang sifatnya karena tuntutan gengsi semata dan bukan menurut tuntutan kebutuhan

yang dipentingkan (Barry, 1994). Oleh karena itu, arti kata konsumtif (*consumptive*) adalah boros atau perilaku yang boros, yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Dalam arti luas konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah.

Pengertian konsumtif, menurut Yayasan Lembaga Konsumen (YLK), yaitu batasan tentang perilaku konsumtif sebagai kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas. Definisi konsep perilaku konsumtif sebenarnya amat variatif. Akan tetapi pada intinya perilaku konsumtif adalah membeli atau menggunakan barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan. Dalam psikologi, ini dikenal sebagai *compulsive buying disorder* (penyakit kecanduan belanja). Penderitanya tidak menyadari dirinya terjebak dalam kubangan metamorfosa antara keinginan dan kebutuhan. Hal ini bisa menyerang siapa saja, perempuan atau laki-laki.

Perilaku konsumtif menurut Rosandi (2004) adalah suatu perilaku membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Suatu keinginan dalam mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

Perilaku konsumtif biasanya lebih dipengaruhi oleh faktor emosi daripada rasio. Karena pertimbangan-pertimbangan dalam membuat keputusan untuk membeli suatu produk, lebih menitikberatkan pada status sosial, mode, dan kemudahan daripada pertimbangan ekonomis. Gaya hidup saat ini menjadi sebuah *tren* atau identitas baru yang dipakaidalam mengukur tingkat kemampuan seseorang (Tambunan www.psikologi.net, 2011). Gaya hidup atau *lifestyle* sebenarnya sudah ada sejak manusia mulai mengenal barter atau pembayaran yang dilakukan dengan cara menukar dengan barang yang dianggap sepadan.

Ini juga dapat menjadi ciri atau identitas suatu bangsa karena setiap bangsa memiliki ciri khas masing-masing dalam melakukan gaya hidup mereka.

Istilah gaya hidup konsumtif diartikan sebagai aktifitas yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa, yang menjadi masalah ketika kecenderungan yang sebenarnya wajar pada masyarakat ini dilakukan secara berlebihan. Gaya hidup konsumtif (Pratiwi, 2012) meliputi seluruh kelompok masyarakat termasuk mahasiswa. Mahasiswa merupakan sekelompok pemuda yang seharusnya mengisi waktunya dengan menambah pengetahuan, keterampilan, dan keahlian, serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan positif sehingga memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa. Tetapi, kehidupan kampus telah membentuk gaya hidup khas dikalangan mahasiswa dan terjadi akulturasi sosial budaya tinggi dalam mempertahankan prestise dari masing-masing individu. Sebelum terjadi globalisasi dan modernisasi masih banyak mahasiswa yang berorientasi ke masa depan dan jarang melakukan hal-hal yang aneh. Berbeda dengan sekarang, mahasiswa berubah dalam hal berpakaian, pergaulan, pemakaian uang dan kebutuhan lain yang menjadi berlebihan, tidak sesuai kebutuhan.

Berbagai hasil penelitian tentang gaya hidup mahasiswa tentunya sudah banyak dilakukan dengan berbagai macam kebiasaan didalamnya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Wulan Nindya Mantri (2007) tentang "*perbedaan gaya hidup konsumtif mahasiswa UNNES dan UNIKA dalam kehidupan kampus*", yang menjelaskan bahwa mahasiswa konsumtif merupakan mahasiswa yang mengikuti mode di dalam ataupun di luar kampus. Sering pergi ke tempat-tempat yang dapat meningkatkan citra pergaulannya dan sering melakukan kegiatan belanja atau disebut *shopping* oleh mahasiswa pada umumnya. Produk-produk yang menarik untuk dikonsumsi oleh mahasiswa adalah produk-produk yang dapat mendukung penampilan dan produk-produk yang dapat memenuhi kepuasan. Mahasiswa

konsumtif seringnya membeli produk-produk baru padahal produk-produk yang lama belum rusak atau masih dapat digunakan. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswa dalam kehidupan kampus yaitu :

- a. Perilaku pergaulan mahasiswa,
- b. Kehidupan ekonomi mahasiswa,
- c. Pengaruh informasi dan teknologi,
- d. Didikan dari orangtua dan keluarga.

Gaya hidup mahasiswa, mengarah kepada perilaku konsumtif yang bertujuan untuk meningkatkan *prestise*. Gaya hidup merupakan istilah yang sedang populer saat ini dalam kehidupan mahasiswa. Dahulu mahasiswa tidak terlalu mementingkan urusan penampilan dan gaya hidup. Mereka lebih mementingkan masalah kebutuhan pokok daripada masalah penampilan, tetapi sekarang berbeda keadaannya karena kini urusan penampilan dan gaya hidup mulai menjadi perhatian serius, terutama dikalangan mahasiswa.

Perkembangan disegala bidang terjadi sekarang ini, baik secara langsung maupun tidak langsung menuntut mahasiswa untuk mampu beradaptasi dengan berbagai bentuk perubahan dan pembaharuan. Banyak mahasiswa yang melakukan apa saja untuk mendapatkan sesuatu yang mereka inginkan. Mahasiswa di kampus, terutama perempuan berlomba- lomba mengenakan pakaian mahal dari berbagai jenis merek yang tersedia di pasaran. Tujuan mereka adalah untuk mendukung penampilan dan memperlihatkan bahwa pakaian yang mereka pakai itu mahal, tidak semua orang dapat memiliki pakaian tersebut.

Mahasiswa yang selalu bersaing dalam kegiatan yang selalu dianggap baik dan tinggi nilainya, tidak lepas dari gengsi yang dimilikinya. Mahasiswa tidak mau dianggap *kuper, kuno, cupu*, baik dalam hal berpakaian, pengkonsumsian makanan, maupun dalam hal pergaulan. Kenyataannya, mahasiswa yang membeli produk-produk mahal demi memenuhi kebutuhan dan agar selalu dianggap *up to date*. Mahasiswa rela meminjam uang untuk

membeli barang bermerek, melakukan hal yang selalu berhubungan dengan perlombaan meningkatkan citra pergaulan dikalangan mahasiswa.

Tingkat konsumsi yang berlebihan cenderung mengarah ke ajang memamerkan barang, dan mengarah pada kesenjangan sosial yang semakin jauh antara mahasiswa yang mempunyai gaya hidup mewah dengan yang memiliki gaya hidup sederhana. Mahasiswa terbawa oleh kebiasaan-kebiasaan yang ditimbulkan dari adanya para mahasiswa lain yang kehidupan ekonominya sudah terbiasa tinggibaik dalam sikap maupun perilakunya, terpengaruh teknologi yang semakin tinggi peradabannya.

2. Aspek-aspek Gaya Hidup Konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (1997) adalah:

- a. Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*), Aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba / keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.
- b. Pemborosan (*Wasteful buying*) Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghamburhamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.
- c. Mencari kesenangan (*Non rational buying*), Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana para remaja dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya lain daripada yang lain dan membuatnya merasa trendy. Maka aspek-aspek dalam perilaku konsumtif adalah pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Konsumtif

Menurut Amstrong (Apriliyanti, 2015) gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan individu seperti kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa.

Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif ada 2 faktor yaitu :

A. Faktor Internal

1. Sikap merupakan evaluasi, perasaan, emosional, dan kecenderungan tindakan yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu objek atau gagasan. Sikap membeli dilakukan konsumen berdasarkan pengalaman dan proses belajar yang dapat berupa sikap positif atau negatif terhadap produk tertentu
2. Pengamatan merupakan respon dimana konsumen menyadari dan mengintegrasikan aspek lingkungan. Pengamatan seseorang dipengaruhi oleh pengalamannya. Pengalaman diperoleh dari semua perbuatan di masa lalu yang dipelajari. Hasil pengamatan individu akan membentuk pandangan tertentu terhadap suatu produk.
3. Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada individu yang sangat menentukan perilakunya, Kepribadian dapat diuraikan dalam sifat-sifat percaya diri, dominasi, kemudahan bergaul, otonomi, mempertahankan diri, menyesuaikan diri, dan keagresifan. Sifat-sifat ini berbeda pada tiap individu. Perubahan sifat-sifat individu tentunya akan membentuk pola perilaku yang berbeda pula, termasuk dalam hal mengkonsumsi suatu barang.
4. Konsep diri adalah apa yang dimiliki seseorang memberi kontribusi dan mencerminkan identitas mereka. Konsep diri merupakan cara kita melihat diri sendiri dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan

(Mangkunegara, 2002). Konsep diri yang berbeda pada setiap orang menyebabkan pandangan seseorang dalam membeli produk juga berbeda.

5. Motif adalah suatu kebutuhan yang dapat mendorong seseorang untuk bertindak. Motivasi seseorang dalam membeli adalah memuaskan dorongan kebutuhan dan keinginan yang diarahkan untuk mengurangi rasa ketegangan.

B. Faktor eksternal atau Lingkungan

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor lingkungan dimana individu tersebut dilahirkan dan dibesarkan. Konsumen yang berasal dari lingkungan yang berbeda akan memiliki penilaian, kebutuhan, dan selera yang berbeda-beda. Faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah:

1. Kelompok referensi atau sosial, menyatakan bahwa manusia sejak lahir mempunyai keinginan untuk menjadi satu dengan lingkungannya dan berinteraksi dengan manusia lain. Keinginan tersebut menimbulkan kelompok sosial yaitu kesatuan sosial yang menjadi tempat individu berinteraksi satu sama lain. Kelompok sosial ini sering disebut sebagai kelompok acuan. Kelompok acuan adalah kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang.
2. Keluarga merupakan pengaruh utama dalam pembentukan sikap dan perilaku seseorang. Peranan setiap anggota keluarga dalam membeli berbeda-beda menurut barang yang akan dibelinya. Anggota keluarga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku membeli.
3. Kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Perilaku konsumen antar kelas sosial yang satu akan berbeda dengan kelas sosial yang lain. Pada umumnya seseorang dari golongan bawah akan

menggunakan uangnya dengan cermat bila dibandingkan dengan mereka yang berasal dari golongan atas. Konsumen dari golongan atas, dalam memilih barang biasanya cenderung berbelanja dengan memilih yang terbaik.

4. Sub Kebudayaan, Kebudayaan terdiri atas sub-sub budaya yang lebih kecil. Sub-sub budaya ini memberikan banyak ciri-ciri dan sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub kebudayaan terdiri atas kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.

C. Konsep Diri

1. Pengertian Konsep Diri

Secara umum Agustiani (2009) menjelaskan bahwa konsep diri merupakan gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya, yang dibentuk melalui pengalaman-pengalaman yang diperoleh dari interaksi dengan lingkungan. Konsep diri bukan merupakan faktor bawaan, melainkan berkembang dari pengalaman yang terus menerus dan terdiferensiasi. Dasar dari konsep diri individu ditanamkan pada saat-saat dini kehidupan anak dan menjadi dasar yang mempengaruhi tingkah lakunya di kemudian hari.

William H. Fitts (dalam Agustiani, 2009) mengemukakan bahwa konsep diri merupakan aspek penting dalam diri seseorang, karena konsep diri seseorang merupakan kerangka acuan (*frame of reference*) dalam berinteraksi dengan lingkungan. Ia menjelaskan konsep diri secara fenomenologis, dan mengatakan bahwa ketika individu memper-sepsikan dirinya, bereaksi tentang dirinya, memberikan arti dan penilaian serta membentuk abstraksi terhadap dirinya, berarti ia menunjukkan suatu kesadaran diri (*self awareness*) dan kemampuan untuk keluar dari dirinya sendiri untuk melihat dirinya seperti yang ia lakukan terhadap dunia di luar dirinya. Diri secara keseluruhan (*total self*) seperti yang dialami

individu tersebut disebut juga diri fenomenal. Diri fenomenal ini adalah diri yang diamati, dialami, dan dinilai oleh individu sendiri, yaitu diri yang ia sadari. Keseluruhan kesadaran atau persepsi ini merupakan gambaran tentang diri atau konsep diri.

Sedangkan menurut Rogers (dalam Alwisol, 2006) konsep diri menggambarkan konsepsi orang mengenai dirinya sendiri, ciri-ciri yang dianggapnya menjadi bagian dari dirinya. Misalnya, orang mungkin memandang dirinya sebagai :“*saya cerdas, menyenangkan, jujur, baik hati, dan menarik*”. Konsep diri juga menggambarkan pandangan diri dalam kaitannya dengan berbagai perannya dalam kehidupan dan dalam kaitannya dengan hubungan interpersonal. Centi (1993), konsep diri (*self concept*) tidak lain dan tidak bukan adalah gagasan tentang diri sendiri. Konsep diri terdiri dari bagaimana kita melihat diri sendiri sebagai pribadi, bagaimana kita merasa tentang diri sendiri, dan bagaimana kita menginginkan diri sendiri menjadi manusia sebagaimana kita harapkan.

Hurlock mengatakan bahwa konsep diri merupakan gambaran seseorang mengenai diri sendiri yang merupakan gabungan dari keyakinan fisik, psikologis, sosial, emosional aspiratif, dan prestasi yang mereka capai. Sedangkan Burn mendefinisikan konsep diri sebagai kesan terhadap diri sendiri, pendapat tentang gambaran diri di mata orang lain, dan pendapatnya tentang hal-hal yang dicapai (Risnawati, 2010).

2. Bentuk-bentuk Konsep Diri

Tingkah laku sangat bergantung pada kualitas konsep diri yang dimiliki oleh individu, dalam bentuknya konsep diri terbagi menjadi dua bentuk, yaitu konsep diri positif dan konsep diri negatif.

Konsep diri positif, menurut Emmart (dalam Rahmat 2005), orang yang memiliki konsep diri positif menunjukkan karakteristik sebagai berikut :

1. Merasa mampu mengatasi masalah. Pemahaman diri terhadap kemampuan subyektif untuk mengatasi persoalan-persoalan obyektif yang dihadapi.

2. Merasa setara dengan orang lain. Pemahaman bahwa manusia dilahirkan tidak dengan membawa pengetahuan dan kekayaan. Pengetahuan dan kekayaan didapatkan dari proses belajar dan bekerja sepanjang hidup. Pemahaman tersebut menyebabkan individu tidak merasa lebih atau kurang terhadap orang lain.
3. Menerima pujian tanpa rasa malu. Pemahaman terhadap pujian, atau penghargaan layak diberikan terhadap individu berdasarkan dari hasil apa yang telah dikerjakan sebelumnya.
4. Merasa mampu memperbaiki diri. Kemampuan untuk melakukan proses refleksi diri untuk memperbaiki perilaku yang dianggap kurang.

Individu yang mempunyai konsep diri positif dapat mengembangkan diri secara optimal sesuai dengan bakat dan kemampuannya, dan akan merasa puas dengan diri dan hidupnya (Jalaludin Rakhmat 2005).

Konsep diri negatif, selain konsep diri positif, individu dapat membentuk konsep diri negatif. Emmart (dalam Rahmat 2005) memberikan ciri-ciri individu yang memiliki konsep diri negatif sebagai berikut :

1. Kurangnya kemampuan untuk menerima kritik dari orang lain sebagai proses refleksi diri.
2. Bersikap responsif terhadap pujian. Bersikap yang berlebihan terhadap tindakan yang telah dilakukan, sehingga merasa segala tindakannya perlu mendapat penghargaan.
3. Cenderung merasa tidak disukai orang lain. Perasaan subyektif bahwa setiap orang lain disekitarnya memandang dirinya dengan negatif.
4. Mempunyai sikap hiperkritik. Suka melakukan kritik negatif secara berlebihan terhadap orang lain.
5. Mengalami hambatan dalam interaksi dengan lingkungan sosialnya. Merasa kurang mampu dalam berinteraksi dengan orang-orang lain.

Individu yang memiliki konsep diri negatif akan cenderung tidak dapat menerima keadaan dirinya. Kemungkinan individu yang bersangkutan akan merasa rendah diri atau dapat menimbulkan efek yang kurang baik bagi pengembangan dirinya dan mempengaruhi tingkah lakunya (Jalaludin Rakhmat 2005).

Dari ciri-ciri yang telah dipaparkan di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa individu yang mengembangkan konsep diri positif akan merasa dirinya berharga sehingga lebih percaya pada dirinya dalam menghadapi berbagai situasi. Sebaliknya individu yang mengembangkan konsep diri negatif mempunyai kesulitan dalam menerima dirinya sendiri dan sering menolak dirinya serta sulit bagi mereka melalukan penyesuaian diri yang baik.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri

Banyak faktor yang mempengaruhi pembentukan dan perkembangan konsep diri seseorang. Menurut Hurlock (dalam burns, 1993), faktor-faktor yang dapat membentuk konsep diri adalah sebagai berikut :

- a. Usia kematangan, remaja yang matang lebih awal dan yang diperlakukan seperti orang dewasa, mengembangkan konsep diri yang menyenangkan sehingga dapat menyesuaikan diri dengan baik.
- b. Penampilan diri, penampilan diri yang berberda membuat remaja merasa rendah diri meskipun perbedaan yang ada menambah daya tarik fisik. Sebaliknya, daya tarik fisik menimbulkan penilaian yang menyenangkan tentang ciri kepribadian dan menmbah dukungan sosial.
- c. Seks (jenis kelamin), kepatuhan individu dalam penampilan diri, minat dan perilaku membantu remaja untuk mencapai konsep diri yang baik, sebaliknya apabila kepatuhan tidak baik maka remaja tidak bisa mencapai konsep diri yang baik.
- d. Nama dan julukan, remaja akan peka dan merasa malu bila temannya menilai namanya buruk atau bila mereka memberi nama julukan yang bernada cemooh.

- e. Hubungan keluarga, remaja yang mempunyai hubungan erat dengan anggota keluarganya akan mempunyai persepsi yang baik terhadap dirinya dan ingin mengembangkan pola kepribadian yang sama.
- f. Teman-teman sebaya, konsep diri remaja merupakan cerminan dari anggapan konsep dari teman-temannya untuk dirinya, dan remaja juga berada dalam tekanan untuk mengembangkan ciri kepribadian yang diakui oleh kelompok.
- g. Kreativitas, remaja yang semasa anak-anak didorong agar kreatifitas dalam bermain dan dalam tugas akademis, mengembangkan perasaan individualistik dan identitas yang memberi pengaruh yang baik pada konsep dirinya, demikian juga sebaliknya.
- h. Cita-cita, remaja yang memiliki cita-cita namun tidak dapat tercapai, maka akan mengalami kegagalan, sehingga dapat menimbulkan perasaan tidak mampu dan reaksi-reaksi bertahan dimana mereka akan menyalahkan orang lain karena kegagalannya.

4. Aspek-aspek Konsep Diri

Menurut Acocella (dalam Gufron, 2011) mengatakan konsep diri terdiri dari tiga aspek, yaitu sebagai berikut :

- a. Pengetahuan

Pengetahuan adalah apa yang individu ketahui tentang dirinya, secara fisik, usia, jenis kelamin, kebangsaan, suku, pekerjaan, agama dan lain sebagainya.

- b. Harapan

Pada saat-saat tertentu, individu yang mempunyai satu aspek pandangan tentang kemungkinan dirinya menjadi apa di masa depan. Singkatnya, individu mempunyai harapan bagi dirinya sendiri untuk menjadi diri yang ideal. Diri yang ideal sangat berbeda pada masing-masing individu.

c. Penilaian

Di dalam penilaian, individu berperan sebagai penilai tentang dirinya sendiri. Apakah bertentangan dengan “*siapakah saya*”, “*seharusnya saya menjadi apa.*”

Sedangkan Keliat (1992) Konsep diri terdiri dari 5 komponen yaitu gambaran diri (*Body Image*), ideal diri, harga diri, peran dan identitas diri :

1. Gambaran Diri

Gambaran diri adalah sikap seseorang terhadap tubuhnya secara sadar dan tidak sadar Sundeen (dalam keliat 1992) sikap ini mencakup persepsi dan perasaan tentang ukuran dan bentuk, fungsi, penampilan dan potensi tubuh saat ini dan masa lalu. Gambaran diri berhubungan erat dengan kepribadian. Cara individu memandang dirinya mempunyai dampak yang penting pada aspek psikologisnya. Pandangan yang realistis terhadap diri, menerima dan menyukai bagian tubuh akan memberi rasa aman sehingga terhindar dari rasa cemas dan meningkatkan harga diri. Individu yang stabil, realistis dan konsisten terhadap gambaran dirinya akan memperlihatkan kemampuan mantap terhadap realisasi yang akan memacu sukses didalam kehidupan. Persepsi dan pengalaman individu dapat merupakan gambaran diri secara dinamis.

2. Ideal Diri

Ideal diri adalah persepsi individu tentang bagaimana ia harus berperilaku sesuai dengan standar pribadi Sundeen (dalam keliat 1992). Standar dapat berhubungan dengan tipe orang yang diinginkannya atau sejumlah aspirasi, cita-cita, nilai yang ingin dicapai. Ideal diri akan mewujudkan cita-cita dan harapan pribadi berdasarkan norma sosial (keluarga, budaya) dan kepada siapa ia ingin lakukan. Ideal diri mulai berkembang pada masa kanak-kanak yang dipengaruhi orang yang penting pada dirinya yang memberikan tuntutan atau harapan. Pada usia remaja, ideal diri akan dibentuk melalui proses identifikasi pada orang tua, guru dan teman.

3. Harga Diri

Harga diri adalah penilaian pribadi terhadap hasil yang dicapai dengan menganalisa seberapa jauh perilaku memenuhi ideal diri Sundeen (dalam keliat 1992). Harga diri diperoleh dari diri sendiri dan orang lain. Aspek utama adalah dicintai dan menerima penghargaan dari orang lain.

4. Peran

Peran adalah pola sikap, perilaku, nilai dan tujuan yang diharapkan dari seseorang berdasarkan posisinya dimasyarakat (Beck, dkk, 1992).

5. Identitas

Identitas adalah kesadaran akan diri sendiri yang bersumber dari observasi dan penilaian (Sundeen, dalam keliat 1992). Seseorang yang mempunyai perasaan identitas diri yang kuat akan memandang dirinya berbeda dengan orang lain, unik dan tidak ada duanya. Kemandirian timbul dari perasaan berharga (respek pada diri sendiri), kemampuan dan penguasaan diri. Seseorang yang mandiri dapat mengatur dan menerima dirinya.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, konsep diri dapat diartikan sebagai gambaran yang dimiliki seseorang mengenai dirinya bagaimana penerimaannya terhadap diri sendiri sebagaimana yang dirasakan, diyakini, dan dilakukan, baik ditinjau dari segi fisik, moral, keluarga, personal, dan sosial.

D. Hubungan Konsep Diri dengan Gaya Hidup Konsumtif pada Mahasiswa Politeknik

Unggul LP3M Medan

Masa remaja merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak menuju usia dewasa. Pada masa remaja individu mulai mengalami perubahan dalam sikap dan perilakunya sejajar dengan tingkat pertumbuhan fisiknya. Remaja berada pada posisi transisi dalam perkembangan hidup manusia mengalami perubahan, baik yang berkaitan dengan perubahan

fisik, interaksi sosial ataupun pencarian identitas dirinya. Remaja mulai mengarahkan gerakannya menuju kelompok sebaya yang dianggap mempunyai kesamaan pandangan. Kebutuhan untuk diterima kelompok sebaya sangat penting bagi remaja.

Santrock (2003) mendefinisikan remaja sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan social emosional. Perubahan biologis mencakup perubahan-perubahan dalam hakikat fisik individu. Perubahan kognitif meliputi perubahan dalam pikiran, inteligensi dan bahasa tubuh. Sedangkan perubahan social emosional meliputi perubahan dalam hubungan individu dengan manusia lain, dalam emosi, dalam kepribadian, dan dalam peran dari konteks sosial dalam perkembangan.

Mahasiswa, yang merupakan peralihan individu dari fase remaja, tentunya tidak terlepas dari karakteristik individu yang mudah terbujuk oleh hal-hal yang menyenangkan, membeli barang yang up to date, membeli pakaian yang mewah dan bermerk, membeli teknologi yang mahal dan tren, dan suka ikut-ikutan teman, menjadi pelaku utama gaya hidup konsumtif. Tidak jarang dari mahasiswa yang menyatakan bahwa pola hidup konsumtif sudah melekat dalam kehidupan sehari-harinya. Mahasiswa melakukan hal tersebut demi menjaga penampilan mereka sehingga dapat menjadi percaya diri (Taufik, dalam Achmad 2012).

Dalam usahanya untuk dapat diterima dalam kelompok, remaja harus membuat penampilannya sama dengan pola-pola dan harapan-harapan sesama remaja, sehingga perhatiannya seringkali difokuskan pada diri sendiri. Mereka biasanya mulai sadar akan penampilan dirinya, penampilan wajah, pakaian, rambut, dan penampilan fisik lainnya. Karena mereka berpendapat bahwa penampilan diri memainkan peranan penting dalam penerimaan sosial terutama penerimaan dari teman sebaya (Hasanah, 2007).

Monks dkk (2000) menyatakan bahwa remaja memiliki kontrol eksternal lebih tinggi dari pada kontrol internal sehingga lebih peka terhadap pengaruh kelompok. Remaja

mempunyai kepekaan terhadap apa yang sedang in, remaja mengikuti mode yang sedang beredar. Mode itu sendiri terus menuntut rasa tidak puas pada konsumen yang memakainya sehingga mendorong konsumen untuk mengkonsumsinya karena takut ketinggalan. Kenyataan ini membuat remaja mempunyai pola konsumsi yang menunjukkan pada keeksklusivan, sifat lebih mahal dan lebih mewah. Manifestasinya tampak pada penampilan remaja dengan mode yang mutakhir dan lekat dengan hasrat untuk memperoleh pengakuan dari temantemannya. Ketakutan remaja ketinggalan mode karena pengaruh teman-temannya dan ingin selaras (*conform*) dengan lingkungannya.

Kecenderungan remaja untuk menjadi konsumtif tersebut bisa merupakan indikasi bahwa mereka kurang percaya diri dan rendah diri. Menurut Rasimin (dalam Hidayati, 2001) seseorang menjadi konsumtif karena adanya *inferiority complex*, yaitu perasaan kecil dan rendah diri. Untuk menutupi hal tersebut dilakukan dengan mengkonsumsi barang-barang yang trendi dan sedang menjadi mode di pergaulan. Hal ini diperkuat oleh Hawkins (dalam Hidayati, 2001) menyatakan bahwa konsumen yang tidak yakin pada dirinya sendiri dan mempunyai harga diri yang rendah akan membeli setiap produk yang mempunyai arti simbolik yang dianggap bisa menaikkan harga dirinya. Penilaian individu terhadap dirinya sendiri secara positif atau negatif yang dipengaruhi oleh hasil interaksinya dengan orang-orang yang penting dilingkungannya serta dari sikap, penerimaan, penghargaan, dan perlakuan orang lain terhadap dirinya disebut harga diri (Baron & Byrne, 2005).

Salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif adalah konsep diri karena konsep diri berhubungan dengan *image* merek, cara seseorang memandang dirinya sendiri untuk menentukan minat terhadap produk (Amstrong dalam Apriliyanti, 2015). Hurlock (2010) mengatakan bahwa konsep diri merupakan gambaran seseorang mengenai diri sendiri yang merupakan gabungan dari keyakinan fisik, psikologis, sosial, emosional aspiratif, dan prestasi yang mereka capai. Sedangkan secara umum Agustiani (2009)

menjelaskan bahwa konsep diri merupakan gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya, yang dibentuk melalui pengalaman-pengalaman yang diperoleh dari interaksi dengan lingkungannya.

Setiap individu memiliki konsep diri positif dan konsep diri negatif. Konsep diri positif merupakan individu memandang dirinya menyenangkan terhadap dirinya sendiri, sedangkan konsep diri negatif adalah individu yang melihat dirinya gagal, tidak mampu dan mempunyai pandangan buruk terhadap dirinya (Mufidah, dalam Zulkaida 2016).

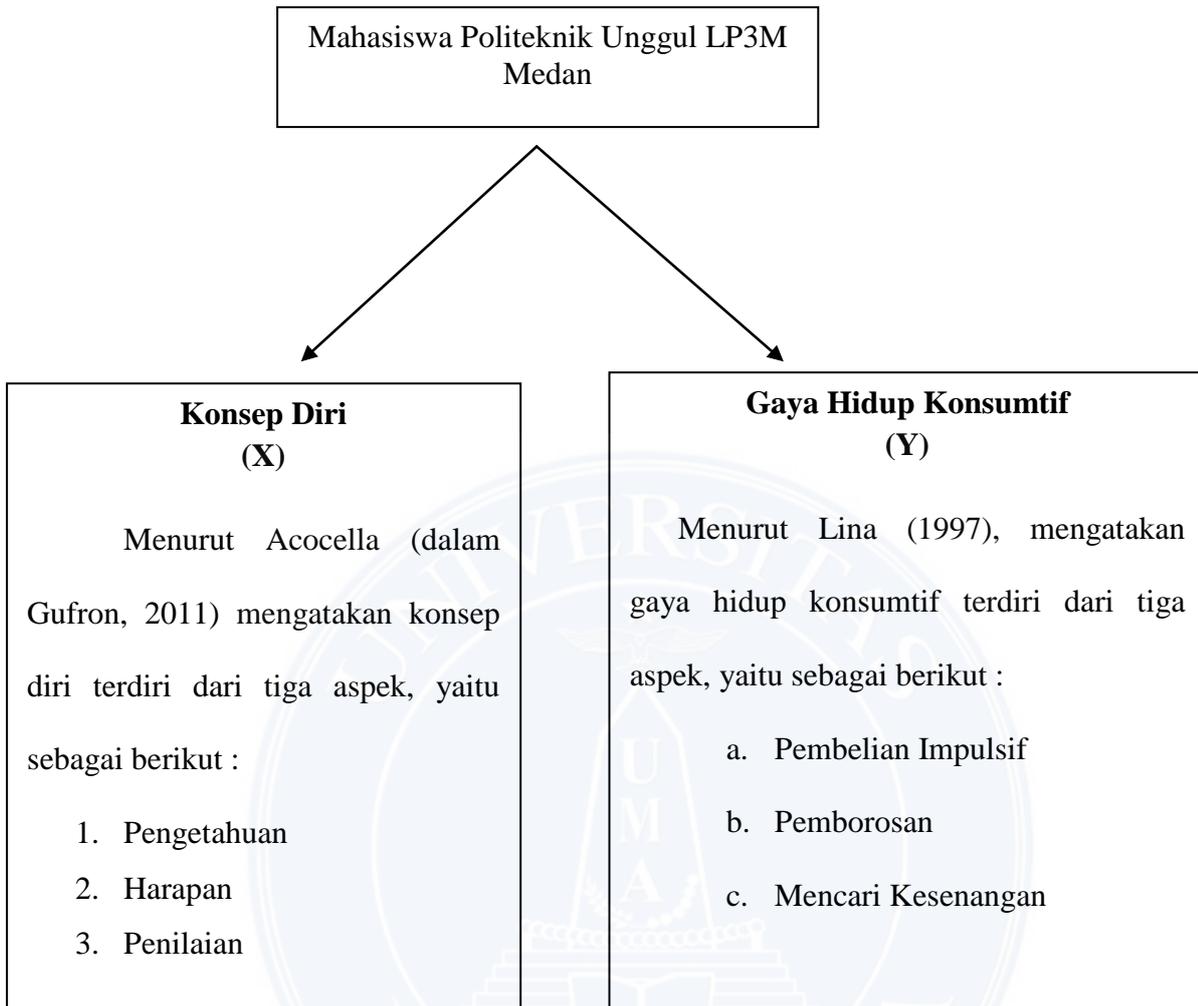
Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Hasanah (2007), yang menyatakan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara konsep diri dengan gaya hidup konsumtif. Ada hubungan negatif yang signifikan antara konsep diri dengan gaya hidup konsumtif, hal ini dijelaskan berdasarkan hasil analisis $r_{xy} = -0,338$ dengan $p < 0,05$; menunjukkan ada hubungan negatif yang signifikan antara konsep diri dengan gaya hidup konsumtif, dengan demikian semakin tinggi atau positif konsep diri maka akan semakin rendah gaya hidup konsumtifnya dan sebaliknya. Sumbangan efektif konsep diri terhadap gaya hidup konsumtif sebesar 8,223%.

Suminar dan Meiyuntari (2015) juga menyatakan hal yang sama bahwa adanya hubungan antara konsep diri dengan gaya hidup konsumtif, semakin rendah konsep diri remaja, maka semakin tinggi gaya hidup konsumtifnya, begitu pula sebaliknya, semakin tinggi konsep diri maka semakin rendah gaya hidupnya konsumtifnya. Remaja dengan konsep diri negatif akan cenderung mengembangkan sikap-sikap yang negatif mengenai dirinya sendiri, seperti perasaan tidak mampu, rendah diri, merasa ragu dan kurang percaya diri. Sebagai remaja, penampilan fisik masih menjadi perhatian utama. Pada umumnya subjek memiliki pandangan negatif mengenai aspek fisik mereka. Selain itu, tingkat kepuasan diri subjek pun masih tergolong rendah. Demikian juga dengan aspek akademis dan kemampuan beradaptasi yang rendah.

Konsep diri yang cenderung negatif memberi ketidaknyamanan secara personal. Bagi subjek, upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan konsep diri tersebut yaitu melalui pembelian, penggunaan dan memamerkan barang atau jasa yang dikonsumsi. Produk bernilai tinggi dianggap dapat menambah kepercayaan diri bahkan menutupi kekurangan yang ada pada diri mereka. Hal ini terlihat misalnya pada remaja dengan performa akademis buruk. Perasaan rendah diri di lingkungan sekolah dapat diminimalisir jika ia memperlihatkan kepemilikan barang-barang mahal yang tidak dimiliki teman-temannya. Begitu pula dengan rendahnya kepercayaan diri akan penampilan fisik, seolah-olah dapat diperbaiki dengan mengkonsumsi barang atau jasa yang bernilai tinggi.

Maka berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa adanya keterkaitan antara konsep diri remaja dengan gaya hidup konsumtif. Dimana remaja akan merasa malu dan gengsi jika tidak membeli barang bermerek, karena mereka akan dikucilkan temannya serta remaja dengan konsep diri negatif akan cenderung mengembangkan sikap-sikap yang negatif mengenai dirinya sendiri, seperti perasaan tidak mampu, rendah diri, merasa ragu dan kurang percaya diri.

E. Kerangka Konsep



F. Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diajukan hipotesis yaitu ada hubungan positif antara konsep diri dengan gaya hidup konsumtif pada remaja. Dengan asumsi semakin tinggi konsep dirinya maka akan semakin rendah gaya hidup konsumtif individu,. Sebaliknya, dimana semakin rendah konsep diri maka akan semakin tinggi gaya hidup konsumtif.