

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam perkembangan kepribadian seseorang maka remaja mempunyai arti yang khusus. Secara psikologis masa remaja adalah usia dimana anak tidak lagi merasa dibawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkat yang sama. Batasan usia masa remaja adalah diantara 12-21 tahun dengan perincian 12-15 tahun masa remaja awal, 15-18 tahun masa remaja pertengahan, dan 18-21 tahun masa remaja akhir (Monks, 1995). Pada usia inilah remaja rentan menirukan suatu figur yang menurut mereka mencerminkan bagaimana diri mereka, baik dari cara berpakaian dan berdandan. Demikian pula tentang orang-orang yang dianggap penting bagi si anak akan mempengaruhi konsep dirinya.

Dengan bertambahnya usia, maka konsep dirinya akan terus berkembang melalui interaksinya dengan keluarga atau pun dengan teman sebaya. Remaja mudah untuk terpengaruh oleh promosi-promosi produk dan jasa yang dipaparkan di sejumlah media masa ataupun yang secara langsung dipromosikan di pasaran (Sugiarto, 1999). Seperti yang dilihat pada kenyataannya pasar semakin banyak mengeluarkan produk-produk yang ditargetkan untuk para remaja. Hal itu juga membuktikan bahwa semakin banyaknya para remaja yang memiliki perilaku konsumtif yang dikhawatirkan jika terus berlangsung akan menjadi pola atau gaya hidup konsumtif.

Saat ini para remaja ingin diakui eksistensinya baik dalam lingkungan pergaulan mau pun keluarga. Mereka akan melakukan berbagai cara untuk dapat

menjadi bagian yang diinginkan oleh lingkungan tempat mereka berada. Dimana dalam memenuhi keinginan mereka, para remaja berusaha mengikuti berbagai atribut yang sedang *in*, walaupun mereka tahu setiap saatnya mode itu akan terus berubah. Hal ini membuat para remaja merasa tidak puas dengan apa yang sudah mereka miliki dan membuat para remaja itu selalu mengkonsumsi barang-barang tanpa berfikir panjang. Perilaku konsumtif ini akan terus mengakar di dalam gaya hidup sekelompok remaja. Dalam perkembangannya, mereka akan menjadi orang-orang dewasa dengan gaya hidup konsumtif yang tidak bisa ditangani. Pada masa remaja yang merupakan masa peralihan dan pencarian jati diri, remaja mengalami proses pembentukan dalam perilakunya, dimana para remaja mencari dan berusaha untuk mencapai pola diri yang ideal (Loudon dan Bitta, 1993).

Seiring dengan perubahan-perubahan tersebut, pola konsumsi juga terbentuk sejak remaja dan terus berlanjut hingga mereka memasuki tahap dewasa awal yang dapat berkembang menjadi perilaku konsumtif. Gaya hidup konsumtif meliputi seluruh kelompok masyarakat tidak hanya anak-anak SMA dan mahasiswa akan tetapi juga termasuk masyarakat luas. Dilihat dari faktor jenis kelaminnya, perempuan lebih mudah untuk tertarik pada barang dengan bentuk serta warna yang menarik, dan perempuan lebih memiliki rasa antusias yang tinggi dalam berbelanja dibandingkan dengan laki-laki (Sugiarto, 1999).

Laki-laki lebih tertarik untuk mengkonsumsi barang-barang berupa elektronik seperti *handphone*, laptop, tab dan barang-barang elektronik lainnya namun laki-laki biasanya lebih bisa mengontrol keinginannya dibandingkan dengan perempuan.

Mahasiswa merupakan sekelompok pemuda remaja yang mulai memasuki tahap dewasa awal, mahasiswa seharusnya mengisi waktunya dengan menambah pengetahuan, ketrampilan, dan keahlian, serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa, tetapi kehidupan kampus telah membentuk gaya hidup khas di kalangan mahasiswa dan terjadi perubahan budaya sosial yang tinggi yang membuat setiap individu mempertahankan polanya dalam berkonsumtif. Kampus yang seharusnya menjadi tempat dimana para mahasiswa mencari ilmu dan pengetahuan terkadang dijadikan tempat untuk berlomba-lomba memamerkan apa yang mereka miliki. Para mahasiswa lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang *bermerk* untuk mengikuti *trend* terkini dan diakui oleh teman-temannya dibanding untuk membeli perlengkapan kampus yang lebih penting seperti buku-buku pendukung perkuliahan.

Hasil dari observasi pada beberapa mahasiswa yang menjadi subjek penelitian saya, khususnya mereka remaja putri di Universitas Medan Area Fakultas Ekonomi, jelas kelihatan bahwa mereka terlihat lebih gaya dan *up to date* dibandingkan remaja putra. Dari sekian banyak mahasiswa putri bisa dilihat dari penampilannya sebanyak 10% memiliki penampilan konsumtif (sekitar 10-20 orang di stambuk 2015). Dari pengamatan di lingkungan sekitar kampus banyak pula di antara remaja putri ini yang berbincang seru membicarakan tentang *trend-trend* terbaru dan juga tempat-tempat nongkrong elit tidak jauh dari kawasan kampus, yang kebetulan sekali kawasan itu pun memiliki banyak kafe-kafe dengan

gaya terkini. Hasil observasi lainnya yang dilakukan pada anak-anak ekonomi angkatan 2015, ketika ada beberapa teman yang menjual barang-barang, berupa parfum, hijab, pakaian, dan banyak barang-barang lainnya maka tidak sedikit pula dari mereka yang beramai-ramai untuk membeli barang-barang tersebut.

Dikutip juga dari ([www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com)) bahwa remaja yang kini banyak terjebak dalam kehidupan konsumtif, dengan rela mengeluarkan uangnya untuk menuruti segala keinginan, bukan kebutuhan. Dalam kesehariannya remaja menghabiskan uang mereka untuk membeli makanan, pakaian, perangkat elektronik, hiburan seperti menonton film dan sebagainya. Semua ini dilakukan remaja kebanyakan hanya untuk ajang pamer dan gengsi. Sebagaimana diketahui remaja merupakan fase dimana mereka masih dalam situasi labil seperti rumput yang jika tertiup angin ia akan mengikuti kemana arah angin itu berhembus, remaja yang dalam pergaulannya dikelilingi oleh remaja lain yang juga berperilaku konsumtif maka ia akan mengikuti gaya, penamilan, seolah tidak mau kalah dari temannya. Remaja juga mudah terpengaruh oleh berbagai iklan menarik yang menawarkan barang-barang terbaru, dengan potongan harga yang menggiurkan. Seperti hilang kesadaran, tanpa berpikir panjang remaja bergegas membeli barang yang sebetulnya tidak dibutuhkan.

Hal ini sejalan juga dengan kutipan ([www.terkininews.com](http://www.terkininews.com)) dimana remaja saat ini selalu mengikuti *trend* yang selalu berkembang, dan tidak ketinggalan dengan *trend* ataupun malu dengan teman lainnya. Dalam pemilihan *fashion*, merk lebih penting bagi remaja, karena mereka yakin paling tidak kualitas juga bagus jika merk sudah cukup terkenal. Mediapun menempatkan remaja sebagai sasaran

strategis yang memberikan pengaruh besar terhadap perubahan peradaban masyarakat. Sejalan dengan itu, perilaku konsumtif tidak lagi memandang fungsional dari suatu barang, melainkan mendahulukan keinginan dari pada kepentingan.

Pola hidup konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang kurang diperlukan secara berlebihan hanya untuk mencari sisi kepuasan. Sesungguhnya perilaku konsumtif memiliki banyak dampak negatif dibanding positifnya. Produsen melihat usia remaja sangat mudah tergiur dengan iklan yang menarik dan membuat remaja ingin memilikinya. Remaja disini belum memiliki filter dan kontrol untuk memenuhi keinginan yang tidak penting. Remaja hanya ingin di pandang eksis oleh lingkungan dan diterima dalam kelompok tertentu demi meningkatkan konsep diri yang ideal ([www.wartakota.tribunnews.com](http://www.wartakota.tribunnews.com)).

Perilaku konsumtif merupakan tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan dan menentukan barang dan jasa secara ekonomis termasuk proses keputusan mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan, perilaku konsumtif adalah perilaku membeli secara berlebihan yang lebih mengarah kepada keinginan dari pada kebutuhan serta pembelian tersebut lebih didasarkan dengan pertimbangan emosi dari pada rasio (Engel, 1995).

Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang negatif, karena pada dasarnya perilaku tersebut didasari hanya dengan emosi sesaat dan keinginan semata saja, bukan berdasarkan kebutuhan pada saat itu. Jika hal ini diteruskan bukan hanya

merugikan si pelaku konsumtif saja, namun juga memungkinkan merugikan orang-orang yang berada disekeliling pelaku. Pola hidup yang berlebihan dan boros hanya akan melahirkan kecemburuan sosial. Karena, semua orang pasti akan membeli barang yang diinginkan tanpa memikirkan berapa harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup mengikuti pola kehidupan yang seperti itu.

Selain itu dampak negatif lainnya adalah dapat mengurangi kesempatan untuk menabung, karena orang akan lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan uangnya untuk ditabung. Dengan berperilaku konsumtif seseorang juga cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang, orang akan mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berfikir kebutuhannya di masa datang.

Masa remaja merupakan masa peralihan, masa terjadinya perubahan pada aspek psikologis dan aspek fisik. Remaja selalu mencoba-coba sesuatu yang baru karena rasa penasaran yang terlalu tinggi. Hal ini membawa remaja lebih kebingungan, dalam diri remaja khususnya remaja putri. Di satu sisi, remaja memiliki konsep dan prinsip tentang cantik, namun di sisi lain mereka terkadang tidak kuasa menolak tawaran suatu produk sehingga keputusan memakai produk dengan alasan ingin terlihat lebih menarik. Remaja akan berusaha melakukan berbagai cara untuk menjaga dan memperbaiki apa yang menurut mereka kurang menarik, remaja akan berusaha untuk terus mengkonsumsi barang-barang baru dengan membeli tanpa batas, sehingga menggiring remaja untuk tidak hemat dan menjauh dari pola hidup sederhana.

Perilaku konsumen dalam membeli barang dipengaruhi oleh beberapa faktor, dan dikategorikan menjadi dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor eksternal yang meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, serta demografi (Engel, dkk. 1995) . Faktor internal meliputi motivasi, harga diri, gaya hidup, serta konsep diri. Engel, dkk (1995) Remaja yang berperilaku konsumtif ingin mempercantik dirinya agar terlihat menarik, atau ingin membuat dirinya terlihat lebih baik dipandang orang lain diduga adalah remaja yang memiliki konsep diri negatif, karena mereka berusaha untuk membuat dirinya tampak ideal di lingkungannya. Dengan kata lain mereka memandang dirinya sendiri dalam kondisi yang belum baik. Berdasarkan fenomena tersebut dapat diduga adanya hubungan antara konsep diri seseorang dengan perilakunya dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa.

Konsep diri adalah pandangan individu mengenai siapa diri individu tersebut dan hal itu bisa diperoleh melalui informasi yang diberikan dari orang lain pada diri individu tersebut. Seperti yang dikemukakan oleh Hurlock (1980) memberikan pengertian tentang konsep diri gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya, suatu gambaran campuran dari apa yang dipikirkan, bagaimana pendapat orang lain mengenai dirinya, dan seperti apa diri yang diinginkan Berdasarkan pengalaman-pengalaman serta lingkungan dimana seseorang itu berada, terbentuklah suatu konsep diri di dalam diri manusia itu sendiri.

Konsep diri ini gabungan dari keyakinan yang dimiliki individu tentang mereka sendiri yang meliputi karakter fisik, psikologis, sosial, emosi, aspirasi dan prestasi. Dari pengertian di atas konsep diri seseorang terbentuk sejak kecil dan



berdasarkan pengalaman-pengalaman serta lingkungan dimana manusia berada (Berzonsky, 1981).

Seperti yang peneliti lihat di sekitar peneliti, khususnya pada mahasiswa Universitas Medan Area Fakultas Ekonomi banyak di antara mereka dengan mudahnya memutuskan untuk membeli barang-barang yang padahal mungkin tidak begitu mereka perlukan, karena mereka memandang diri mereka terlihat begitu biasa saja hanya dengan pakaian ataupun aksesoris seadanya yang melekat di tubuh mereka. Hal-hal tersebut terjadi dikarenakan para remaja ingin mencapai konsep diri yang ideal sesuai yang mereka harapkan. Seseorang dengan konsep diri negatif cenderung lebih mudah terbujuk oleh produk-produk yang ditawarkan. Mereka merasa lebih membutuhkan sesuatu untuk mencapai konsep diri yang ideal. Seseorang dengan konsep diri yang negatif lebih berpotensi melakukan perilaku konsumtif, selain dapat dengan mudahnya terpengaruh untuk membeli barang-barang atau jasa-jasa yang ditawarkan, orang dengan konsep diri yang negatif juga biasanya memiliki gaya hidup yang menghambur-hamburkan uang diluar kebutuhannya dengan tujuan untuk diakui dan dilihat “wah” oleh lingkungannya.

Menurut Hurlock (1980) usia, penampilan, dan kelompok sebaya ikut berpengaruh pada konsep diri remaja. Dapat dikatakan bahwa individu yang beraktivitas aktif dalam suatu komunitas akan berupaya untuk menyesuaikan dirinya demi mencapai konsep diri yang ideal sesuai dengan komunitas dimana individu tersebut berada. Setiap individu menyesuaikan dirinya dengan lingkungan dimana ia berada, untuk dapat merasa diterima oleh lingkungan.



Dalam lingkungan memiliki kriteria ideal, yang meliputi gaya berpakaian, gaya bicara, gaya hidup, cara bergaul dan sebagainya yang biasa menjadi tolak ukur kriteria ideal dalam lingkungan tersebut. Seperti itulah cara remaja mengaplikasikan dirinya. Hal itu bertujuan untuk mencapai konsep diri ideal. Oleh karena itu apabila para remaja berada dalam suatu komunitas tertentu yang memiliki kriteria ideal yang konsumtif, maka mereka memiliki pola perilaku konsumtif untuk mencapai konsep diri yang ideal.

Untuk sebagian konsumen, merk dari suatu barang merupakan sesuatu yang dapat meningkatkan harga dirinya, dengan menggunakan barang dengan merk tertentu, mereka merasa lebih percaya diri dan dengan menggunakan barang-barang bermerk, citra diri mereka menjadi lebih baik. Merk-merk memiliki peran simbolis, dapat membantu individu mendefinisikan dan meningkatkan konsep dirinya. Oleh sebab itu, perilaku dari individu akan dimotivasikan ke arah peningkatan konsep diri melalui merk yang telah memiliki arti simbolis tersebut Loudon & Della Bitta (Dalam Hartanto, 2005). Konsep diri disini sebagai pandangan dan perasaan individu terhadap dirinya baik secara fisik, sosial, maupun psikologis, dimana pandangan ini diperolehnya dari pengalaman berinteraksi dengan orang lain yang mempunyai arti penting dalam hidupnya. Konsep diri merupakan salah satu faktor perilaku konsumtif yang berarti konsep diri mempunyai hubungan dalam perilaku konsumtif dimana cerminan diri seseorang dapat ditentukan dari sikapnya pada suatu produk (Swasta dan Handoko 1987).

Berdasarkan pembahasan dan fenomena-fenomena di atas maka peneliti tertarik untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di Universitas Medan Area.

#### **B. Identifikasi Masalah**

Perilaku konsumtif merupakan perilaku konsumen dalam mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Seperti yang dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari pada zaman modern ini, masyarakat sangat banyak menggunakan uang mereka secara berlebihan, dalam hal ini khususnya para remaja banyak yang mengonsumsi barang dengan berlebihan demi upaya menciptakan dirinya yang ideal agar dipandang berbeda dari orang lain.

Oleh karena hal tersebut penulis ingin meneliti Hubungan Antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Di Universitas Medan Area.

#### **C. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, penulis akan membatasi masalah yang akan diteliti agar penelitian ini menjadi lebih terfokus dalam menjawab permasalahan penelitian yang lebih efektif. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu menjelaskan tentang perilaku konsumtif pada remaja putri, konsep diri, dan hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di Universitas Medan Area.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah ada hubungan konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di Universitas Medan Area ?

### **E. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di Universitas Medan Area.

### **F. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap disiplin ilmu pengetahuan, khususnya bidang psikologi perkembangan. Terutama mengenai konsep diri dan hubungannya dengan perilaku konsumtif. Diharapkan juga penelitian ini dapat nantinya dapat bermanfaat sebagai acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya terutama pada bagian teori, juga dapat dimanfaatkan untuk bahan ajaran dalam psikologi perkembangan.

#### 2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh para praktisi yang berhubungan dengan dunia psikologi perkembangan agar memperoleh pengetahuan dan masukan mengenai konsep diri dan perilaku konsumtif remaja. Dengan adanya penelitian ini maka dapat membantu memberikan informasi pada para remaja dalam memahami perilaku konsumtif dalam hubungannya dengan konsep diri yang dimiliki mahasiswa Universitas Medan Area. Sehingga penelitian ini dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari untuk mengurangi perilaku atau tindakan konsumtif yang belakangan ini memang sering sekali terjadi, baik di kalangan remaja, orang dewasa dan masyarakat luas lainnya.