

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Remaja

1. Pengertian Masa Remaja

Istilah “Remaja” berasal dari bahasa latin “*Adolescence*” yang berarti remaja. Jhon Piaget (Hurlock, 1980) mengungkapkan; secara psikologis masa remaja adalah usia saat individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia saat anak tidak lagi merasa dibawah tingkat orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkat yang sama.

Sedangkan Hall (dalam Dacey & Kenny, 1997) mengatakan bahwa masa remaja merupakan suatu tahap perkembangan yang dikarakteristikan sebagai “*storm and stress*”, tahap dimana remaja sangat dipengaruhi oleh suasana hati dan remaja tidak dapat dipercaya. Lebih lanjut, Santrock (1998) mengatakan bahwa remaja diartikan sebagai periode transisi perkembangan antara anak-anak dan dewasa, yang meliputi perubahan biologis, kognitif dan sosial emosi.

Monks (1995) sendiri memberikan batasan usia masa remaja adalah masa 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. Berbeda dengan pendapat Hurlock (1980) yang membagi masa remaja menjadi dua bagian, yaitu masa remaja awal 13-14 tahun, sedangkan masa remaja akhir 16-17 sampai 18 tahun, yaitu usia matang secara hukum. Mubin dan Cahyadi (2006), mengatakan bahwa masa remaja berlangsung antara usia 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai 22 tahun bagi pria. Penulis menetapkan dalam

penelitian ini subjek yang dipakai adalah remaja awal yang masih berusia 13 sampai 18 tahun. Hal ini sesuai dengan pendapat (Hurlock, 1980).

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja adalah periode transisi perkembangan antara anak-anak dan dewasa yang meliputi perubahan biologis, kognitif, emosi dan sosial ekonomi. Masa remaja berlangsung antara usia 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai 22 tahun bagi pria.

2. Ciri-ciri Masa Remaja

Hurlock, 1980 mengatakan bahwa masa remaja mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakannya dengan periode sebelum dan sesudahnya. Adapun ciri-ciri tersebut, yaitu:

a. Masa remaja sebagai periode yang penting

Kendatipun semua periode dalam kehidupan adalah penting, namun kadar kepentingannya berbeda-beda. Ada beberapa periode yang lebih penting daripada beberapa periode lainnya, karena akibatnya yang langsung terhadap sikap dan perilaku, dan ada lagi yang penting karena akibat-akibat jangka panjangnya. Pada periode remaja baik akibat langsung maupun akibat jangka panjang tetap penting. Ada periode yang penting karena akibat fisik ada lagi karena akibat psikologis.

b. Masa remaja sebagai periode peralihan

Peralihan tidak berarti terputus dengan atau berubah dari pada yang telah terjadi sebelumnya melainkan lebih-lebih sebuah peralihan dari satu tahap perkembangan ke tahap berikutnya. Artinya, apa yang telah terjadi

sebelumnya akan meninggalkan bekasnya pada apa yang terjadi sekarang dan yang akan datang. Dalam suatu periode peralihan, status individu tidaklah jelas dan terdapat keraguan akan peran yang harus dilakukan. Pada masa ini, remaja bukan lagi seorang anak dan juga bukan orang dewasa.

c. Masa remaja sebagai periode perubahan

Tingkat perubahan dalam sikap dan perilaku selama masa remaja sejajar dengan tingkat perubahan fisik. Selama awal masa remaja, ketika perubahan fisik terjadi dengan pesat, perubahan perilaku dan sikap juga berlangsung pesat. Kalau perubahan fisik menurun, maka perubahan sikap dan perilaku menurun juga.

d. Masa remaja sebagai usia yang bermasalah

Setiap periode mempunyai masalahnya sendiri-sendiri, namun masalah masa remaja sering menjadi masalah yang sulit diatasi baik oleh anak laki-laki maupun anak perempuan.

e. Masa remaja sebagai masa mencari identitas

Sepanjang usia yang pada akhir masa kanak-kanak, penyesuaian diri dengan standar kelompok adalah jauh lebih penting bagi anak yang lebih besar daripada individualitas. Seperti telah ditunjukkan, dalam hal pakaian, berbicara dan perilaku anak yang lebih besar ingin lebih cepat seperti teman-teman sebangunnya.

f. Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan

Anggapan stereotip budaya bahwa remaja adalah anak-anak yang tidak rapi, yang tidak dapat dipercaya dan cenderung merusak dan berperilaku

merusak, menyebabkan orang dewasa yang harus membimbing dan mengawasi kehidupan remaja muda takut bertanggung jawab dan bersikap tidak simpatik terhadap perilaku remaja yang normal.

g. Masa remaja sebagai masa yang tidak realistis

Remaja cenderung memandangkan kehidupan melalui kaca berwarna jambu. Dia melihat dirinya sendiri dan orang lain sebagaimana yang dia inginkan dan bukan sebagaimana adanya, terlebih dalam hal cita-cita. Cita-cita yang tidak realistis ini, tidak hanya bagi dirinya sendiri, tetapi juga bagi keluarga dan teman-temannya, menyebabkan meningginya emosi yang merupakan ciri dari awal masa remaja.

h. Masa remaja sebagai ambang masa dewasa

Dengan semakin mendekatnya usia kematangan yang sah, para remaja menjadi gelisah untuk meninggalkan stereotip belasan tahun dan untuk memberikan kesan bahwa mereka sudah hampir dewasa. Berpakaian dan bertindak seperti orang dewasa ternyata belumlah cukup. Oleh karena itu, remaja mulai memusatkan diri pada perilaku yang dihubungkan dengan status dewasa, yaitu merokok, minum-minuman keras, menggunakan obat-obatan dan terlibat dalam perbuatan seks. Mereka menganggap bahwa perilaku ini akan memberikan citra yang mereka inginkan.

Masa remaja ditandai dengan delapan ciri-ciri yaitu sebagai periode penting, peralihan, perubahan, usia yang bermasalah, mencari identitas, menimbulkan ketakutan, tidak realistis, ambang masa dewasa.

Secara umum masa remaja dibagi menjadi tiga bagian, dimana bagian itu antara lain adalah sebagai berikut:

a. Masa remaja awal (12-15 tahun)

Pada masa ini individu mulai meninggalkan peran sebagai anak-anak dan berusaha mengembangkan diri sebagai individu yang unik dan tidak bergantung pada orangtua.

b. Masa remaja pertengahan (15-18 tahun)

Masa ini ditandai dengan berkembangnya kemampuan berpikir yang baru. Teman sebaya masih memiliki peran yang penting, namun individu sudah lebih mampu mengarahkan diri sendiri (*self direct*). Pada masa ini remaja mulai mengembangkan kematangan tingkah laku, belajar mengendalikan impulsivitas, dan membuat keputusan-keputusan awal yang berkaitan dengan tujuan vokasional yang ingin dicapai. Selain itu penerimaan dari lawan jenis menjadi penting bagi individu.

c. Masa remaja akhir (19-22 tahun)

d. Masa ini ditandai oleh persiapan akhir untuk memasuki peran-peran orang dewasa. Selama periode ini remaja berusaha memantapkan tujuan vokasional dan mengembangkan *sense of personal identity*. Keinginan yang kuat untuk menjadi matang dan diterima dalam kelompok teman sebaya dan orang dewasa, juga menjadi ciri dari tahap ini.

Berdasarkan uraian di atas masa remaja dibagi dalam tiga bagian, yaitu masa remaja awal, masa remaja pertengahan, masa remaja akhir.

B. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

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.

Kata "konsumtif" (sebagai kata sifat; lihat akhiran -if) sering diartikan sama dengan kata "konsumerisme". Padahal kata yang terakhir ini mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Memang belum ada definisi yang memuaskan tentang kata konsumtif ini. Namun konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok (Tambunan, 2001).

Pengertian perilaku konsumtif adalah gaya hidup mewah yang tidak mempertimbangkan efek-efek dari perilaku tersebut. Perilaku hidup konsumtif bahkan sangat merugikan individu dalam taraf personal, walaupun perilaku konsumtif tidak masuk dalam kategori gangguan perilaku. Lubis (Sumartono, 2002) mengatakan perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi.

Lebih lanjut Dahlan (Sumartono, 2002) mengatakan konsumtivisme sebagai kata sifat berkaitan dengan perilaku konsumtif. perilaku konsumtif yang ditandai dengan adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1995), mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Subjek ini dapat diancangi dari beberapa perspektif yang semuanya dipertimbangkan, yaitu: 1) pengaruh konsumen; 2) menyeluruh; dan 3) antarbudaya.

Tambunan (2001) menjelaskan kecenderungan perilaku konsumsi pria yaitu mudah terpengaruh bujukan penjual, sering tertipu karena tidak sabaran dalam memilih barang, mempunyai perasaan kurang enak bila tidak membeli sesuatu setelah memasuki toko, kurang menikmati kegiatan berbelanja sehingga sering terburu-buru mengambil keputusan membeli. Sebaliknya, perilaku konsumsi wanita yaitu lebih tertarik pada warna dan bentuk, bukan teknis dan kegunaannya, mudah terbawa arus bujukan penjual, menyenangi hal-hal yang romatis dari pada objektif, cepat merasakan suasana toko, dan senang melakukan kegiatan berbelanja walau hanya *windows shopping* (melihat-lihat tapi tidak membeli).

Berdasarkan uraian tersebut maka perilaku konsumtif dapat disimpulkan sebagai perilaku konsumen yang bertindak secara emosional tanpa didasarkan perencanaan dan kebutuhan melainkan hanya karena suatu pemuasan, pemenuhan keinginan akan suatu produk yang dianggap menarik. Perilaku konsumtif tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan dikendalikan oleh keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan duniawi. Kaum wanita cenderung untuk berperilaku konsumtif dibandingkan kaum pria. Perilaku konsumtif menyebabkan seseorang selalu merasa tidak puas, tanpa peduli bagaimana cara mendapatkannya. Kesimpulannya adalah perilaku konsumtif merupakan perilaku yang mendorong seseorang untuk membeli dan memiliki barang bukan berdasarkan kebutuhan melainkan untuk memenuhi keinginan yang dilakukan secara berlebihan untuk mencapai suatu kepuasan dalam diri individu sehingga terjadi pemborosan.

2. Ciri-ciri Perilaku Konsumtif

Untuk mengukur perilaku konsumtif seseorang menggunakan ciri-ciri ataupun indikator. Adapun ciri yang pertama menurut Sumartono (2002).

Menurut Sumartono (2002) ada delapan ciri perilaku konsumtif, yaitu:

- a. Membeli karena penawaran hadiah yang menarik. Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya akan tetapi kini para konsumen membeli hanya dengan tujuan untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.
- b. Membeli karena kemasan yang menarik. Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang terlihat berbeda dari yang beredar di pasaran.

- c. Membeli karena menjaga penampilan diri dan gengsi. Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri seorang individu agar tetap terlihat lebih baik.
- d. Membeli karena program potongan harga. Pembelian barang bukan karena manfaatnya tetapi karena penawaran harga yang menarik, sehingga individu cenderung cepat mengambil keputusan untuk membeli tanpa mempertimbangkan manfaat dari barang yang akan ia beli.
- e. Kecenderungan membeli barang yang dianggap dapat menjaga status sosial. Individu menganggap apa yang dikenakan merupakan simbol dari status sosial.
- f. Memakai sebuah barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang. Individu memakai barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model iklan merupakan idola sang pembeli.
- g. Penilaian karena membeli barang dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Individu membeli barang bukan karena kebutuhan tetapi karena harganya yang mahal untuk menambah kepercayaan diri.
- h. Individu membeli lebih dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda. Membeli barang sejenis dengan merk berbeda akan menimbulkan pemborosan karena individu hanya cukup memiliki satu barang saja.

Swasta dan Handoko (1987) menjelaskan ciri-ciri perilaku konsumtif

seseorang sebagai berikut:

- a. Keinginan individu untuk membeli barang yang kurang diperlukan.

- b. Perasaan tidak puas individu untuk selalu memiliki barang yang belum dimiliki. Sehingga individu cenderung bersikap boros.
- c. Sikap individu berfoya-foya dalam membeli barang.
- d. Kesenangan individu membeli barang dengan harga mahal yang tidak sesuai dengan nilai dan manfaatnya.

Maka berdasarkan uraian dan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri yang terdapat dalam perilaku konsumtif yaitu, membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda) .

3.Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.

Engel, Blackwell dan Miniard (1995) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan perilaku konsumtif, adalah:

- a. Kebudayaan

Kebudayaan dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi berikutnya ke generasi selanjutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Kebhinekaan kebudayaan akan membentuk pasar dan perilaku yang berbeda-beda.

b. Kelas Sosial

Kelas mempengaruhi perilaku konsumen dalam cara seseorang menghabiskan waktu mereka, produk yang dibeli dan berbelanja.

c. Kelompok Referensi

Kelompok referensi merupakan sekelompok orang yang sangat mempengaruhi perilaku individu. Seseorang akan melihat kelompok referensinya dalam menentukan produk yang dikonsumsinya.

d. Situasi

Situasi, seperti lingkungan fisik, lingkungan sosial, waktu, suasana hati dan kondisi seseorang sangat mempengaruhi perilaku membeli seseorang

e. Keluarga

Keluarga, mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam pembentukan sikap dan perilaku anggotanya, termasuk dalam pembentukan keyakinan dan berfungsi langsung dalam menetapkan keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa.

f. Kepribadian

Kepribadian, didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang terdapat dalam diri individu yang sangat mempengaruhi perilakunya dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

g. Kosep Diri

Konsep Diri, dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku membeli seseorang. Konsumen yang berusaha memenuhi konsep diri idealnya dan

konsumen yang memenuhi konsep diri menurut orang lain sehingga akan mempengaruhi perilaku membelinya.

h. Motivasi

Motivasi, merupakan pendorong perilaku seseorang, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa yang tersedia di pasar.

i. Pengalaman Belajar

Pengalaman Belajar, seseorang akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya dari pihak lain ataupun diri sendiri.

j. Gaya Hidup

Gaya hidup, merupakan aktivitas seseorang, ketertarikan dan pendapat seseorang terhadap suatu hal.

Swasta dan Handoko (1987) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang ada dua jenis. Pertama, faktor eksternal. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh (a) kebudayaan, (b) kelas sosial, (c) kelompok sosial dan kelompok referensi, dan (d) keluarga. Kedua, faktor internal, yang termasuk dalam faktor internal adalah (a) motivasi, (b) pengamatan dan belajar, (c) kepribadian dan (d) konsep diri.

Maka berdasarkan uraian di atas dan pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan perilaku konsumtif yaitu: kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, motivasi, pengalaman belajar, kepribadian dan konsep diri.

4. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Aspek perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002), yaitu:

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik.
- c. Membeli produk karena menjaga penampilan dan gengsi.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga.
- e. Membeli produk sekedar menjaga simbol status.
- f. Membeli produk akibat konformitas terhadap model mengiklan.
- g. Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan percaya diri, karena semakin mahal suatu barang semakin percaya diri seseorang.
- h. Mencoba dua produk sejenis.

Aspek perilaku konsumtif menurut Lubis (dalam Lina dan Royid, 1997) :

- a. *impulsive buying*, perilaku membeli didasari keinginan yang tiba-tiba.
- b. *non rational buying*, kecenderungan mengonsumsi barang dengan tidak memikirkan jumlah uang yang harus dikeluarkan.
- c. *wasteful buying*, cenderung membeli suatu produk yang sifatnya tidak bernilai kebutuhan, yaitu hanya membeli suatu barang atau produk hanya karena keinginan semata saja.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan aspek perilaku konsumtif ialah, membeli karena iming-iming hadiah, karena kemasannya menarik, menjaga penampilan, membeli barang yang tidak memandang berapa banyak uang yang dikeluarkan, sekedar menjaga simbol status, akibat konformitas terhadap model iklan, meningkatkan kepercayaan diri, mencoba dua produk sejenis.

C. Konsep diri

1. Pengertian Konsep Diri

Konsep diri mempunyai arti yang lebih mendalam dari sekedar gambaran deskriptif. Menurut Brehm & Kassir (1989) konsep diri dianggap sebagai komponen kognitif dari diri sosial secara keseluruhan, yang memberikan penjelasan tentang bagaimana individu memahami perilaku, emosi, dan motivasinya sendiri. Berzonsky (1981) menyatakan bahwa konsep diri yang merupakan gabungan dari aspek-aspek fisik, psikis, sosial, dan moral tersebut adalah gambaran mengenai diri seseorang, baik persepsi terhadap diri nyatanya maupun penilaian berdasarkan harapannya.

Howkins dan Mothersbaugh (2010) mengatakan bahwa konsep diri adalah persepsi atau perasaan seseorang terhadap dirinya. Konsep diri seseorang menggambarkan bagaimana sikap orang tersebut terhadap dirinya. Konsep diri sangat terkait dengan karakter atau sifat-sifat dari kepribadian seseorang. Selanjutnya, Calhoun & Cocella (1990) mengatakan bahwa konsep diri adalah pandangan kita tentang diri sendiri, yang meliputi dimensi: pengetahuan tentang diri sendiri, pengharapan mengenai diri sendiri, dan penilaian tentang diri sendiri. Sementara itu Loudon dan Della Bitta (1993) menyatakan bahwa ada empat teori utama tentang konsep diri, yaitu:

- a. *Self-Appraisal*. Teori ini menyatakan bahwa konsep diri seseorang terkait dengan masyarakat. Berdasarkan teori ini maka seseorang berperilaku berdasarkan fikirannya bahwa pribadinya diterima oleh masyarakat.

Sebaliknya, seseorang akan memandang dirinya sebagai pribadi yang bertentangan dengan masyarakat karena perilakunya yang tidak diterima.

- b. *Reflected Appraisal*. Teori ini menyatakan bahwa konsep diri akan terbentuk karena seseorang menerima penghargaan dari orang lain.
- c. *Social Comparison*. Teori ini lebih menekankan bahwa konsep diri seseorang sangat tergantung bagaimana seseorang memandang dirinya dalam kaitannya dengan orang lain.
- d. *Biased Scanning*. Teori ini mengemukakan bahwa konsep diri sangat terkait dengan motivasi. Yaitu, bagaimana pandangan seseorang terhadap lingkungannya.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa konsep diri adalah pandangan atau penilaian individu terhadap dirinya sendiri, baik yang bersifat fisik, sosial, maupun psikologis, yang didapat dari hasil interaksinya dengan orang lain.

2. Ciri-ciri Konsep Diri

Konsep diri adalah pandangan dari diri setiap individu tentang dirinya sendiri. Hal ini menurut Calhoun (1990) memiliki tiga ciri, yaitu:

- a. Pengetahuan individu tentang dirinya sendiri, tersebut menempatkan setiap individu ke dalam kelompok sosial ataupun kategori-kategori sosial tertentu. Dalam setiap benak individu, terdapat satu daftar julukan yang menggambarkan dirinya. Misalnya berapa usianya, kebangsaan, suku, pekerjaan, keadaan fisik, dan lain sebagainya.

- b. Pengharapan individu tentang dirinya sendiri, hal ini merupakan tujuan yang membangkitkan kekuatan serta mendorong setiap individu menuju masa depan dan memandu kegiatan individu dalam perjalanan hidupnya.
- c. Penilaian individu tentang dirinya sendiri, setiap individu adalah berkedudukan sebagai penilai tentang dirinya setiap hari.

Pendapat senada mengenai ciri dari konsep diri dikemukakan Fitts (1971), bahwa diri merupakan suatu objek sekaligus juga suatu proses, yang melakukan fungsi persepsi, pengamatan serta penilain. Fitts membaginya ke dalam dua bagian yaitu internal meliputi; (1) diri sebagai objek/identitas diri, (2) diri sebagai pelaku, dan (3) diri sebagai pengamat dan penilai. Serta eksternal yang meliputi; (1) Diri fisik, (2) Diri moral, (3)Diri personal, (4) Diri keluarga, dan (5) diri sosial.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan apabila seseorang memiliki konsep diri yang negatif, maka akan terbentuk penghargaan yang rendah terhadap dirinya, tidak mengetahui siapa dirinya dan tidak dapat menjadi penilai yang baik untuk dirinya sendiri.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri

Terdapat beberapa pendapat yang dapat mempengaruhi konsep diri sebagai berikut:

- a. Grinder (1978) berpendapat bahwa konsep diri pada masa anak-anak akan mengalami peninjauan kembali ketika individu memasuki masa dewasa. Berdasarkan pendapat tersebut dapat dipahami bahwa konsep diri dipengaruhi oleh meningkatnya faktor usia.

- b. tingkat Pendidikan Pengetahuan merupakan bagian dari suatu kajian yang lebih luas dan diyakini sebagai pengalaman yang sangat berarti bagi diri seseorang dalam proses pembentukan konsep dirinya. Pengetahuan dalam diri seorang individu tidak dapat datang begitu saja dan diperlukan suatu proses belajar atau adanya suatu mekanisme pendidikan tertentu untuk mendapatkan pengetahuan yang baik, sehingga kemampuan kognitif seorang individu dapat dengan sendirinya meningkat.
- c. Shavelson & Roger (1982) berpendapat bahwa konsep diri terbentuk dan berkembang berdasarkan pengalaman dan interpretasi dari lingkungan, terutama dipengaruhi oleh penguatan-penguatan, penilaian orang lain, dan atribut seseorang bagi tingkah lakunya.

Berdasarkan uraian di atas terdapat beberapa faktor pembentukan konsep diri, antara lain: Usia, Pendidikan, pengalaman, orang lain dan lingkungannya

4. Aspek-aspek Konsep Diri

Berzonsky (1981) mengemukakan bahwa aspek-aspek konsep diri meliputi:

- a. Aspek fisik (*physical self*) yaitu penilaian individu terhadap segala sesuatu yang dimiliki individu seperti tubuh, pakaian, benda miliknya.
- b. Aspek sosial (*social self*) meliputi bagaimana peranan sosial yang dimainkan oleh individu.
- c. Aspek moral (*moral self*) meliputi nilai-nilai dan prinsip-prinsip yang memberi arti dan arah bagi kehidupan individu.

- d. Aspek psikis (*psychological self*) meliputi pikiran individu terhadap dirinya.

Sementara itu Fitts (1970) mengemukakan aspek-aspek konsep diri yaitu:

- a. Aspek pertahanan diri, hal ini dapat terjadi, dikarenakan individu tidak ingin mengakui hal-hal yang tidak baik dalam dirinya.
- b. Aspek penghargaan diri, semakin baik label yang ada pada dirinya, maka akan semakin baik pula penghargaan yang diberikannya pada diri sendiri.
- c. Aspek integrasi diri, semakin terintegrasi bagian-bagian diri dari seseorang individu, maka akan semakin baik pula ia akan menjalankan fungsinya.
- d. Aspek kepercayaan diri, dengan kepercayaan diri yang baik, maka seorang individu akan semakin percaya diri di dalam menghadapi lingkungannya.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek konsep diri mencakup diri fisik, diri psikis, diri sosial, dan diri keluarga.

D. Hubungan Antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri di Universitas Medan Area.

Hurlock (1980) menyebutkan masa remaja merupakan masa transisi dari kanak-kanak menuju dewasa yang ditandai dengan begitu banyaknya perubahan dalam diri remaja. Hal ini terlihat dari anak perempuan saat memasuki masa pubertas dimana mulai terjadi perubahan pada dirinya, mereka mulai sangat memperhatikan penampilan, cara mereka berpakaian dan berdandan agar mereka terlihat lebih menarik. Di satu sisi, remaja memiliki konsep dan prinsip tentang penampilan menarik dan mereka tidak kuasa menolak tawaran konsep menarik itu

sehingga memutuskan untuk mengikuti perkembangan mode pada zamannya. Selain pada produk-produk *fashion*, para remaja ini juga cenderung membicarakan dan berbincang mengenai tempat-tempat tongkrongan yang cukup elit seperti cafe-cafe yang sekarang ini sedang begitu maraknya di daerah sekitar kampus. Walau dari mereka ada yang tidak begitu menyukai suasana tongkrongan seperti suasana cafe, tapi karena ajakan dan bujukan teman mereka pun akhirnya ikut-ikutan.

Banyak juga dari para remaja saat ini yang selalu membandingkan dirinya dengan orang lain, dimana mereka merasa penampilan mereka kurang menarik dan terlihat membosankan sehingga para remaja ini mengupayakan diri mereka bagaimana agar mereka setidaknya terlihat sama menariknya dengan orang lain. Disinilah dapat terlihat bagaimana konsep diri seorang remaja, bagaimana mereka memandang diri mereka sendiri, bagaimana mereka menilai diri mereka dan bagaimana mereka memberikan penghargaan terhadap diri mereka sendiri.

Seiring dengan perubahan-perubahan remaja, 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-barang dengan bentuk serta warna yang menarik, dan perempuan lebih memiliki rasa antusias yang tinggi dalam berbelanja dibandingkan dengan laki-laki..

Pola hidup konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang kurang diperlukan secara berlebihan hanya untuk mencari sisi

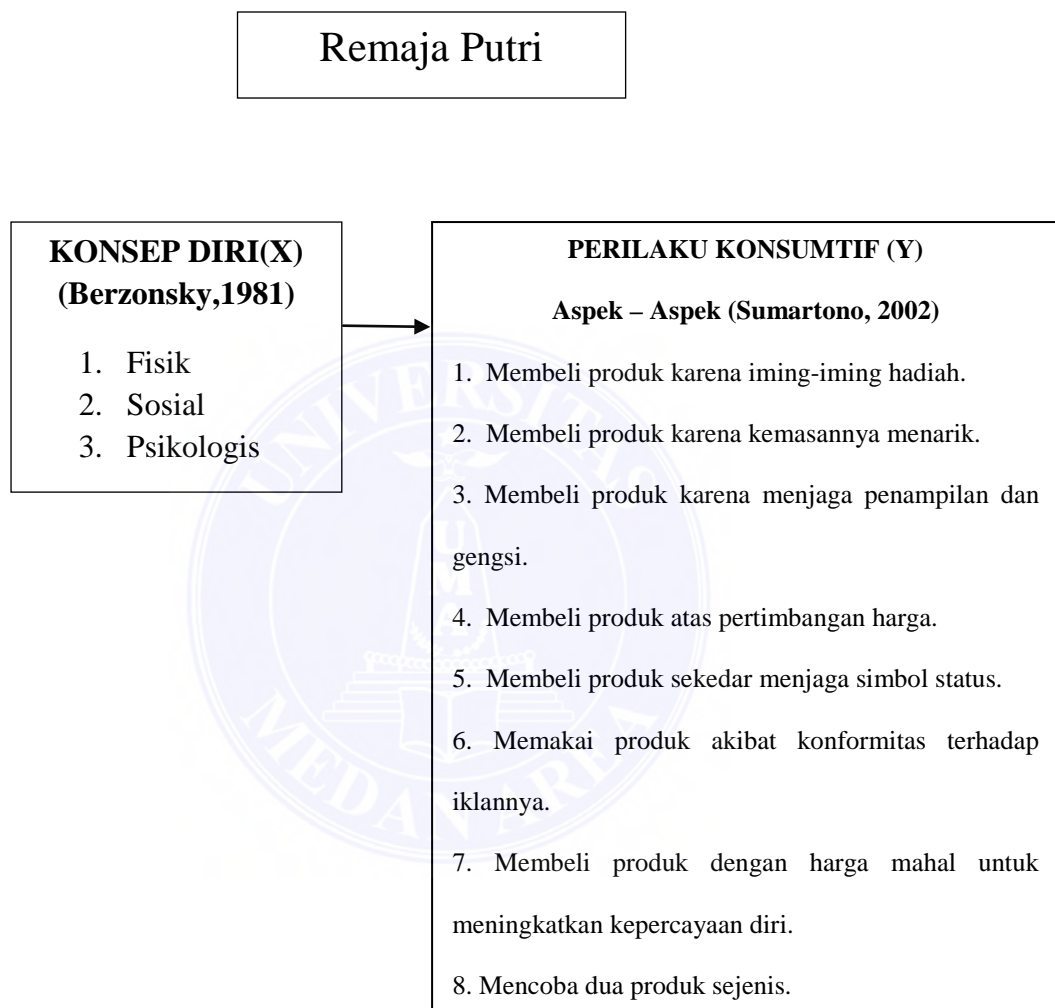
kepuasan. Sesungguhnya perilaku konsumtif memiliki banyak dampak negatif dibanding positifnya. Karena jika seseorang sudah sudah berperilaku konsumtif maka akan lebih sering membelanjakan uangnya kehal yang tidak penting yang juga berefek menjadi pemborosan serta mubazir. Kebanyakan memang orang yang berperilaku konsumtif cenderung membeli barang bukan karena mereka membutuhkannya tetapi hanya sekedar menginginkan barang tersebut saja. 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 dipandang eksis oleh lingkungan dan diterima dalam kelompok tertentu demi meningkatkan konsep diri yang ideal.

Perubahan pola hidup remaja dalam melakukan pembelian barang berlebihan pun menjadi sangat menonjol. Perilaku konsumtif pada remaja terhadap pembelian produk secara berlebihan dikarenakan konsep diri mereka yang rendah, kurang percaya diri, tidak menerima keadaan mereka sehingga mereka menutupinya dengan menggunakan sesuatu yang berlebihan. Mereka merasa dengan demikian maka mereka terlihat lebih menarik dan mereka lebih percaya diri.

Maka dari uraian di atas dapat disimpulkan adanya hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja. Semakin positif konsep diri remaja maka semakin rendah perilaku konsumtif dalam pembelian barang-barang yang tidak diperlukan atau sebaliknya, semakin negatif konsep diri maka semakin tinggi pembelian barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan.

E. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian di atas maka kerangka konseptual dapat dilihat pada gambar berikut ini:



F. Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini adalah “Ada Hubungan Negatif Antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri” dimana semakin rendah konsep diri, maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif. Begitu juga untuk sebaliknya, semakin tinggi konsep diri, maka semakin rendah perilaku konsumtif.