

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Banyak ragam sikap dan perilaku remaja dalam menjalani kehidupan ini. Ada remaja yang memiliki pola hidup sederhana dan ada pula remaja yang menyenangi pola atau gaya hidup mewah, sekalipun kondisi yang ada tidak mendukung untuk berperilaku yang menggambarkan kemewahan. Persoalan gaya hidup seringkali membawa kepada berbagai dampak, baik bagi diri sendiri, keluarga maupun lingkungan. Gaya hidup remaja sendiri berbeda satu dengan yang lain, meskipun dengan keluarga sendiri. Perbedaan ini didasari bahwa manusia bersifat *individual differen*, dimana setiap manusia yang satu berbeda dengan yang lainnya dalam banyak hal, mulai dari segi fisik sampai pada kondisi - kondisi yang sifatnya psikologis.

Seiring dengan terjadinya perubahan ekonomi dan globalisasi, hampir semua ruang lingkup gerak serta kehidupan dari lapisan masyarakat terkena dampak dari perubahan ekonomi serta arus globalisasi. Globalisasi ini menciptakan suatu kehidupan sosial yang baru dalam masyarakat ditandai dengan adanya modernisasi dalam segala aspek kehidupan itu. Masyarakat yang awalnya tradisional, dengan adanya globalisasi ini menjadi masyarakat dengan pola hidup yang konsumtif.

Pola hidup yang konsumtif ini membawa sebuah tata nilai yang materialistis yang mempengaruhi pola sikap, fikir dan tingkah laku manusia. Remaja yang memiliki gaya hidup yang bermewah-mewahan akan membelanjakan uangnya untuk hal yang tidak dibutuhkan.

Belanja, adalah kata yang sering digunakan sehari-hari dalam konteks perekonomian, baik di dunia usaha maupun di dalam rumah tangga. Namun kata yang sama telah berkembang artinya sebagai suatu cerminan gaya hidup dan rekreasi pada masyarakat kelas ekonomi tertentu. Belanja juga punya arti tersendiri bagi remaja.

Remaja adalah salah satu pasar yang potensial. Alasannya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja.

Menurut Fasal (2008) seorang aktifis gerakan konsumen dunia mendefinisikan konsumtif sebagai suatu perilaku yang boros, yang mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Dalam arti yang luas konsumtif merupakan perilaku konsumsi yang boros dan berlebihan, yang mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan, serta tidak ada sekala prioritas. Dapat juga diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewahan. Beberapa peneliti mengungkapkan, perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena psikoekonomik yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Fenomena ini menarik