

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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 yang bertujuan untuk kemajuan dari segala aspek kehidupan itu. Masyarakat yang awalnya tradisional, dengan adanya globalisasi ini menjadi masyarakat dengan pola hidup yang konsumtif.

Pola hidup konsumtif ini membawa sebuah tata nilai yang materialistis yang mempengaruhi pola sikap, fikir dan tingkah laku manusia. Konsumsi merupakan salah satu kegiatan ekonomi selain produksi dan distribusi. Sebagai akhir dari rangkaian ini konsumsi dapat diartikan sebagai kegiatan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup, sedangkan konsumtif lebih diarahkan kepada perilaku yang ditujukan untuk pemakai, dalam hal ini adalah konsumen.

Menurut Anwar Fasal (dalam www.kompas.com , 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 daripada kebutuhan, serta tidak adanya skala prioritas. Dapat juga diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah.

Menurut Kusumaningrum (2007) perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena psikoekonomik yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan remaja kota-kota besar yang sebenarnya belum memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya.

Menurut Santosa (1998) perilaku konsumtif dapat melanda berbagai macam kelompok, meskipun dalam bentuk dan taraf yang berbeda-beda. Salah satu kelompok yang juga tidak terhindar dari gaya hidup konsumtif adalah remaja. Bahkan remaja adalah kelompok umur yang paling besar kemungkinan mempunyai gaya hidup konsumtif. Hal ini dapat diketahui dengan jelas apabila kita mengamati berbagai pusat perbelanjaan, tempat karaoke, café, gedung bioskop, rumah makan *fast-food*, dan tempat-tempat hiburan lain yang menawarkan hiburan yang dipenuhi oleh konsumen remaja.

Remaja yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi yang cukup berada, terutama di kota-kota besar, pusat-pusat perbelanjaan sudah menjadi rumah kedua bagi mereka. Mereka seolah-olah ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti gaya hidup yang sedang diminati pada saat itu. Pemikiran para remaja ini didukung oleh fasilitas-fasilitas yang disediakan di pusat perbelanjaan yang dapat membangkitkan keinginan hati setiap pengunjung untuk mengkonsumsinya. Para pengunjung didorong untuk menghabiskan uang sakunya untuk melampiaskan keinginannya. Rasa gengsi dan demi penampilan di hadapan