

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agaknya hampir bisa dipastikan, tidak satupun dari ruang gerak dan aspek kehidupan masyarakat dewasa ini terhindar dari dampak industrialisasi dan arus globalisasi. Dalam realitas seperti itu keberadaan keluarga sebagai unsur terpenting dari masyarakat saat ini tengah dihadapkan pada sejumlah persoalan dan tantangan yang tidak ringan untuk mengukuhkan eksistensi dan menyelamatkan generasinya. Generasi yang dimaksud adalah remaja yang tengah berada dalam realitas kehidupan yang semakin didominasi oleh produk industri dan terkeping berbagai arus perubahan sosial budaya yang dahsyat (Bahtiar, 2004 [www. suaramerdeka.com/harian](http://www.suaramerdeka.com/harian)).

Bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial. Alasannya antara lain pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Banyak orang-orang bilang bahwa masa-masa yang paling indah adalah masa remaja. Masa remaja adalah masa ketika individu begitu sibuk mencari tahu siapa dirinya. Terkadang individu berpikir bahwa tidak ada yang tahu lebih baik tentang siapa individu itu selain dirinya sendiri. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbujuk 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.

Di kalangan remaja yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi yang cukup berada, terutama di kota-kota besar, mall sudah menjadi rumah kedua. Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti gaya yang sedang diminati pada saat itu. Padahal gaya itu sendiri selalu berubah sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya, alhasil, muncullah perilaku yang konsumtif.

Perilaku konsumtif pada remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi suka dengan orang lain yang sebaya menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang populer. Remaja dalam perkembangan kognitif dan emosinya masih memandang bahwa atribut itu sama penting bahkan lebih penting. Apa yang dikenakan oleh seorang artis yang menjadi idola para remaja menjadi lebih penting untuk ditiru dibandingkan dengan kerja keras dan usaha yang dilakukan artis idolanya itu untuk sampai kepopulerannya (Tambunan, 2001 www.e-psikologi.com).

Menjadi masalah ketika kecenderungan yang sebenarnya wajar para remaja ini dilakukan secara berlebihan. Pepatah menyatakan "*Lebih besar pasak daripada tiang*" berlaku disini. Terkadang apa yang dituntut oleh remaja di luar kemampuan orang tuanya sebagai sumber dana. Hal ini menyebabkan banyak orang tua mengeluh