

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seperti yang telah diketahui bahwa menjelang abad ke 20, negara Indonesia mulai mengalami krisis ekonomi dimana krisis tersebut mengakibatkan kesulitan keuangan negara dan juga masyarakat (Bappenas, Perkembangan Ekonomi, Para. 9). Oleh sebab itu, masyarakat seharusnya memiliki sikap untuk lebih menghemat pengeluaran dengan hanya membeli barang-barang yang benar-benar dibutuhkan agar tidak mengalami masalah keuangan. Pada kenyataannya, saat negara Indonesia mulai mengalami krisis ekonomi yaitu saat memasuki abad 20, fenomena konsumtif mulai muncul di Indonesia dan melanda kehidupan masyarakat terutama anak remaja. Hal ini diketahui dari sebuah survei di tahun 2000 (Armando, 2004: 39) yang menyimpulkan bahwa remaja Indonesia menjadi semakin konsumtif, suka berganti-ganti merek, mudah termakan tren dan senang berpenampilan menarik. Selain itu, penelitian yang dilakukan Steinberg (2008, Memahami Kecenderungan Konsumtif pada Remaja, Para. 16) menyatakan bahwa remaja menjadi target menarik bagi bermacam-macam bisnis karena dalam usianya remaja cenderung belanja lebih impulsif, khususnya usia 18-39 tahun kecenderungan belanja impulsif meningkat.

Menurut Johnstone (dalam Mangkunegara, 2005) remaja sebagai konsumen cenderung memiliki karakteristik mudah terpengaruh oleh rayuan penjual, mudah terbujuk rayuan iklan, tidak berpikir hemat, kurang realistis, romantis dan mudah

terbujuk (impulsif). Oleh karena itu, remaja biasanya mudah terbujuk untuk membeli sesuatu, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Di kalangan remaja yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi yang cukup berada, terutama di kota-kota besar, *mall* sudah menjadi rumah kedua. Banyak remaja menunjukkan kecenderungan mengikuti mode yang sedang tren. Padahal tren mode selalu berubah sehingga membuat para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya. Hasilnya, muncullah perilaku yang konsumtif dimana menurut Raymond Souza (dalam Bebas dari Konsumerisme, 2006: 6), perilaku konsumtif atau konsumerisme merupakan cara hidup yang membuat barang-barang menjadi objek dari keinginan hati mereka dan membuat benda-benda tersebut menjadi sumber dari identitas mereka dan tujuan yang akan dicapai dalam hidup mereka.. Hal ini dapat dilihat dari sebuah artikel yang menjelaskan bahwa mahasiswi di Bali cenderung membelanjakan uang cukup banyak untuk kebutuhannya khususnya untuk penampilan fisik seperti busana, sepatu, dan produk-produk kecantikan (Cybertokoh, 2007, Tinggi Belanja Rumah Tangga di Bali, Para. 9).

Penelitian ini akan difokuskan pada remaja putri karena menurut Herdiyani (2004, Dampak Media Bagi Remaja Perempuan, Para. 7), remaja putri sering menjadi sasaran baik sebagai model maupun target pasar dari iklan produk kecantikan yang ditawarkan. Banyak model-model iklan yang ditampilkan adalah remaja, hal ini dilakukan agar remaja lainnya meniru penampilan model iklan yang sama-sama berusia remaja. Produk yang ditawarkan juga sengaja dilabelkan seolah-olah khusus untuk remaja yang aktif, cantik, dan mengikuti tren. Remaja

putri sering dijadikan target pasar karena dalam usia remaja, perasaan selalu ingin tampil menarik lawan jenis (masa pubertas) sangat mendominasi kepribadiannya sehingga membuat remaja putri berlomba-lomba membeli produk yang ditawarkan untuk tampil cantik dan menarik untuk menunjukkan eksistensinya di depan remaja pria. Oleh sebab itu, penelitian ini dibatasi pada perilaku konsumtif terhadap produk *fashion* dan kecantikan. Selain itu, menurut Hurlock (2004: 219), perilaku konsumtif ini timbul karena minat remaja pada diri sendiri merupakan minat yang terkuat di kalangan kawula muda. Mereka sadar bahwa dukungan sosial sangat dipengaruhi oleh penampilan diri. Mereka juga mengetahui bahwa kelompok sosial dalam hal ini adalah teman sebaya menilai diri seseorang berdasarkan benda-benda yang dimiliki dimana hal tersebut merupakan “simbol status” yang mengangkat wibawa remaja di antara teman-teman sebaya mereka dan memperbesar kesempatan untuk memperoleh penerimaan sosial. Penampilan kebanyakan remaja cenderung meniru penampilan orang lain atau tokoh tertentu sehingga remaja biasanya mudah terbuju rayuan iklan, ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang akhirnya mendorong munculnya perilaku membeli, khususnya *fashion* dan produk kecantikan. Pembelian tersebut bukan dikarenakan produk tersebut memang dibutuhkan, namun hanya untuk sekedar mengikuti arus mode, ingin tampil lebih menarik, hanya ingin mencoba produk baru maupun ingin memperoleh pengakuan sosial. Dengan demikian, perilaku membeli tidak lagi menempati fungsi yang sesungguhnya, melainkan menjadi perilaku pemborosan biaya.

Perilaku konsumtif di kalangan remaja sebenarnya dapat dimengerti apabila melihat masa remaja sebagai masa peralihan dalam mencari identitas diri dimana mereka ingin diakui oleh lingkungan sehingga kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan lingkungan tersebut membuat remaja berusaha mengikuti *trend*. Namun sebagian besar remaja belum memiliki penghasilan yang tetap sehingga akan menjadi masalah apabila keinginan berbelanja tidak ditunjang dengan keadaan finansial yang seimbang. Selain itu, perilaku konsumtif juga dapat mengganggu tugas-tugas perkembangan pada remaja. William Kay (dalam Yusuf, 2001: 72) mengemukakan bahwa salah satu tugas perkembangan remaja adalah memiliki kepercayaan diri, serta memiliki kemampuan untuk mengendalikan diri. Jika tugas tersebut tidak berhasil, maka remaja akan menjadikan barang-barang yang dimilikinya sebagai simbol statusnya dan menjadi konsumtif sehingga akan memberikan dampak negatif pada dirinya sendiri dan orang-orang di sekitarnya karena dengan belum memiliki penghasilan sendiri, ada remaja yang sampai menuntut orangtua untuk memberikan uang yang lebih banyak guna memenuhi keinginannya. Berdasarkan pengamatan peneliti yang diperoleh dari hasil wawancara dengan 2 orang mahasiswi UNIKA Widya Mandala Surabaya Fakultas Ekonomi, bila orangtua tidak memberikan uang untuk memenuhi keinginan mereka, maka remaja tersebut akan mencuri uang orangtua. Remaja tersebut akan menjadi pribadi yang akan menghalalkan segala cara untuk mendapatkan apa yang ia inginkan walaupun dengan merugikan orang lain maupun dirinya sendiri.

Sebenarnya seorang remaja berperilaku konsumtif bukan hanya untuk mengikuti tren kecantikan dan tren mode. Salah satu subjek yang diwawancarai peneliti berinisial Y yang merupakan siswi kelas 3 SMU di Surabaya memberikan jawaban ketika ditanya oleh peneliti bahwa dia dan teman-teman sebayanya selalu mengikuti tren mode dan kecantikan agar menjadi lebih percaya diri. Kata Y, mereka akan merasa tidak percaya diri apabila mereka tidak mengikuti mode yang sedang menjadi tren. Subjek lain yang diwawancarai peneliti berinisial H yang merupakan seorang mahasiswi di sebuah perguruan tinggi swasta mengatakan bahwa ia selalu mengikuti tren mode dan kecantikan agar disukai oleh lawan jenis dan dengan mengikuti tren mode serta kecantikan ia menjadi lebih percaya diri dalam bergaul. Selain itu, dalam sebuah artikel yang ditemukan oleh peneliti, seorang siswi kelas II SLTP menyatakan:

“Menurut keyakinan gadis-gadis sebayanya, rasa percaya diri tidak datang dengan sendirinya. Ia harus diraih bukan hanya dengan otak yang encer, melainkan juga melalui gaya hidup yang mengikuti tren kecantikan dan mode.” (Kompas Cybermedia, 2004, Cantik = Pede, Para. 5).

Dari hasil wawancara dan artikel yang diperoleh, dapat diketahui bahwa seorang remaja baik remaja awal maupun remaja akhir memiliki kecenderungan untuk mengikuti tren mode dan kecantikan untuk menambah rasa percaya diri pada diri mereka. Dengan kata lain, timbulnya perilaku konsumtif pada seorang remaja berkaitan dengan citra dirinya karena Fitzgerald (2004, Citra Diri yang Positif, Para. 4) mengatakan bahwa seseorang bisa menjadi pribadi yang percaya diri disebabkan karena orang tersebut memiliki citra diri yang positif. Menurutnya, citra diri yang positif secara alamiah akan membangun rasa percaya diri. Remaja yang memiliki citra diri yang positif cenderung percaya diri,

sehingga ia bisa menerima dirinya apa adanya dan memiliki kemungkinan yang lebih kecil untuk berperilaku konsumtif dalam mengikuti tren mode dan kecantikan karena dengan citra diri yang positif, ia dapat menganggap dirinya berharga, istimewa dan unik sehingga ia tidak akan mengubah dirinya dan penampilannya hanya untuk mengikuti pendapat orang lain maupun meniru orang lain. Sedangkan remaja yang memiliki citra diri yang negatif cenderung tidak percaya diri, sehingga memiliki kemungkinan berperilaku konsumtif dalam mengikuti tren mode dan kecantikan karena mereka selalu berpikir tentang apa kata orang lain atau apa pendapat orang lain tentang mereka.

Citra diri sendiri merupakan gambaran tentang siapa diri individu, yaitu bagaimana individu menilai keadaan pribadi seperti tingkat kecerdasan, status sosial ekonomi keluarga atau peran lingkungan sosialnya, gambaran individu ingin menjadi apa, yaitu individu memiliki harapan-harapan dan cita-cita ideal yang ingin dicapai yang cenderung tidak realistis, serta bagaimana orang lain memandang diri individu. Ketiga gambaran tersebut akan membentuk bagaimana seorang remaja dapat menerima diri mereka sendiri. Jika mereka tidak bisa menerima diri mereka sendiri sebagaimana adanya, maka akan menjadi hal yang sulit untuk berharap agar orang lain di sekeliling mereka dapat menerima diri mereka apa adanya. (Kompas Cybermedia, 2003, Muda, Para. 15)

Jadi adanya dorongan berperilaku konsumtif di kalangan remaja khususnya remaja putri akan memberikan dampak yang negatif bagi perkembangan remaja itu sendiri maupun bagi lingkungannya. Perilaku konsumtif berkaitan erat dengan rasa percaya diri dimana rasa percaya diri diduga terkait dengan citra diri yang

terbentuk dalam diri remaja. Oleh karena itu menarik untuk diteliti apakah ada hubungan antara citra diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.

1.2. Batasan Masalah

Agar cakupan penelitian tidak meluas, maka dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

- a. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja, tetapi dalam penelitian ini hanya diteliti faktor citra diri yang diperkirakan mempunyai hubungan dengan perilaku konsumtif.
- b. Perilaku konsumtif dalam penelitian ini dibatasi pada perilaku konsumtif terhadap produk *fashion* dan kecantikan karena dalam usia remaja (masa pubertas), perasaan selalu ingin tampil cantik untuk menarik perhatian lawan jenis sangat mendominasi kepribadian seorang remaja putri (2004, Dampak Media Bagi Remaja Perempuan, Para. 7) sehingga remaja akan membeli produk *fashion* dan kecantikan.
- c. Untuk mengetahui hubungan antara citra diri dengan perilaku konsumtif maka dilakukan penelitian yang bersifat korelasional yaitu penelitian untuk menguji ada tidaknya hubungan antara kedua variabel tersebut.
- d. Yang digunakan sebagai subjek dalam penelitian ini adalah remaja putri di Surabaya yang berusia antara 18-22 tahun (mahasiswa). Alasan menggunakan remaja putri adalah karena remaja putri sering menjadi sasaran baik sebagai model maupun target pasar dari iklan produk kecantikan yang ditawarkan (Jurnal perempuan, 2004, Dampak Media

Bagi Remaja Perempuan, Para. 7), dan alasan menggunakan mahasiswi adalah karena mahasiswi memiliki kebebasan yang lebih untuk berpenampilan daripada pelajar SMU. Selain itu, biasanya mahasiswi sudah dipercaya oleh orangtuanya untuk memiliki dan mengatur uang yang jumlahnya lebih banyak daripada anak SMU sehingga perilaku konsumtif lebih mudah terjadi.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah dan batasan masalah, maka masalah yang ada dapat dirumuskan sebagai berikut: “Apakah ada hubungan antara citra diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri?”

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan, yaitu untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara citra diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini akan memberikan kontribusi bagi perkembangan teori di bidang psikologi, khususnya psikologi perkembangan remaja sehingga dapat memberikan masukan mengenai hubungan antara citra diri dengan perilaku konsumtif pada remaja.

1.5.2. Manfaat praktis

a. Bagi para remaja

Diharapkan melalui penelitian ini, remaja mendapat masukan tentang keterkaitan antara citra diri dengan perilaku konsumtif, sehingga remaja putri dapat menghindari perilaku konsumtif dengan mengembangkan citra diri yang positif.

b. Bagi orangtua

Penelitian ini berguna untuk memberikan informasi pada orangtua tentang pentingnya memiliki citra diri yang positif agar anak remaja mereka dapat terhindar dari gaya hidup konsumtif.