

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Masa remaja adalah masa peralihan antara masa kanak-kanak menuju ke masa dewasa yang dapat ditandai dengan perubahan fisik, sosial, dan emosional. Masa remaja akhir dimulai dari usia 17 tahun sampai 22 tahun (Paramitasari & Alfian, 2012). Putro (2017) menyatakan bahwa masa remaja akhir adalah salah satu periode dalam rentang kehidupan, masa ini merupakan bagian kehidupan yang penting dalam proses perkembangan individu dan merupakan masa peralihan untuk menuju masa perkembangan dewasa yang sehat agar dapat berinteraksi dengan baik, sehingga dalam masa remaja harus diselesaikan tugas-tugasnya.

Masa sekarang ini dalam kehidupan para remaja telah mengenal gaya hidup yang modern atau modis. Remaja masa kini selalu berusaha untuk memiliki serta menggunakan barang-barang yang tengah populer, hal ini terjadi karena tidak terlepas dari pesatnya kemajuan teknologi dan globalisasi serta didukung oleh pola konsumsi seseorang yang terbentuk pada masa seseorang tersebut menginjak usia remaja (Rombe, 2014). Kepuasan terhadap penampilan fisik individu dapat didukung dengan pemakaian busana beserta aksesoris penunjang penampilan yang menarik (Septianingsih, 2019).

Remaja terus-terusan mengkonsumsi barang-barang yang selalu trend tanpa memperhatikan apakah barang-barang tersebut memang diperlukan serta dibutuhkan atau hanya karena untuk menunjang rasa puas semata pada dirinya, karena seperti yang diketahui kemajuan teknologi dan globalisasi seiring waktu

akan terus berkembang dan maju tanpa henti (Rombe, 2014). Seseorang akan melakukan apa saja agar terlihat menarik di hadapan orang lain karena orang tersebut kurang menerima keadaan dirinya sendiri. Seseorang memiliki pemikiran bahwa dengan melakukan perubahan pada tubuhnya, maka dia akan terlihat lebih sempurna dan orang lain pasti mau berhubungan dengannya karena penampilannya yang menarik tersebut (Hasmalawati, 2017).

Pada masa remaja, terjadinya berbagai perubahan terutama perubahan fisik membuat para remaja putri menunjukkan perhatian yang sangat besar pada bentuk tubuhnya (Nurvita & Handayani, 2015). Perubahan-perubahan fisik yang dialami menghasilkan persepsi yang berbeda, dan hal ini secara tidak langsung akan membangun pola pikir bagaimana definisi sempurna menurut diri sendiri (Maulani, 2019). Sehingga hal tersebut menyebabkan ketidakpuasan seseorang terhadap tubuhnya bisa muncul karena orang tersebut telah memiliki konsep tubuh ideal dalam pikirannya, namun dia merasa bahwa tubuhnya sendiri tidak atau belum memenuhi kriteria tubuh ideal tersebut (Cash & Szymansk dalam Grogan, 1999).

Menurut Windayanti & Supriyadi (2019) Remaja akan melakukan segalanya untuk mendapatkan penampilan fisik yang sesuai dengan apa yang ada di dalam masyarakat. Remaja kini banyak terjebak dalam kehidupan konsumtif, dengan rela mengeluarkan uangnya untuk menuruti segala keinginan, bukan kebutuhan, dalam kesehariannya remaja menghabiskan uang remaja untuk membeli makanan, pakaian, perangkat elektronik, hiburan seperti menonton film dan sebagainya (Yuliantarai & Herdiyanto, 2015). Menurut Lestari, Karimah,

Febrianti, Ranny & Harlina (2017) sebagian besar dari remaja akan cenderung ingin selalu untuk mempunyai barang-barang secara berlebihan dalam melakukan pembelian.

Remaja yang memiliki keyakinan bahwa penampilan, terutama pakaian, merupakan sarana yang paling penting dalam penerimaan sosial akan selalu memperhatikan penampilannya. Hal tersebut sependapat dengan Denich & Ifdil (2015) yang menyatakan bahwa dampak psikologis yang negatif dapat ditimbulkan adanya perubahan fisik yang terjadi, sebagian besar remaja lebih mengutamakan penampilan remaja dibandingkan dengan hal lainnya dalam diri remaja. Remaja banyak yang tidak suka apabila melihat tentang apa yang remaja lihat dicerminkan. Remaja tidak segan untuk membeli barang-barang yang remaja anggap menarik dan mengikuti gaya mode yang sedang populer, karena tidak ingin dianggap kuno atau kurang gaul (Windayanti & Supriyadi, 2019).

Menurut Sumartono (2002), perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut. Hal ini membuat perilaku membeli dan mengkonsumsi pada masyarakat juga mengalami perubahan.

Selanjutnya, Lina dan Rosyid (1997) menjelaskan bahwa terdapat tiga aspek dalam perilaku konsumtif yaitu, pertama pembelian impulsif, menunjukkan bahwa seseorang membeli tanpa mempertimbangkannya. Kedua, pemborosan

yaitu menghambur-hamburkan uang misalnya, remaja yang membeli barang mahal karena gengsi. Ketiga, mencari kesenangan misalnya, remaja membeli barang secara berlebihan sebagai hobi.

Menurut Astuti (2013) seseorang akan menjadi konsumtif apabila membeli barang tanpa memperdulikan kegunaan dan manfaatnya dan hanya berdasarkan keinginannya. Pernyataan tersebut diperkuat oleh Lina & Rosyid (1997) yang menyatakan bahwa kebiasaan dan gaya hidup orang juga berubah dalam jangka waktu yang relatif singkat menuju kearah kehidupan mewah dan cenderung berlebihan, yang ujung-ujungnya menimbulkan pola hidup konsumtif.

Predikat konsumtif biasanya melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, sebab pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan (Lina & Rosyid, 1997). Membeli barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan, banyak dilakukan oleh beberapa orang. Keinginan yang sering muncul menjadikan suatu kebiasaan dalam relatif waktu yang singkat menjadikan seseorang hidup secara berlebihan hingga pada gaya hidup yang konsumtif. Kebutuhan yang terus menerus dan tidak merasa puas akan berdampak pada mengonsumsi sesuatu secara berlebihan yang menjadi perilaku konsumtif.

Berdasarkan sebuah penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi (2013) tentang perilaku konsumtif remaja, bahwa perilaku konsumtif remaja berkunjung ke tempat perbelanjaan dilihat dari frekuensinya bervariasi, dari jumlah remaja yang berkunjung antara 1 sampai dengan 4 kali dan 13 sampai dengan 16 kali. Remaja cenderung berkunjung ke tempat perbelanjaan dengan tujuan untuk

berbelanja dan mengkonsumsi barang yang ditawarkan di tempat perbelanjaan. Remaja dalam memilih barang yang akan digunakan, sebagian besar para remaja sangat dipengaruhi oleh perkembangan trend yang ada. Terutama dengan basic psikologis dari seorang remaja yang cenderung masih labil dan bersifat dinamis, membuat remaja mudah terpengaruh oleh lingkungan pergaulan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizky & Rachmatan (2016) mengenai hubungan antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja di Kota Banda Aceh menunjukkan bahwa terdapat adanya hubungan yang positif antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja. Selanjutnya sebagian besar berada pada kategori sedang untuk perilaku konsumtifnya. Individu yang memiliki citra tubuh positif akan bisa mengendalikan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif akan berdampak pada pola hidup boros yang dapat mengurangi kesempatan untuk menabung, dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang, karena lebih banyak mengkonsumsi barang pada saat ini (Saputri, Siswandari & Muchsini, 2017).

Menurut Saputri, Siswandari & Muchsini (2017), perilaku konsumtif jika dilakukan terus menerus dalam waktu lama dapat menyebabkan remaja mengalami kesulitan keuangan pada saat dewasa. Kebutuhan dimasa mendatang akan lebih banyak jumlahnya dan besar nominalnya. Para remaja lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang bermerk untuk mengikuti trend terkini dan diakui oleh teman-temannya dibanding untuk membeli perlengkapan kampus yang lebih penting seperti buku-buku pendukung perkuliahan (Dikria & Sri, 2016).

Pola hidup glamor yang ditampilkan oleh remaja-remaja Indonesia lewat sinetron dan media massa lainnya cukup menggugah untuk merubah pola hidup dengan cara instan (Batubara, 2011). Kebanyakan dari remaja selalu mengedepankan rasa gengsi, tidak mau sedikit berusaha, lebih baik menjajakan diri sehingga mendapatkan imbalan yang besar ketimbang bekerja mengeluarkan tenaga banyak tapi hasilnya sedikit demi memenuhi kebutuhan akan kemewahan (Fauziah, 2013).

Sejalan dengan data tersebut, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap 5 subjek remaja putri dan 4 subjek remaja putra yang berusia antara 18 tahun sampai dengan 21 tahun pada tanggal 28 November 2020. Berdasarkan hasil wawancara didapatkan bahwa remaja akhir baik putra maupun remaja putri, untuk menunjang penampilan diri remaja rela membelanjakan uangnya lebih banyak agar memiliki barang-barang yang sedang menjadi trend. Hal tersebut dikarenakan remaja mudah tertarik dan terbujuk pada barang yang sedang trend. Berdasarkan wawancara cenderung remaja mengkonsumsi barang secara berlebihan dan tidak rasional, yang tidak didasarkan pada kebutuhan melainkan keinginan dan dilakukan demi menjaga penampilan diri agar terlihat sempurna menurut dirinya dan agar dianggap oleh lingkungan sekitar serta untuk meningkatkan status sosial, gengsi seperti membeli baju, sepatu, tas mengikuti gaya fashion terkini atau membeli barang yang sama dengan temannya, dan remaja akan selalu memperbaiki penampilannya. Hal-hal di atas menunjukkan adanya perilaku konsumtif pada remaja akhir sebagai perilaku yang dapat

menunjang penampilan fisiknya. Seperti dikutip dari wawancara singkat dengan salah satu remaja yang menyatakan bahwa;

“Aku tuh ngerasa perutku buncit mbak, sekarang makin lebar badanku, aku nggak pede aja kalau pake baju yang ngepres sampe aku tuh beli baju yang kayak ada talinya biar bisa keliatan lebih kecil gitu padahal bajuku tuh udah banyak pol dan rata-rata modelnya juga sama enggak jauh beda hahaha”.

Hal yang serupa juga dikemukakan oleh remaja :

“Aku kurang puas aja sama penampilanku yang sekarang, karna aku sampe minum teh herbal gitu mulai dari teh cina, teh herbalife biar aku tuh ideal dan tehnya tuh belum habis ku minum udah nyoba teh yang lainnya lagi karna pengen kurus aja gitu”.

Menurut Kanserina (2015) menyatakan bahwa salah satu lapisan konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi adalah remaja, remaja memiliki kemampuan berkonsumsi yang irasional. Berkonsumsi dalam hal ini tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun berkonsumsi dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya.

Hal ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan Astuti (2013) berdasarkan hasil penelitian mengatakan bahwa remaja melakukan pembelian barang berdasarkan atas dasar kesukaan dan ketertarikan terhadap model barang yang terlihat menarik. Melakukan pembelian barang tanpa adanya perencanaan, membeli barang atas pertimbangan harga serta tidak mempertimbangkan manfaat

maupun kegunaan. Membeli barang dengan harga yang mahal atau barang dengan merek ternama akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, membeli barang dengan jenis sama namun dari merek yang berbeda, membeli barang demi menjaga penampilan diri dan gengsi, serta membeli barang untuk menjaga simbol status.

Mariyanti & Anggreini (2014), menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat dikatakan sebagai perilaku kenakalan atau perilaku yang menyimpang ketika mahasiswi berbelanja dengan menggunakan uang kuliah, membohongi orang tua agar mendapatkan uang untuk berbelanja, menjual barang-barang berharga untuk berbelanja dan mencuri uang orang tua agar dapat membeli barang yang disukai. Menurut Wati, Sarinah & Hartini (2019) seharusnya remaja putri mampu menemukan kemampuan yang dipunya agar dapat membuat remaja semakin bersikap positif dalam segala hal dan mampu menerima semuanya tidak hanya yang berkaitan dengan kualitas fisik saja namun dapat fokus dalam hal lainnya juga. Remaja yang terbiasa dengan perilaku konsumtif dikhawatirkan akan terus menjalani pola perilaku yang sama hingga pada saat berada di dunia kerja. Jika tidak terjadi kesesuaian antara pendapatan dan keinginan, maka ada kecenderungan untuk melakukan korupsi (Suminar & Meiyuntari, 2015).

Tingginya perilaku konsumtif pada remaja akhir disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu berdasarkan penelitian yang dilakukan Lina & Rosyid (1997) dibedakan menjadi dua faktor antara lain, yang pertama faktor eksternal terdiri dari kebudayaan dan kebudayaan khusus, kelas sosial, kelompok sosial dan

kelompok referensi, keluarga. Kedua yaitu faktor internal terdiri dari motivasi dan harga diri, pengamatan dan proses belajar, kepribadian dan konsep diri.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kepribadian dan konsep diri. Kepribadian adalah ciri bawaan psikologi manusia yang terbedakan, menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian biasanya dapat diketahui dengan menggunakan ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri dan kemampuan adaptasi. Menurut Sunaryo (2004) terdapat lima komponen konsep diri, antara lain gambaran diri (*body image*), ideal diri (*self ideal*), harga diri (*self esteem*), peran diri (*self role*), dan identitas diri (*self identity*). Perhatian yang besar terhadap diri sendiri merupakan minat yang kuat pada remaja dan hal tersebut termasuk kedalam *body image* (Hurlock, 2006). *Body image* mengacu pada persepsi menyeluruh mengenai tubuh, termasuk pemikiran, perasaan, dan reaksi seseorang mengenainya (Adi, 2008).

Pada masa remaja *body image* dinilai sangat penting. Hal ini karena penilaian atas penampilan fisik dan tubuhnya memiliki pengaruh dalam lingkungan sosial, sehingga mereka akan berupaya untuk terus meningkatkan penampilan yang dimiliki (Septianingsih, 2019). Grogan (2016) menyatakan bahwa remaja putri lebih banyak mengalami *body image* negatif dibandingkan dengan remaja laki-laki. Menurut Denich & Ifdil (2015) *body image* merupakan gambaran persepsi seseorang tentang tubuh ideal dan apa yang mereka inginkan pada tubuh mereka baik itu dalam hal berat maupun bentuk tubuh yang didasarkan

pada persepsi-persepi orang lain dan seberapa harus remaja menyesuaikan persepsi tersebut. Cash (2000) menjabarkan bahwa aspek dari *body image* ada lima yang meliputi evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan area tubuh, kecemasan menjadi gemuk, pengkategorian ukuran tubuh.

Seiring dengan perubahan emosi, terbentuk pola konsumsi yang dapat berkembang menjadi pola konsumtif untuk meningkatkan penampilan fisiknya (Yolanda, 2016). Menurut Denich & Ifdil (2015) bermula pada penampilan fisik dari remaja sehingga menciptakan persepsi dan penilaian mengenai bentuk tubuh yang dimiliki, dengan itu remaja akan melihat bagaimana penampilan fisik dari orang lain untuk dijadikan pembandingan dan standar bagi tubuhnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa *body image* adalah cara pandang individu mengenai gambaran dirinya sebagai makhluk yang berfisik, oleh karenanya *body image* sering dikaitkan dengan karakteristik fisik termasuk dalam hal berpenampilan secara umum. Remaja tidak segan untuk membeli barang-barang yang remaja anggap menarik dan mengikuti gaya mode yang sedang populer, karena tidak ingin dianggap kuno atau kurang gaul. Padahal gaya mode sendiri akan selalu berubah, sehingga para remaja tidak akan pernah puas dengan produk produk yang sudah dimiliki saat ini (Djudiyah dan Hadipranata, 2002).

Body image juga akan menentukan cara seseorang menilai dirinya, positif atau negatif. Kalau seseorang menilai dirinya secara positif, maka seseorang itu juga yakin akan kemampuan dirinya dan menerima apapun keadaan pada dirinya. Sebaliknya, orang yang menilai dirinya secara negatif maka akan cenderung tidak yakin dan menolak keadaan dirinya (Sloan, 2002). Menurut Becker (2001)

menyatakan bahwa ketika remaja tidak yakin dengan kemampuannya dan cenderung menolak keadaan fisiknya maka remaja akan mempersepsikan dirinya kurang ideal karena penampilannya menimbulkan kesan tidak baik pada orang lain termasuk lawan jenis. Tidak jarang remaja akan merasa stress, sedih dan mengalami tingkat kecemasan karena penampilannya dianggap kurang ideal.

Hal tersebut didukung oleh penelitian Nurvita (2005) bahwa seseorang yang memiliki *body image* positif akan merasa puas terhadap bentuk tubuh dan penampilannya, merasa percaya diri, dan menerima segala perubahan pada bentuk tubuhnya. Berbeda dengan seseorang dengan *body image* negatif, yang merasa bentuk tubuh dan penampilannya tidak sesuai dengan bentuk tubuh ideal yang diharapkan dan yang ada di media maupun lingkungan sosialnya sehingga orang tersebut merasa tidak puas dengan bentuk tubuh serta penampilannya. Remaja yang memiliki *body image* positif, akan merasa bahwa tubuh dan penampilannya cantik dan menarik, walaupun pada kenyataannya tubuh dan penampilannya kurang menarik (Bell dan Rushfort, 2008). Sedangkan remaja yang mempunyai *body image* yang negatif akan banyak melakukan usaha untuk menggapai *body image* yang sempurna dengan bantuan kosmetik, mengikuti mode terbaru, menata rambut hingga melakukan koreksi di berbagai bagian wajah dan tubuh. Keinginan untuk pemenuhan kebutuhan agar tampil menarik dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif pada remaja (Supriyadi & Windayanti, 2019).

Remaja yang berperilaku konsumtif cenderung mengikuti mode dengan membelanjakan uang untuk mengkonsumsi barang-barang yang mendukung penampilannya (Jasmadi & Azzama, 2016). Pada kenyataannya remaja lebih

memenuhi keinginan daripada kebutuhan yang ada (Yuliantarai & Herdiyanto, 2015). Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam apakah terdapat hubungan antara *body image* dengan perilaku konsumtif dikalangan remaja akhir?

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *body image* dengan perilaku konsumtif pada remaja.

C. Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian ini dibedakan menjadi 2 yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis, sebagai berikut:

- a. Manfaat secara teoritis adalah memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan khususnya di bidang Psikologi Perkembangan.
- b. Manfaat praktis adalah diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi para remaja agar tidak berperilaku konsumtif dan merasa puas terhadap penampilan fisiknya. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberi masukan kepada setiap pihak yang terlibat dalam penelitian ini agar dapat mencegah terjadinya perilaku konsumtif.