**HUBUNGAN ANTARA KEPRIBADIAN EKSTROVERT DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA AKHIR**

***RELATIONSHIP BETWEEN EXTROVERT PERSONALITY WITH CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN END ADOLESCENTS***

**Mia Dwi Susanah1, Ranni Merli Safitri2**

Fakultas psiologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

[1miadwisusanahpm1@gmail.com](mailto:1miadwisusanahpm1@gmail.com)

087839740923

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepribadian ekstrovert dengan perilaku konsumtif pada remaja akhir. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan yang positif antara kepribadian ekstrovert dengan perilaku konsumtif pada remaja akhir. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 70 orang, yaitu remaja dengan usia 18-21 tahun. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala perilaku konsumtif dan *Eysenck Personality Inventory* aitem Ekstrovert. Hasil analisis data dengan uji korelasi *Product Moment* korelasi antara kerpribadian ekstrovert dengan perilaku konsumtif adalah (rxy) = 0,281 dengan p = 0,009 ( p < 0,050) yang berarti ada korelasi yang positif antara keprbadian ekstrovert dengan perilaku konsumtif, sehingga hipotesis diterima. Koefisien determinasi (R2) menunjukkan bahwa kepribadian ekstrovert berkontribusi pada perilaku konsumtif sebesar 7,9 % dan 92,1% berasal dari faktor lain. Diharapkan ada pengurangan dan pengendalian terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian kuota internet.

Kata Kunci : perilaku konsumtif, kepribadian ekstrovert

***Abstract***

*This research aims to know the relationship between extrovert personality with consumptive behavior in late adolescents. The hypothesis proposed in this research is that there is a positive relationship between extroverted personality with consumptive behavior in late adolescents. The subject of this research amounted 70 people, that is adolescents with aged 18 until 21 years old. The method of collectingn data in this research using the scale of consumptive behavior and extrovert form Eysenck Personality Inventory.The result of analysis with correlation test of Product moment correlation. between extroverted personality with consumptive behavior is (rxy) = 0,281 with p = 0,009 ( p < 0,050) its means there is a positive correlation. between extroverted personality with consumptive behavior, so the hyopethesis is accepted. The coefficient of determination (R2) shows that extroverted personality contributes 7,9% to the consumptive behavior and 92,1% comes from other factor. Is expected that to reduction and controlled consumptive behavior in internet quota purchases.*

*Keywords : consumptive behavior, extrovert personality*

**PENDAHULUAN**

Globalisasi dunia merupakan salah satu ciri utama di era abad ke dua puluh satu. Salah satu ciri era globalisasi yaitu majunya teknologi di bidang komunikasi, sehingga informasi yang berasal dari luar suatu negara akan dengan mudah ditangkap dan berpengaruh ke dalam suatu negara. Hal tersebut memicu pergeseran budaya, sehingga semakin banyak persamaan gaya hidup yang terjadi akibat pengaruh dari budaya barat. Pola-pola konsumsi dari negara Barat akan dengan mudah ditiru oleh masyarakat (Ancok,2004).

Ada banyak pengaruh dari globalisasi di Indonesia yang saat ini dapat dirasakan, salah satunya adalah perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat. Pada era globalisasi seperti sekarang ini teknologi dan informasi yang banyak di gunakan adalah internet, dengan internet orang-orang dapat berkomunikasi dan bertukar informasi secara cepat dan tanpa mengenal batasan waktu maupun wilayah (Damayanti & Harti, 2014). Berdasarkan hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2017 menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68 persen dari populasi sebanyak 262 juta orang (Tim APJII, 2018). Sementara itu pada tahun 2019, APJII kembali melakukan survei yang dilaksanakan pada bulan Maret- April 2019 mengenai penggunaan internet di Indonesia. Dari survei tersebut dijelaskan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat 10,12%. Pada tahun 2019 ini ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8% yang sudah terhubung ke internet (Pratomo,2019).

Beradasarkan laporan dari *Wearesocia*l bahwa dari ratusan juta pengguna internet di Indonesia 60 persennya telah mengakses internet menggunakan ponsel pintar (*smartphone*) (Ramadhan, 2018). Untuk dapat mengakses internet melalui *smartphone* pengguna harus membeli atau berlangganan paket data internet. Menurut Ronni Nurmal, *Head of Network Solutions* Ericsson [Indonesia](https://bali.tribunnews.com/tag/indonesia), pengguna smartphone di [Indonesia](https://bali.tribunnews.com/tag/indonesia) per orang rata-rata menghabiskan kuota data lebih dari 5 GB data setiap bulan. Peningkatan tersebut sudah terjadi sejak 2017, saat konsumsi data individu per bulan di [Indonesia](https://bali.tribunnews.com/tag/indonesia) masih di bawah 5 GB (Budiarti, 2018).

Studi yang dilaksanakan oleh Kementerian Kominfo dengan menelusur aktivitas online dari sampel anak dan remaja sebanyak 400 responden mencatat bahwa 98 persen dari anak-anak dan remaja yang disurvei tahu tentang internet dan bahwa 79,5 persen diantaranya adalah pengguna internet. Dari hasil survey tersebut terlihat bahwa pengguna internet kebanyakan adalah remaja. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Astidewi (2018) remaja menggunakan kuota internet lebih banyak untuk mengakses akun jejaring sosial yang mereka miliki seperti beragam aplikasi chatting, facebook, twitter, instagram, youtube, serta untuk bermain game online. Penggunan internet yang dilakukan secara berlebihan ini mengakibatkan perilaku konsumtif pada remaja (Astidewi,2018). Usia remaja merupakan salah satu pasar yang potensial bagi produsen. Hal ini dikarenakan pola konsumsi individu terbentuk pada usia remaja (Undari,2016). Secara psikologis remaja adalah usia dimana individu berintregasi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa dibawah tingkat orang-orang yang lebih tua, melainkan berada dalam tingkatan yang sama (Hurlock,1980). Usia remaja membuat mereka mempunyai keinginan yang lebih besar dalam memenuhi keinginannya dari pada kebutuhannya ( Faisati, 2018). Perilaku konsumtif biasanya melekat pada seseorang jika orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan yang rasional, karena pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah pada tingkat keinginan yang berlebihan (Lina & Rosyid 1997).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada hari Kamis,19 September 2019 pada remaja akhir dengan usia 18-21 tahun sejumlah tujuh orang. Keseluruhan subjek terindikasi perilaku konsumif, mereka mengatakan bahwa dalam satu minggu bisa meghabiskan kuota internet sebanyak 7 GB sampai dengan 15 GB. Astidewi (2016) menyebutkan bahwa pemakaian kuota lebih dari 4GB per bulan dapat digologkan dalam pemakaian kuota yang berlebihan, Dalam hal ini pembelian kuota yang berlebihan dapat dikaitkan dengan aspek perilaku konsumif meurut Lina & Rosyid (1997) yaiu pembelian secara berlebihan, dimana remaja membeli kuota internet bukan berdasarkan apa yang ia butuhkan, tapi lebih kekeinginannya

Di tengah era modernitas seperti saat ini perilaku konsumtif remaja seakan dianggap menjadi sesuatu yang wajar. Tapi, jika di telaah lebih jauh bisa memunculkan akibat yang cukup serius dan bahkan cenderung berbahaya. Perilaku konsumtif bisa menggiring remaja sampai terjerumus ke dalam jaringan prostitusi (Suminar & Meiyuntari, 2015).

Menurut Kotler & Keller (2009) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor budaya yang meliputi budaya, subbudaya, kelas sosial. Faktor sosial yang meliputi kelompok referensi keluarga, dan peran dan status. Yang terakhir adalah faktor pribadi yang mencakup usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri. Berdasarkan uraian faktor-faktor diatas salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kepribadian. Dalam hal ini kepribadian yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kepribadian ekstrovert.

Eysenck (dalam Kadir, Himawati & Gamayantri, 2012) menyebutkan bahwa individu yang memiliki kepribadian ekstrovertmemiliki karakteristik antara lain cenderung kurang peka terhadap perasaan orang lain (*touch restless*), memiliki banyak teman (*sociable*), membutuhkan orang untuk diajak berbicara (*talkative*), tidak menyukai membaca dan belajar sendiri, mencari-cari kegembiraan (*sensation seeking*), mudah tertarik terhadap sesuatu yang baru (*ex-citeable*), mudah berubah (*changeable*).

Kepribadian seseorang dalam hal ini adalah kepribadian ekstrovert ternyata terkait dengan perilaku konsumif Penelitian yang dilakukan oleh Widyaningrum & Puspitadewi (2016) menyebutkan bahwa orang yang memiliki kepribadian ekstrovert memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi. Terlihat ketika orang dengan kepribadian ekstrovert lebih banyak dalam menggunakan jejaring sosial untuk berkomunikasi, dari membicarakan hal-hal kecil kegiatan apa saja yang dilakukannya sehari-hari sampai hal-hal yang besar seperti masalah pribadi yaitu keluarga ataupun masalah yang lainnya, dan orang dengan kepribadian ekstrovert sering merasa tidak nyaman apabila dalam satu harinya tidak menggunakan jejaring sosial untuk berkomunikasi (Annisa, 2016). Sehingga dari akivitas penggunaan jejaring sosial tersebut dapat mengakibatkan pemborosan kuota internet dan pemakaian kuota internet yang berlebihan dapat di golongkan dalam perilaku konsumif.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara kepribadian ekstrovert dengan perilaku konsumtif pada remaja akhir. Semakin seseorang berkepribadian ekstrovert maka semakin tinggi perilaku konsumtif dalam pembelian kuota internet, sebaliknya semakin kurang ekstrovert kepribadian seseorang maka semakin rendah perilaku konsumtif dalam pembelian kuota internet.

**METODE**

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepribadian ekstrovert sebagai variabel bebas dan perilaku konsumtif sebagai variabel tergantung. Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah remaja dengan usia 18-21 tahun, yang mempunyai *smartphone* dan memiliki perilaku pembelian kuota internet diatas 4 GB.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Skala Perilaku Konsumtif dan *Eysenck Personality Inventory.*  Skala Perilaku Konsumif terdiri dari 18 aitem dalam benuk kalimat penyataan *favorable* dan *unfavorable* dengan 4 kategori respon yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Aitem-aitem di atas memiliki koefisien validitas yang bergerak antara 0,324 - 0,602 dan koefisien reliabilitas sebesar 0,80 sehingga layakdigunakan sebagai alat pengumpul dat.Skala kedua yang digunakan adalah *Eysenck Personality Inventory* yang terdiri dari 23 aitem dalam bentuk peryataan *favorable* dan *unfavorable*.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasional *Product Moment* dari Karl Pearson. Alasan mengunakan korelasi ini yaitu untuk menguji hubungan dua variabel yaitu perilaku konsumtif sebagai variabel terikat dan kepribadian ekstrovert sebagai variabel bebas

**HASIL DAN PEMAHASAN**

Dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov untuk variabel perilaku konsumtif diperoleh KS- Z = 0,074 dengan p = 0,200 dan variabel kepribadian ekstrovert diperoleh KS- Z = 0,090 dengan p = 0,200. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumtif dan variabel kepribadian ekstrovert mengikuti sebaran data yang normal.

Dari hasil uji liniearitas diperoleh nilai F = 5,389 dan p = 0.024 berarti hubungan perilaku konsumtif dengan kepribadian ekstrovert merupakan hubungan yang linier.

Dari hasil analisis *product moment*  diperoleh koefisien korelasi (rxy) = 0,281 dengan p = 0,009 ( p < 0,050) yang berarti ada hubungan positif antara keprbadian ekstrovert dengan perilaku konsumtif . Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini diterima. Hasil analisis data tersebut juga menunjukkan nilai koefisien determinasi (R2) sebesar 0,079 yang artinya sumbangan variabel kepribadian ekstrovert pada variabel perilaku konsumtif sebesar 7,9 %.

Berdasarkan hasil product moment secara umum hasil penelitian menunjukkan bahwa kepribadian ekstrovert mempunyai hubungan positif dengan perilaku konsumif pada remaja akhir. Artinya Semakin seseorang berkepribadian ekstrovert maka semakin tinggi perilaku konsumtif dalam pembelian kuota internet, sebaliknya semakin kurang ekstrovert kepribadian seseorang maka semakin rendah perilaku konsumtif dalam pembelian kuota internet.

Lina & Rosyid (1997) perilaku konsumtif adalah perilaku yang melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan yang rasional, karena pembelian yang tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan. Perilaku konsumtif merupakan perilaku pembelian yang boros dan juga berlebihan yang lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Perilaku konsumtif banyak di lakukan oleh remaja, karena remaja merupakan salah satu golongan dalam masyarakat yang tidak lepas dari pengaruh konsumtivisme (Jatman, dalam Lina & Rosyid,1997).

Eysenck (dalam Winoto & Setiawan, 2015) menjelaskan bahwa kepribadian ekstrovert merupakan pribadi yang energik dan gesit. individu eksrovert biasanya akan sering membagikan aktivitasnya di sosial media. Selain itu individu yang memiliki kepribadian eksrovert biasanya mengambil keputusan tanpa memikirkan secara matang tentang keuntungan maupun kerugiannya.

Selain itu semakin ekstrovert kepribadian individu maka ia merasa berani unuk mengambil resiko.

Hasil kategorisasi perilaku konsumif terhadap remaja akhir menunjukkan kategorisasi yang sedang yaitu sebesar 67,1% atau sebanyak 47 subjek.Sisanya 23 subjek atau sebesar 32,9% berada dalam taraf yang rendah, dan tidak ada subjek yang berada dalam kategorisasi tinggi. Hasil kategorisasi kepribadian ekstrovert menunjukkan taraf kepribadian eksrovert yang sedang yaiu sebanyak 50% atau 35 subjek, 27,2% atau 19 subjek dalamtaraf rendah dan sisanya 22,8% atau sebanyak 16 subjek berada dalamaraf yang tinggi. Subjek dalam penelitian ini menjukkan bahwa sebagian besar memiliki keprbadian ekstrovert. Namun hasil menjukkan adanya korelasi positif yang signifikan.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara kepribadian ekstrovert dengan perilaku konsumtif pada remaja akhir**.**

Saran bagi subjek penelitian diharapkan untuk subjek yang memiliki perilaku konsmtif terhadap pembelian kuota internet yang tinggi dapat mengendalikan dan lebih memikirkan dengan matang ketika akan membeli kuota internet. Saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggali kembali faktor – faktor yang mempengaruhi remaja akhir dalam melakukan perilaku konsumtif selain dilihat dari kepribadian yaitu seperti kelas budaya, subbudaya, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, peran dan status, usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, gaya hidup dan nilai, dan juga konsep diri.

**DAFTAR PUSTAKA**

Ancok, D. (2004). *Psikologi Terapan (Mengupas Dinamika Kehidupan Umat Manusia*). Yogyakarta : Darussalam.

Annisa. (2016). Intensitas komunikasi melalui jejaring sosial pada remaja dengan tipe kepribadian ekstrovert dan introvert. Psikoborneo, 4(4), 763-772.

Astidewi N, K. (2018). Hubungan Kontrol diri dengan perilaku konsumtif pengguna paket kuota internet (studi pada siswa SMAN 5 Samarinda). PSIKOBORNEO, 6(1), 126-135.

Budiarti, I. (2018, 26 Desember) Pengguna Internet Indonesia masuk kategori “heavy user*”* tip bulan habiskan kuota di atas 5 gb. Diakses dari <https://bali.tribunnews.com/2018/12/26/pengguna-internet-indonesia-masuk-kategori-easy-user-tiap-bulan-habiskan-kuota-di-atas-5-gb>

Faisati, M. M., Noviekayanti, Rini, A.P. (2018). Permisive parenting and extrovert personality with consumtive behaviorin Indonesian workers (TKI / TKW)children in Bandung Tulungagung District*. Journal Psikodimensia* ,17(2). 93-102.

Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.

Kadir, Himawati dan Gamayantri (2012). Hubungan antara tipe kepribadian Eysenck dengan komitmen organisasi pada OSIS SMAN 2 Cimahi. *Psympathic ,Jurnal Ilmiah Psikologi* 5(1).521-534

Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Edisi 13. Penerbit Erlangga

Lina & Rosyid, (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan Locus of control pada remaja putri. *Psikologika*,4(*2*),5-13.

Pratomo, Y. (2019, 19 Mei). APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa. *Kompas.* Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>.

Suminar, E. & Meiyuntari, T. (2015). Konsep diri,konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(2),145-152.

Tim APJII. (2018). Potret zaman now pengguna & perilaku internet indosesia. Buletin APJII. Edisi 23 Diakses dari https://apjii.or.id/content/read/104/357/BULETIN-APJII-EDISI-23---April-2018.

Undari, S. R. (2016). Perbedaan perilaku konsumtif SMK Karya Rini ditinjau dari tipe kepribadian introvert dan ekstrovert. *E-Journal Bimbingan dan Konseling*, 7(5). 28-37.

Widyaningrum & Puspitadewi .(2016)*.* Perbedaan perilaku konsumtif ditinjau dari tipe kepribadian pada siswa Sekolah Menengah Atas *. Jurnal Psikologi Teori dan Terapan* 6(2).102-106.