# BAB I

# PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang alasan yang melatarbelakangi peneliti melakukan penelitian. Bab ini meliputi latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, serta struktur organisasi skripsi.

## A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan gaya hidup dan teknologi dari tahun ke tahun semakin canggih. Salah satu bentuk kemajuan teknologi adalah *gadget*, dengan berbagai macam fitur yang menarik di dalamnya maka membuat semua kalangan menjadi tertarik terutama bagi kalangan remaja. *Gadget* telah dikembangkan dengan berbagai macam merek dan salah satunya adalah *iPhone*. Selama dua tahun terakhir perusahaan *iPhone* berkembang pesat dan semakin diminati oleh konsumen di dunia. Persentase perubahan nilai *brand* pada *iPhone* mencapa 129% (Interbrand, 2012).

Pangsa pasar *iPhone* menunjukan peningkatan yang tergolong besar di negara Tiongkok, Australia, dan Jepang. Di negara Tiongkok sendiri naik dari 12,8% menjadi 20,1%, di Australia naik dari 9,1% menjadi 34,6%, dan jepang naik sebanyak 2,7% (Makemac.com, 2015). Pengguna *iPhone* di Indonesia paling banyak diminati oleh remaja berusia 17 sampai dengan 25 tahun. Data penjualan *iPhone* di Indonesia sendiri pada tahun 2013 sebanyak 921.056 unit (Onovo, 2013).

Data di atas menunjukan bahwa peminat *brand iPhone* di Indonesia cukup tinggi dengan mayoritas yang menggunakannya adalah kalangan remaja. Minat yang tinggi dapat membuat seseorang rela melakukan apa saja termasuk cara-cara yang tidak baik. Di Indonesia ditemukan kasus remaja di Pontianak berusia 16 tahun rela menjual keperawanannya untuk membeli *iPhone*. Selain di Pontianak, seorang siswi SMA di Medan menjadi wanita penghibur demi untuk membeli *iPhone* (Merdeka, 2015).

Peneliti melakukan wawancara awal kepada dua orang subjek pada tanggal 11 Maret 2016 sekitar pukul 2 siang dan 13 Maret 2016 sekitar pukul 5 sore,

subjek pertama merupakan siswa SMA kelas 1, dan subjek kedua merupakan siswa SMA kelas 3. Hasil wawancara yang diperoleh yaitu kedua subjek mengaku bahwa mereka sempat memaksa orang tua mereka untuk dibelikan *iPhone* karena teman-temannya selalu memengaruhi mereka untuk membeli *iPhone* agar terlihat lebih berkelas dan bahkan teman-temannya ada yang terus menerus mengejek *hanphone* yang subjek gunakan. Hal tersebut membuat subjek menjadi merasa malu dan sempat menjauh dari teman-temannya.

Salah satu subjek mengaku sampai tidak makan dan marah kepada orang tuanya, tetapi orang tua mereka tetap tidak membelikannya. Salah satu subjek juga seringkali *update* di jejaring sosial media mengenai kekecewaannya terhadap orang tua yang tidak membelikannya dan kesedihannya karena ia tidak memunyai *iPhone*. Alasan mereka memaksa orang tuanya untuk dibelikan *iPhone* karena jika menggunakan *gadget* merek terkenal seperti *iPhone* yang sama dengan teman-temannya, mereka lebih merasa percaya diri dan diakui oleh teman-temannya.

Setelah kedua subjek tersebut memiliki *iPhone,* subjek mengaku sangat senang dan merasa lebih percaya diri untuk bergabung dengan teman-temannya. Subjek pun mengaku ketika mereka sudah menggunakan *iPhone,* teman-temannya lebih bersikap ramah terhadap subjek, dan subjek mengaku setelah ia menggunakan *iPhone* subjek diajak oleh temannya untuk masuk ke *geng* mereka yang dinamai *geng iPhone*.

Peneliti melakukan wawancara ulang kepada dua orang subjek yang berbeda. Hasil wawancara yang diperoleh yaitu, subjek pertama mengaku ia menggunakan *iPhone* karena fitur yang dimiliki oleh *smartphone* tersebut, terutama fitur kamera. Ia menyebutkan jika kamera *iPhone* itu bagus meskipun aplikasi-aplikasi di dalamnya berbayar. Subjek juga mengaku jika ia memainkan atau menggunakan *iPhone*-nya saat waktu kosong dan saat sedang merasa bosan, ia juga mengatakan kalau *handphone* itu selalu bermanfaat bagi kehidupannya. Hasil wawancara kedua yang dilakukan adalah, subjek kedua mengaku bahwa ia menggunakan *iPhone* karena *iPhone* itu bebas dari virus dan iklan-iklan yang dapat membuat *hanpdhone error*. Ia juga mengaku bahwa fitur yang dimiliki oleh *iPhone* menarik dan bagus, terutama fitur

kamera. Subjek juga mengaku bahwa ia menggunakan *iPhone* setiap hari untuk melihat informasi sehari-hari yang didapatkannya melalui *iPhone*-nya, subjek juga mengaku bahwa ia selalu menggunakan *iPhone*-nya ketika sedang merasa bingung atau bosan, dan setiap ia sedang menunggu sesuatu, subjek akan selalu memainkan atau menggunakan *iPhone* yang dimilikinya.

Remaja dapat mengetahui bahwa apa yang dilakukannya itu sama baik, lebih baik atau kurang baik dari teman-temannya. Remaja memeroleh umpan balik mengenai kemampuannya dari teman-teman sebayanya (Santrock, 2007). Menurut Mappiare (dalam Maentiningsih, 2008) remaja seringkali dihadapkan dengan penerimaan atau penolakan oleh teman-temannya. Untuk menghindari hal tersebut remaja cenderung mengikuti hal-hal atau perilaku yang sama dengan teman sebayanya agar diterima di kelompoknya. Maka, apabila salah satu temannya menggunakan barang atau produk, maka yang lain pun akan ikut menggunakannya.

Salah satu ciri remaja adalah meniru semua hal yang dilakukan oleh teman-temannya tanpa mengetahui akibat yang dihasilkan. Hal tersebut dapat dilihat dari gaya hidup yang ditampilkan. Misalnya, ketika seorang remaja menggunakan suatu barang, maka remaja yang lainnya akan mengikuti untuk menggunakan barang tersebut dan kebanyakan dari mereka sebenarnya tidak membutuhkan barang tersebut karena mereka ingin memeroleh pengakuan sosial dari lingkungan mereka (Hurlock, 2012; Sarwono, 2005).

Hal tersebut merupakan suatu jenis pengaruh sosial dimana individu dapat mengubah perilaku dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada maka inilah yang dinamakan konformitas (Baron dan Byrne, 2005). Konformitas merupakan suatu perubahan perilaku yang diakibatkan oleh tekanan kelompok individu. Perubahan itu sendiri dapat terlihat dari kecenderungan seorang remaja dalam hal menyamakan perilaku atau tingkah lakunya dengan kelompok acuan sehingga ia dapat terhindar dari berbagai celaan atau keterasingan kelompok, dan norma yang terdapat di dalam kelompok dapat menjadikan remaja berkonformitas (Myers, 2012).

Konformitas dapat terjadi ketika individu mulai meniru sikap atau perilaku teman sebayanya karena ia merasa didesak atau dipaksa, baik secara nyata

atau secara bayangan (Santrock, 2007). Konformitas remaja cenderung menjadi lebih kuat pada masa remaja awal sekitar usia 12 sampai 14 tahun, dan remaja tengah sekitar usia 15 sampai 17 tahun (Berundt, dalam Steinberg, 2002).

Konformitas dapat diartikan sebagai kemampuan dalam hal memersepsi suatu tekanan yang dimunculkan oleh suatu kelompok dengan meniru perilaku kelompok tersebut misalnya dalam menggunakan suatu barang (Feldman, 2003). Hal-hal yang dapat memengaruhi individu dalam gaya hidup remaja adalah budaya, kelompok acuan, kepribadian, *prestige*, persepsi dan motivasi (Kotler dan Keller, 2009).

Pada dasarnya manusia memiliki banyak keinginan, tetapi tidak semua keinginan tersebut bisa diarahkan untuk kepentingan lain di luar keinginannya, agar dapat mengarahkan keinginan tersebut maka perlu adanya motivasi (Kotler, 2005).

Greek (dalam Yuan, 2013) menjelaskan motivasi sebagai karakteristik psikologis yang dapat membuat individu bertindak dalam suatu tujuan yang diinginkan dan mengontrol perilaku yang dapat diarahkan pada tujuan tertentu, hal tersebut merupakan suatu dorongan yang dapat memerkuat tindakan yang diinginkan oleh individu terutama dalam penggunaan suatu barang.

Individu dapat berperilaku secara rasional saat mereka dapat memahami kegunaan dan manfaat apa yang dirasakannya, misalnya ketika seorang individu menggunakan produk *iPhone*, ia akan merasakan manfaat yang diberikan oleh produk tersebut. Adapan individu yang dapat berperilaku secara emosional terhadap apa yang digunakannya berdasarkan kriteria secara subjektif, misalnya seorang individu menggunakan *iPhone*, ia akan merasa bangga dan merasa status sosialnya naik terhadap apa yang digunakannya (Schiffman & Kanuk, 2010).

Motivasi dalam menggunakan suatu barang dapat memengaruhi status sosial, prestise dalam lingkungannya dan memiliki perasaan bangga saat menggunakan produk atau barang tersebut. Apabila individu memiliki kesan terhadap produk itu bermanfaat secara fungsi, sesuai dengan kelas sosial dan

*prestige*, maka motivasi untuk menggunakannya akan semakin tinggi. Individu akan merasa bahwa ia memang membutuhkan produk tersebut disertai manfaat yang dihasilkannya (Mowen, 2007).

Proses motivasi dimulai dengan muncul rangsangan yang dapat memacu pengenalan kebutuhan. Rangsangan dapat muncul dari dalam diri individu dan juga dapat muncul dari luar individu. Kebutuhan muncul melalui proses berpikir dimana individu mulai membayangkan sesuatu hal yang dipengaruhi oleh informasi dari luar sehingga mulailah muncul keinginan terhadap sesuatu yang menurut pikirannya itu adalah sesuatu hal yang dibutuhkan. Pada akhirnya *need recognition* (kesadaran akan kebutuhan) akan menimbulkan suatu dorongan kepada individu sehingga dapat melakukan suatu tindakan untuk memenuhi kebutuhan dalam mengkonsumsi atau menggunakannya (Mowen, 2007).

Penelitian sebelumnya mengenai konformitas dilakukan oleh Fitriyani (2013) menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas terhadap perilaku konsumtif.

Meskipun sudah cukup banyak penelitian yang didedikasikan untuk variabel-variabel di atas, masih jarang penelitian yang sejauh ini dilakukan untuk mengeksplorasi hubungan antara konformitas dengan motivasi dalam menggunakan *iPhone*. Dengan demikian diperlukan penelitian untuk mengetahui apakah dan bagaimana variabel-variabel ini saling berhubungan. Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai "Hubungan antara Konformitas dengan Motivasi dalam Menggunakan *iPhone* pada Remaja di Kota Bandung".

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah: **"**Apakah terdapat hubungan antara konformitas dengan motivasi dalam menggunakan *iPhone* pada remaja di Kota Bandung?"

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan motivasi dalam menggunakan *iPhone* pada remaja di Kota Bandung.

## D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan dalam pengembangan ilmu psikologi terutama dalam bidang psikologi perkembangan sehingga dapat memperkaya hasil penelitian yang telah ada dan dapat menambah pemahaman baru mengenai konformitas dan motivasi.

## E. Struktur Organisasi Skripsi

Sistematika penulisan laporan dalam penelitian ini akan dilakukan sebagai berikut:

Bab I berupa Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

Bab II berupa Landasan teoritis yang terdiri dari teori-teori yang digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian ini. Adapun teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori konformitas dan motivasi.

Bab III berupa Metode Penelitian yang terdiri dari desain penelitian, lokasi dan subjek penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV berupa Hasil Penelitian dan Pembahasan yang terdiri dari pemaparan data dan pembahasan data. Dalam pembahasan, data yang sudah diperoleh dianalisis berdasarkan teori yang dijadikan acuan.

Bab V berupa Kesimpulan dan Rekomendasi, penulis menuliskan kesimpulan yang didapat dari penelitian ini serta mengemukakan rekomendasi penulis untuk penelitian selanjutnya atau untuk pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini.