

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi dewasa ini telah melanda sebagian besar negara di berbagai belahan dunia dan Indonesia merupakan salah satunya. Salah satu ciri dari globalisasi adalah meningkatnya perkembangan interaksi dari beragam jenis budaya misalnya dalam bidang fashion, literatur, dan makanan (Tn, 2011). Dampak yang ditimbulkan dari globalisasi ini bisa positif maupun negatif. Terjadi perubahan dalam gaya berpakaian yang mengikuti gaya barat dan makin maraknya pertumbuhan kedai makanan cepat saji yang merupakan salah satu akibat negatif terjadinya globalisasi. Di sisi lain, dengan globalisasi informasi dari semua belahan dunia menjadi sangat mudah untuk didapat sehingga pengetahuan kita semakin luas dan terbuka.

Dampak yang disebutkan tadi tentu terjadi juga di Indonesia, di antaranya adalah berubahnya gaya hidup yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia, mulai dari gaya berpakaian, pilihan makanan, dan pilihan akan merek yang akan digunakan. Sayangnya masyarakat kita saat ini lebih suka menggunakan semua hal yang beraliran barat tanpa bisa dikendalikan dan tanpa disadari semua itu menjadi gaya hidup masyarakat kita.

Sensus yang dilakukan oleh Amerika Serikat (Engel dkk, 1995: 23) menunjukkan perbedaan perilaku konsumen pada setiap level usia, jenis

kelamin, ras, dan hispanik asli. Dari semua level, jumlah yang paling besar selalu berada di level usia remaja 5-19 tahun mulai dari seri terendah, sedang, dan tinggi dengan kisaran antara 55-67%. Terlihat bahwa remaja merupakan level usia yang memiliki tingkat konsumtifitas yang cukup tinggi. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Tootelian dan Gaedeke (Engel dkk, 1995) mengenai perilaku konsumtif menunjukkan bahwa remaja sangat suka belanja bersama teman-temannya. Penelitian lain yang dilakukan oleh Munarsih (2008) pada siswa-siswi kelas XI SMAN 68 Jakarta Pusat menunjukkan bahwa dari 147 sampel terdapat 74 (51%) orang siswa yang memiliki kecenderungan konsumtif tinggi dan 72 (49%) memiliki kecenderungan konsumtif rendah.

Remaja adalah bagian dari masyarakat yang paling mudah terpengaruh untuk mengikuti gaya hidup mewah dan cenderung konsumtif. Predikat konsumtif sendiri biasanya melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan, jadi pembelian tidak didasarkan pada kebutuhan lagi tapi sudah berdasarkan pada keinginan yang kuat (Lina & Rosyid, 1997: 7).

Lubis dalam Lina & Rosyid (1997: 7) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Hal ini sesuai dengan karakteristik emosi remaja yang masih labil dan sangat mudah dipengaruhi. Terbentuknya gaya hidup yang seperti itu juga ditunjang oleh

beberapa hal, seperti banyaknya iklan, majalah remaja, dan media yang mengeksploitasi gaya hidup konsumtif.

Seorang remaja merasa perlu menyesuaikan diri terhadap perkembangan *food, fashion, and fun*, dan tanpa disadari terdapat ketentuan untuk memenuhi ke tiga hal tersebut. Usaha untuk mengikuti perkembangan dan perubahan dari lingkungan sosial ini adalah karena remaja ingin diterima oleh teman-temannya dan lingkungan sosialnya (Tambunan, 2008). Papalia, dkk (2001: 470) menjelaskan alasan seorang remaja sangat ingin diterima oleh lingkungan dan teman sebayanya karena teman sebaya merupakan sumber afeksi, simpati, pengertian, dan tuntunan moral, serta tempat untuk mendapatkan kemandirian dan kebebasan dari orang tua. Hurlock (1980: 208) menyebutkan bahwa pengaruh dari kelompok sebaya akan sangat kuat pada seorang remaja.

Syamsu Yusuf (2005) menambahkan bahwa remaja cenderung untuk memiliki sebuah kelompok sosial. Kelompok sosial sendiri merupakan kumpulan orang yang memiliki kesadaran bersama akan keanggotaannya dan saling berinteraksi (John, 1985). Dalam kelompok sosial, seringkali terdapat syarat-syarat tertentu bagi individu yang ingin bergabung dalam kelompok tersebut. Santrock (2002: 25) menyebutkan contoh ekstrim dari syarat kelompok sosial adalah bahwa norma atau syarat dari kelompok sosial ini seringkali bersifat antisosial dan berlawanan dengan tujuan serta norma masyarakat pada umumnya.

Remaja memiliki kebutuhan yang sangat kuat dari dalam dirinya untuk memiliki hubungan dengan orang lain, kebutuhan ini seringkali disebut sebagai motivasi berafiliasi. Motivasi berafiliasi menurut McClelland adalah keinginan atau kebutuhan seorang individu untuk mendapatkan persahabatan atau hubungan dengan orang lain (Walgito, 2002: 228; Boeree, 2008: 133). Individu dengan kebutuhan ini lebih menyukai situasi kooperatif dan sangat menginginkan hubungan-hubungan yang memiliki pengertian tinggi (Mangkunegara, 2002: 8). Senada dengan hal tersebut, French (Parham, 1983: 219) menyebutkan fakta bahwa orang dengan motif afiliasi tinggi memiliki keinginan untuk membantu, bekerja sama, dan menyenangkan orang lain.

McClelland dalam Walgito (2002: 228) mengungkapkan bahwa individu yang memiliki kebutuhan untuk berafiliasi tinggi akan mencari teman, serta berusaha untuk mempertahankan hubungan tersebut. Schachter (Komalasari, 1998) menambahkan bahwa kebutuhan berafiliasi ini berkaitan dengan rasa khawatir atau rasa tidak aman. Penelitian yang dilakukan oleh Stanley Schachter (Arishanti, 2006: 9) menunjukkan bahwa keinginan untuk berafiliasi dengan orang lain dapat mengurangi rasa kekhawatirannya dan ketakutan yang dimiliki seseorang, hal ini disebabkan karena dukungan dari orang-orang sekitar akan menguji respon kita terhadap situasi yang mungkin menyebabkan stres. Sehingga remaja berusaha menghilangkan rasa khawatir dan ketakutan mereka terhadap penolakan lingkungan sosial dengan mengikuti semua tuntutan lingkungan

sosialnya. Hurlock (1980: 208) menyetujui bahwa seorang remaja akan berusaha keras untuk menyesuaikan diri dengan semua tuntutan kelompok remaja tersebut.

Dunia barat telah melakukan beberapa penelitian mengenai perilaku konsumtif diantaranya penelitian tentang pengaruh kebudayaan dan kedudukan kelas sosial terhadap perilaku membeli yang dilakukan oleh Loudon dan Bitta (Lina & Rosyid, 1997: 6). Selain itu Glock (Lina & Rosyid, 1977: 6) dalam penelitiannya menemukan bahwa konsumsi yang berlebihan sangat dipengaruhi oleh sikap mudah terpengaruh oleh kelompok referensi. Penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif seringkali dipengaruhi oleh lingkungan sosial seorang individu dan hal itu menunjukkan bagaimana seseorang berusaha menjaga hubungannya dengan orang lain.

Hubungan sosial dianggap sangat penting untuk dijaga karena hubungan sosial yang dimiliki seorang remaja seringkali mempengaruhi pola perilaku yang dimiliki oleh remaja tersebut. Santrock (2007) menjelaskan bahwa “remaja yang tertolak oleh lingkungan sosial akan mengalami dampak negatif ke dalam dirinya, contohnya remaja perempuan yang ditolak akan menjadi pemalu, tidak bahagia, dan memiliki *self image* yang buruk. Sedang remaja laki-laki akan cenderung agresif dan antisosial. Dampak yang lebih ekstrim lagi adalah kurangnya hubungan akan teman sebaya juga dapat menyebabkan depresi pada remaja”. Yusuf (2008) menambahkan bahwa kurangnya mendapat

pengakuan serta keterasingan dan pengucilan sosial dari kelompok sosial dapat menyebabkan seorang remaja mengalami stres dan gangguan mental. Tindakan yang tepat dalam penanganannya tentu akan dapat mencegah dampak negatif ini.

Penelitian ini akan dilakukan di SMA Taruna Bakti Bandung dengan mempertimbangkan fenomena yang menunjukkan bahwa siswa di SMA tersebut memiliki kecenderungan untuk konsumtif terutama siswa yang berada di kelas XI. Hal ini disimpulkan oleh peneliti berdasarkan wawancara awal yang dilakukan pada salah seorang guru SMA tersebut, beliau berpendapat bahwa siswa-siswa SMA tersebut cenderung konsumtif yang terlihat dari gaya berpakaian, aksesoris, dan jenis alat elektronik yang mereka gunakan. Anggapan sosial yang beredar di masyarakat mengenai SMA ini juga selaras dengan pendapat awal peneliti.

Berdasarkan penjelasan di atas, Peneliti akan fokus pada perilaku konsumtif remaja berkaitan dengan motivasi berafiliasi yang dimilikinya serta pengaruh dari jenis kelamin para siswa di SMA tersebut. Dengan melihat pola hubungan seperti apa yang terjadi antara perilaku konsumtif dan motivasi berafiliasi dalam diri seorang remaja, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Motivasi Berafiliasi pada Remaja”**.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat motivasi berafiliasi siswa kelas XI SMA Taruna Bakti Bandung?
2. Bagaimana tingkat perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Taruna Bakti Bandung?
3. Bagaimana perilaku konsumtif ditinjau dari berbagai tingkat motivasi berafiliasi siswa kelas XI SMA Taruna Bakti Bandung?
 - a. Bagaimana perilaku konsumtif pada siswa kelas XI yang memiliki tingkat motivasi berafiliasi tinggi di SMA Taruna Bakti Bandung?
 - b. Bagaimana perilaku konsumtif pada siswa kelas XI yang memiliki tingkat motivasi berafiliasi sedang di SMA Taruna Bakti Bandung?
 - c. Bagaimana perilaku konsumtif pada siswa kelas XI yang memiliki tingkat motivasi berafiliasi rendah di SMA Taruna Bakti Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Tingkat motivasi berafiliasi siswa kelas XI SMA Taruna Bakti Bandung.
2. Tingkat perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Taruna Bakti Bandung.
3. Perilaku konsumtif ditinjau dari berbagai tingkat motivasi berafiliasi siswa kelas XI SMA Taruna Bakti Bandung.

- a. Perilaku konsumtif pada siswa kelas XI yang memiliki tingkat motivasi berafiliasi tinggi di SMA Taruna Bakti Bandung.
- b. Perilaku konsumtif pada siswa kelas XI yang memiliki tingkat motivasi berafiliasi sedang di SMA Taruna Bakti Bandung.
- c. Perilaku konsumtif pada siswa kelas XI yang memiliki tingkat motivasi berafiliasi rendah di SMA Taruna Bakti Bandung.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

- a. Memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan, khususnya di bidang psikologi tentang hubungan antara perilaku konsumtif ditinjau dari berbagai tingkat motivasi berafiliasi pada usia remaja.
- b. Menambah keberagaman keilmuan psikologi yang dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Dalam tataran praktis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu rujukan bagi guru BK di SMA Taruna Bakti pada khususnya dan guru BK SMA di Bandung pada umumnya untuk melakukan konseling bagi para siswa berkaitan dengan usaha pengurangan perilaku konsumtif di kalangan remaja yang ditekankan pada pengendalian terhadap motivasi berafiliasi yang dimiliki oleh setiap remaja.

E. Asumsi Penelitian

Asumsi dalam penelitian ini adalah:

1. Kehidupan seorang remaja sangat dipengaruhi oleh kelompok sosial dan teman sebaya. Hal tersebut menunjukkan adanya kebutuhan untuk berafiliasi yang tinggi di kalangan remaja.
2. Banyak konsumen memutuskan pembelian berdasarkan pada kebutuhan untuk menjaga hubungan baik dengan orang lain, hal ini menunjukkan bahwa dorongan untuk berhubungan atau motivasi berafiliasi seringkali mendorong seseorang untuk konsumtif dengan alasan tertentu.
3. Perilaku konsumtif cenderung berdampak negatif bagi kehidupan seseorang. Seseorang yang konsumtif akan memandang bahwa pembelian terhadap barang-barang yang kurang bermanfaat dan tidak dibutuhkan sebagai sikap yang biasa dan tidak salah. Apabila hal ini terus berlanjut maka akan menyebabkan seseorang tidak berpikir rasional lagi untuk memenuhi perilaku konsumtifnya tersebut.
4. Perilaku konsumtif yang dimiliki seseorang lambat laun akan menjadi gaya hidup dan gaya hidup ini harus didukung dengan kemampuan finansial yang baik. Masalah akan terjadi saat kemampuan finansial yang ada kurang bisa memadai sehingga menuntut seseorang untuk melakukan segala hal termasuk cara yang kurang baik untuk memenuhi tuntutan gaya hidup konsumtif.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada perilaku konsumtif ditinjau dari tingkat motivasi berafiliasi. $H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3$

H_a : Terdapat perbedaan yang signifikan pada perilaku konsumtif ditinjau dari tingkat motivasi berafiliasi. $H_a: \mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3$

$\alpha = 0.05\%$

G. Metode Penelitian

Gay (Emzir, 2009: 119) menjelaskan penelitian kausal komparatif sebagai penelitian yang berusaha menentukan penyebab atau alasan, untuk keberadaan perbedaan dalam perilaku atau status dalam kelompok individu. Dengan kata lain, peneliti berusaha mencari alasan atau penyebab dari perbedaan yang terjadi dengan melihat variabel lain yang mungkin berpengaruh.

Penelitian kuantitatif dalam prosesnya bersifat linear, di mana proses pertama adalah mulai dari perumusan masalah, mengumpulkan teori lalu mengajukan hipotesis (Sugiyono, 2009: 17). Proses selanjutnya adalah penyusunan instrumen yang akan digunakan untuk pengumpulan data yang terlebih dahulu di uji validitas dan reliabilitasnya. Proses dilanjutkan dengan pengumpulan data yang dilakukan pada objek tertentu yang berbentuk populasi atau sampel karena penelitian ini bertujuan untuk melakukan generalisasi. Setelah data terkumpul dilakukan analisis untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis dengan teknik statistik

tertentu yang akan berakhir pada munculnya suatu kesimpulan akhir dari penelitian ini.

H. Lokasi, Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMA Taruna Bakti Bandung. Sampel dari penelitian ini adalah 140 siswa kelas XI di SMA Taruna Bakti Bandung yang diambil menggunakan teknik *Stratified Sampling* karena pengambilan sampel dalam populasi ini dilakukan berdasarkan tingkatan-tingkatan ciri populasinya yaitu tingkat pendidikan (Latipun, 2008: 50). Pemilihan tempat penelitian ini didasarkan pada penelitian awal peneliti melalui wawancara kepada beberapa pihak yang terkait dengan populasi.

