

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang mengutamakan keinginan dibanding kebutuhan sehingga sulit untuk dikendalikan, dimana manusia terus menerus berusaha memenuhi hasratnya untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan baik berupa barang, makanan, gaya/penampilan.

Menurut kamus besar bahasa Indonesia perilaku dapat diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan perilaku konsumtif diartikan sebagai bersifat konsumtif (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri).<sup>1</sup>

Fenomena konsumtif dewasa ini telah merambah pada setiap orang baik di perkotaan maupun di pedesaan, tidak hanya terjadi pada kalangan ekonomi menengah ke atas tetapi telah menyentuh kalangan ekonomi menengah ke bawah. Begitu mewabahnya fenomena ini menjadikan perilaku konsumtif mudah ditemui dimana saja terutama di tempat perbelanjaan, tempat makan seperti Restoran, *Cafe*, ataupun *foodcourt* yang tersedia di beberapa *Mall* besar.

Konsumtif yang dilakukan seseorang dapat berbeda tidak hanya pada pembelian barang tetapi juga dapat dilihat dari apa yang dikonsumsi (makanan) dan apa yang dikenakan. Konsumtif dapat dilakukan oleh seseorang baik sesuai dengan kemampuan maupun diluar kemampuan. Konsumtif juga dapat dikatan

---

<sup>1</sup> Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016) *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Kemendikbud.

perilaku yang senang membeli barang untuk mendapatkan prestise atau gengsi tertentu.

Hampel menggambarkan perilaku konsumtif sebagai adanya ketegangan antara kebutuhan dan keinginan manusia. Sedangkan menurut Yayasan konsumen Indonesia menyatakan perilaku konsumtif tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan. Berdasarkan pada beberapa pendapat di atas konsumtif adalah tingkah laku seseorang atau individu untuk selalu membeli barang dan jasa yang merujuk kepada gaya hidup.<sup>2</sup>

Perilaku konsumtif tentunya tidak terlepas dari perilaku konsumtif. Saat ini, perilaku tersebut bukan lagi milik orang-orang yang sudah berpenghasilan atau yang memiliki kemampuan untuk melakukannya. Para remaja yang dapat dikatakan adalah orang-orang yang belum mendapat penghasilan sendiri, dan masih bergantung pada orangtua pun dapat berperilaku konsumtif. Hal ini didasari pada keinginan remaja yang suka akan hal-hal baru dan mudah tertarik terhadap sesuatu.

Keinginan mengkonsumsi barang dan jasa biasanya timbul karena melihat referensi yang ada di sekitarnya atau dalam lingkungannya. Referensi ini bisa berupa iklan, promosi, melihat teman, dan penggunaan sosial media berupa *Instagram* dan aplikasi *online shop*. Inilah kenapa remaja termasuk pada jajaran pelaku konsumsi yang terdapat pada fenomena masyarakat konsumsi saat ini. Selaras dengan pendapat Rosandi, “masa remaja merupakan fase pencarian identitas diri bagi remaja.” Pada fase ini remaja mengalami banyak perubahan

---

<sup>2</sup> Tiurma, Y.S. (2009) *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Putri*. (Skripsi Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Sumatra Utara), h. 21-22.

pada aspek kehidupan, diantaranya biologis, kognitif, dan psikososial. Seiring dengan perubahan tersebut, terbentuk pola konsumsi pada remaja yang kemudian dapat berkembang menjadi perilaku konsumtif.<sup>3</sup>

Badan Kesehatan Dunia (WHO) memberikan batasan mengenai siapa remaja secara konseptual. Dikemukakan oleh WHO ada tiga kriteria yang digunakan; biologis, psikologis, dan sosial ekonomi, yakni: (1) individu yang berkembang saat pertama kali menunjukkan tanda-tanda seksual skundernya sampai saat dirinya mencapai kematangan seksual, (2) individu yang mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari anak-anak menjadi dewasa, (3) terjadi peralihan dari ketergantungan sosial ekonomi yang penuh kepada keadaan lebih mandiri.<sup>4</sup>

Selanjutnya Wirawan<sup>5</sup> menjelaskan bahwa untuk mendefinisikan remaja harus disesuaikan dengan budaya setempat, sehingga untuk di Indonesia digunakan batasan usia 11-24 tahun dan belum menikah dengan beberapa pertimbangan berikut ini:

1. Usia 11 tahun adalah usia pada umumnya tanda-tanda skunder mulai nampak.
2. Pada masyarakat Indonesia, usia 11 tahun sudah dianggap akil baligh, baik menurut adat maupun agama, sehingga masyarakat tidak lagi memperlakukan mereka sebagai anak-anak.

---

<sup>3</sup> Dini, Fitriani, (2004) *Gaya Hidup Shopping Mall Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif Remaja di Perkotaan (Penelitian pada Konsumen Remaja Pengunjung Mall Cihampelas Walk Kota Bandung)*. (Skripsi Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung), h. 26.

<sup>4</sup> S. Wirawan. (2002) *Psikologi Remaja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, h. 23.

<sup>5</sup> *Ibid*

3. Pada usia tersebut mulai ada tanda-tanda penyempurnaan perkembangan jiwa seperti tercapainya identitas ego (menurut Ericson), tercapainya fase *genital* dari perkembangan psikoseksual (menurut Freud), dan tercapainya puncak perkembangan kognitif (menurut piaget), maupun moral (menurut Kohlberg)
4. Batas usia 24 tahun adalah batas maksimal, yaitu untuk memberi peluang bagi mereka yang sampai batas usia tersebut masih menggantungkan diri kepada orangtua, belum mempunyai hak-hak penuh sebagai orangtua.
5. Dalam definisi tersebut, status perkawinan sangat menentukan apakah individu masih digolongkan sebagai remaja atau tidak.

Seperti halnya pada semua periode yang penting, sela rentang kehidupan masa remaja mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakannya dengan periode sebelum dan sesudahnya. Menurut Sidik Jatmika,<sup>6</sup> kesulitan itu berangkat dari fenomena remaja dengan beberapa perilaku khusus; yaitu:

1. Remaja mulai menyampaikan kebebasannya dan haknya untuk mengemukakan pendapat sendiri. Tidak terhindarkan, ini dapat menciptakan ketegangan dan perselisihan, dan dapat menjauhkan remaja dari keluarganya.
2. Remaja lebih mudah dipengaruhi oleh teman-temannya daripada ketika mereka masih kanak-kanak. Ini berarti bahwa pengaruh orangtua semakin lemah. Anak berperilaku dan mempunyai

---

<sup>6</sup> Sidik Jatmika. (2010) *Geng Remaja, Anak Haram Sejarah ataukah Globalisasi?*. Yogyakarta: Kanisius, h. 10-11.

kesenangan yang berbeda bertentangan dengan perilaku dan kesenangan keluarga.

3. Remaja mengalami perubahan fisik luar biasa, baik pertumbuhannya maupun seksualitasnya. Perasaan seksual yang mulai muncul dapat menakutkan, membingungkan dan menjadi sumber perasaan salah dan frustrasi.
4. Remaja sering menjadi terlalu percaya diri (*over confidence*) dan ini bersama-sama dengan emosi yang biasanya meningkat, mengakibatkan sulit menerima nasihat dan pengarahan orangtua.

Melalui kategori diatas dapat disimpulkan bahwa pada rentan usia 11-24 masih tergolong remaja, dan mahasiswa merupakan salah satu yang termasuk pada golongan tersebut karena rata-rata usia mahasiswa dari 18-24 tahun. Pada poin kedua, kecenderungan remaja lebih mudah terpengaruhi oleh teman dapat berkaitan dengan pola perilaku konsumtif mahasiswa yang cenderung karena mendapat pengaruh dan dorongan dari teman sebaya. Bagi remaja, perilaku konsumtif dijadikan sebagai alat ekspresi diri hal ini juga berkaitan dengan poin pertama yang mengatakan bahwa remaja mulai menyampaikan kebebasannya dan haknya untuk untuk mengemukakan pendapat sendiri. Dalam artian tidak hanya kebasan berbicara tetapi juga kebebasan terhadap apa yang ingin dilakukan, dan salah satunya dapat berupa ekspresi diri melalui perilaku konsumtif. Dengan maksud ingin diakui atau diterima oleh lingkungan sosialnya, atau merupakan pantulan gengsi agar tidak disepelkan oleh pihak lain, terutama oleh teman sebaya. Perilaku konsumtif yang akhir-akhir ini populer antara lain, dilihat dari

pembelian barang dan penggunaan pakaian. Kecenderungan wanita lebih mudah dipengaruhi untuk lebih konsumtif daripada laki-laki.

Perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswa pada umumnya seperti belanja/*shopping mall*, mengenakan pakaian serba baru dan mahal, makan di restoran atau *Cafe* mahal. Hal-hal ini biasa dilakukan ketika mahasiswa *hangout* bersama teman-teman. Perilaku tersebut seringkali terlihat pada kaum perempuan, meskipun tak dipungkiri sebagian mahasiswa laki-laki pun juga memiliki perilaku yang sama. Perilaku ini kemungkinan bukan perilaku mahasiswa yang sebenarnya atau bukan perilaku yang mereka bawa dari kecil, bisa saja perilaku ini timbul akibat pengaruh dari luar seperti teman, lingkungan, pacar, pergaulan dan lain sebagainya.

Perilaku konsumtif yang kerap kali diperlihatkan mahasiswa, bisa jadi bukanlah perilaku diri yang sesungguhnya dalam posisi individu sedang tidak Bersama orang lain, atau dalam keadaan sendiri. Perilaku suka foya-foya dan belanja berlebihan ini kemungkinan hanya sebuah gaya hidup yang dibuat berdasarkan keinginan untuk mendapatkan persepsi/kesan diri dari orang lain mengenai dirinya.

Bagong Suyanto<sup>7</sup> menyatakan bahwa gaya hidup mengandung pengertian sebagai cara hidup yang mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respon terhadap hidup, serta terutama perlengkapan hidup. Dengan kata lain gaya hidup dengan perilaku konsumsi mahasiswa memiliki pengertian dan tujuan yang sama dimana mahasiswa melakukan suatu kebiasaan, pandangan dan pola

---

<sup>7</sup> Bagong Suyanto. (2013) *Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post Modern*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, h. 139.

hidup yang selaras dengan setiap tujuan dari masing-masing individu yaitu dengan melakukan konsumerisme.

Perilaku konsumtif ini terjadi di kalangan Mahasiswa. Berdasarkan hasil pengamatan awal pada tanggal 31 Oktober 2018, penulis mendapati aktivitas mahasiswa di lingkungan kampus yang sehari-harinya bergaul dengan teman sesama jurusan maupun berbeda jurusan memperlihatkan ciri-ciri mahasiswa yang berperilaku konsumtif, dilihat dari apa yang dikenakannya seperti pakaian yang bagus, *make up*, sepatu dan penggunaan barang lainnya. Dalam pengamatan ini penulis menemukan hanya sebagian mahasiswa yang memiliki ciri-ciri konsumtif dan sebagian lagi biasa-biasa saja. Oleh karena itu penulis melakukan sesi wawancara terhadap salah satu mahasiswa Fisip yang diamati memiliki ciri perilaku konsumtif.

Adapun hasil wawancara penulis dengan salah satu mahasiswi Fisip dengan inisial An mengatakan bahwa *“suka belanja dimulai sejak masih SMA kelas 3 karena keluarga juga memiliki kebiasaan gemar berbelanja, lalu karena pengaruh teman, dan kesukaan terhadap hal-hal yang berbau korea”*.

Selanjutnya narasumber menyebutkan barang-barang apa saja yang sering dibeli. An menyebutkan, *“barang yang sering dibeli kaya baju, sepatu, dan make up.”* Alasannya membeli barang-barang tersebut dijelaskan An sebagai berikut, *“kalau ke kampus nggak pake baju bagus sama makeup itu suka ngerasa culun. Pakai barang bagus dan bermerek agar kelihatan cantik dan fashionable.”*

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang penulis lakukan. Maka dapat digambarkan bahwa, perilaku konsumtif mahasiswa tersebut dilakukan

karena dia ingin menampilkan sosok yang cantik dan *fashionable* kepada orang sekitarnya. Sehingga dia dapat merasa percaya diri untuk tampil dan bergaul.

Berdasarkan Perilaku-perilaku yang telah disebutkan di atas. Merupakan beberapa ciri dari perilaku konsumtif mahasiswa yang menjadi fenomena social, dan perlu untuk ditinjau kenapa dan mengapa perilaku konsumtif itu terdapat pada individu mahasiswa Fisip UIN SGD Bandung. Oleh karena itu penulis merasa tertarik untuk menjadikan fenomena tersebut sebagai bahan penelitian dengan judul:

“Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa Ditinjau dari Teori Dramaturgi (Studi Kasus Terhadap Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN SGD Bandung)”.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Pada latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka terdapat beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi yaitu, perilaku konsumtif mahasiswa Fisip UIN SGD dilakukan melalui pembelian barang, berupa pakaian dan *make up* yang tidak berdasarkan akan kebutuhan melainkan keinginan semata. Sementara itu, hal yang mendasari perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa Fisip UIN SGD adalah karena menginginkan presentasi diri yang cantik dan *fashionable*. Muncul rasa tidak percaya diri jika tidak menggunakan barang-barang bagus dan *make up* ketika tampil di lingkungan sosialnya. Oleh sebab itu pembelian akan barang-barang tersebut menjadi alat untuk mahasiswa Fisip agar lebih merasa percaya diri untuk tampil.



### **1.3. Rumusan Penelitian**

1. Apa faktor yang mendorong mahasiswa Fisip berperilaku konsumtif ?
2. Bagaimana cara mahasiswa Fisip memenuhi perilaku konsumtif ?
3. Bagaimana Perilaku konsumtif mahasiswa Fisip ditinjau dari teori dramaturgi ?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui faktor yang mendorong mahasiswa Fisip berperilaku konsumtif.
2. Untuk mengetahui bagaimana cara mahasiswa Fisip memenuhi perilaku konsumtif.
3. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa Fisip ditinjau dari teori dramaturgi.

### **1.5. Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1. Kegunaan Teoritis**

1. Sebagai sarana penambahan ilmu pengetahuan, dalam bidang Sosiologi, melalui kajian fenomena perilaku konsumtif mahasiswa yang ditinjau dari teori dramaturgi.
2. Sebagai bahan referensi, dalam penelitian yang akan dilakukan dikemudian hari dalam bidang yang telah dicantumkan di atas. dan tidak menutup kemungkinan untuk referensi penelitian di bidang yang lain.

### 1.5.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memperaya khazanah pengetahuan mengenai perilaku konumtif, yang dilihat dari teori dramaturgi. Baik bagi peneliti dan orang lain. Terutama dalam fenomena kehidupan mahasiswa sosiologi dalam ruang lingkup kampus atau perkuliahan.

## 1.6. Kerangka Pemikiran

Pengertian mengenai apa itu dramaturgi telah dijelaskan oleh Erving Goffman dalam bukunya yang berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life*. Goffman menjelaskan bahwa diri bukanlah milik aktor tetapi lebih sebagai hasil interaksi antara aktor dengan audiensi. Maksudnya bahwa individu menampilkan dirinya sesuai dengan suasana, maka selama penampilannya diri sangat mudah terganggu. Perlu diketahui bahwa Goffman menyebut diri (manusia) dengan aktor dan orang di sekitar adalah audiensi/penonton karena menurutnya dalam kehidupan ini manusia adalah aktor yang memerankan suatu karakter di atas panggung.<sup>8</sup>

Lebih lanjut Goffman berasumsi bahwa saat berinteraksi, aktor ingin menampilkan perasaan diri yang dapat diterima oleh orang lain. Aktor berharap perasaan diri yang mereka tampilkan kepada audiensi akan cukup kuat mempengaruhi audiensi dalam menetapkan aktor sebagai aktor yang dibutuhkan. Dapat disimpulkan bahwa, manusia selama penampilannya ingin menyampaikan presentasi/kesan diri pada orang lain.

---

<sup>8</sup> George Ritzer. (2014) *Teori-teori Sosiologi Modern Edisi Ketujuh*. Terjemahan Triwibowo B.S. Jakarta: Prenadamedia Goup, h. 280.

Dramaturgi Goffman berbicara mengenai panggung pertunjukan yang dibagi menjadi dua panggung depan *front stage* dan panggung belakang *back stage*. *front* adalah bagaian pertunjukan yang umumnya berfungsi secara pasti dan umum untuk mendefinisikan situasi bagi orang yang menyaksikan pertunjukan. Dalam *front stage* Goffman membedakan antara *setting* dan *front* personal. *Setting* mengacu pada pemandangan fisik yang biasanya harus ada di situ jika aktor memainkan perannya. Tanpa itu biasanya aktor tidak akan memainkan perannya. *Front* personal terdiri dari berbagai macam barang perlengkapan yang bersifat menyatakan perasaan yang memperkenalkan penonton dengan aktor dan perlengkapan itu diharapkan penonton dipunyai oleh aktor, Kemudian Goffman membagi *front* personal ini menjadi penampilan dan gaya, Penampilan untuk mengenalkan status sosial aktor, gaya mengenalkan pada penonton, peran macam apa yang diharapkan aktor untuk dimainkan dalam situasi tertentu (menggunakan gaya fisik, sikap).<sup>9</sup>

Kehidupan sosial tersebut dapat dibagi menjadi “wilayah depan” *front stage* dan “wilayah belakang” *back stage*. Wilayah depan merujuk kepada peristiwa sosial yang memungkinkan individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Mereka seperti sedang memainkan suatu peran di atas panggung sandiwara didepan khalayak penonton. Sebaliknya wilayah belakang merujuk kepada tempat atau peristiwa yang memungkinkannya mempersiapkan perannya di wilayah depan. Wilayah depan ibarat panggung sandiwara bagian depan *front stage* yang ditonton publik. Sedangkan wilayah belakang ibarat panggung

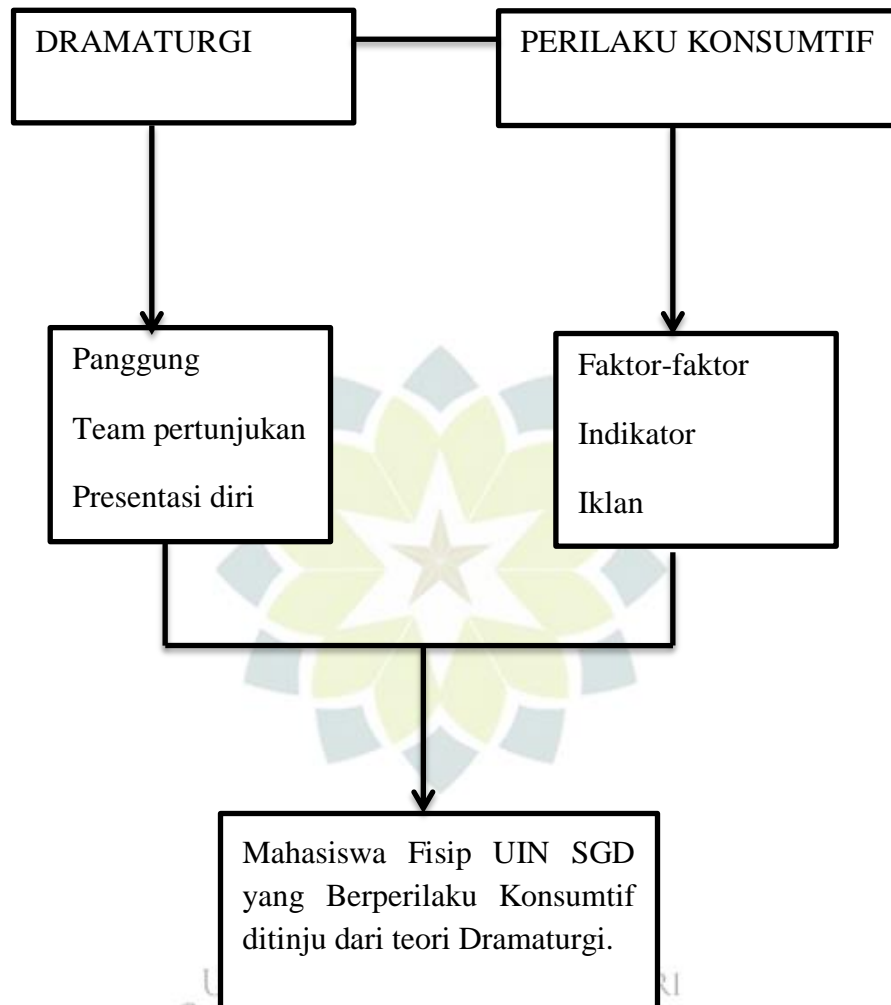
---

<sup>9</sup> *Ibid.*, 280-281.

sandiwara bagian belakang *back stage* atau kamar rias tempat pemain bersantai, mempersiapkan diri atau berlatih untuk memainkan perannya dipanggung depan.

Selaras dengan dramaturgi/ kesan diri/ presentasi diri dalam perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswa, dalam penelitian ini merupakan salah satu gambaran dramaturgi yang terjadi dalam kehidupan. Dimana mahasiswa perilaku konsumtif yang berujung pada perubahan gaya hidup, dijadikannya sebagai penampilan depan panggung atau di depan orang lain agar mendapat suatu kesan atau pandangan. Sedangkan di belakang panggungnya berbeda dengan apa yang di tampilkan di depan panggung.

Pilihan itu bermuara pada diri setiap individu mahasiswa, sebagai jalan yang dipilih untuk mendapatkan kesan diri mengenai dirinya, meskipun hal itu bertolak belakang dengan diri yang sebenarnya. Mahasiswa yang melakukan perannya di depan panggung sebagai orang yang konsumtif, di belakang panggungnya mungkin dia sedang mempersiapkan diri untuk tampil di depan panggung. Sebagaimana yang ia ingin tampilkan bak seorang aktor yang tengah melakukan drama dengan memainkan karakter yang dipilihnya.

**Bagan 1.1**

**Kerangka Pemikiran**