

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan konsumtif merupakan suatu fenomena yang sangat sulit untuk dihilangkan dari kita sendiri apalagi yang terjadi pada masyarakat perkotaan bahkan terlepas dari itu ternyata pada remaja-remaja desa pun tak jauh beda sudah terbawa perkembangan jaman yang serba mudah untuk didapatkan.

Tumbuhnya suatu perkembangan dapat berlaku dimanapun dan kapanpun itu akan terjadi, Pada tahap remaja dimana aspek perkembangan remaja bisa disebut dengan perkembangan remaja awal, remaja pertengahan, remaja akhir, perkembangan remaja terbagi kedalam 3 aspek perkembangan fisik, kognitif, dan sosioemosi 1). Remaja awal: perkembangan fisik, secara umum perkembangan fisik merupakan perkembangan yang berlangsung secara cepat proposi dan ukuran berat badan dan tinggi sering kali kurang seimbang selain itu juga muncul ciri-ciri skunder yang disertai dengan munculnya sekresi kelenjar kelamin. 2). Perkembangan kognitif, pada tahap ini kemampuan berpikir mulai bertumbuh dan pada umumnya sudah memikirkan tentang masa depan meskipun masih dalam tahap yang terbatas. 3). Perkembangan Sosioemosi perkembangan pada tahap ini berusaha menunjukan identitas dirinya seperti perasaan canggung ketika bertemu dengan orang yang disukainya. Remaja pertengahan: 1). Tahap perkembangan fisik pada masa ini pertumbuhan pubertas sudah sempurna disisi lain pertumbuhan pada perempuan melambat akan tetapi pada remaja laki-laki akan

terus berlanjut. 2). perkembangan kognitif kemampuan berpikir terus meningkat mulai mampu menerepakan semua tujuan akan tertarik pada hal-hal yang lebih rasional dan lebih berpikir tentang makna sebuah kehidupan. 3) Perkembangan sosioemosi pada priode ini pengaruh teman sebaya sangatlah kuat popularitas sangatlah menjadi penting. Remaja akhir: 1). Perereembangan fisik pada masa ini porsi dan berat badan seimbang mendekati kekuatan orang dewasa 2). Perkembangan kognitif pada masa ini remaja sudah memiliki kemampuan untuk memikirkan sebuah ide mulai dari awal sampai akhir kemampuan untuk menunda kepuasan atau kegembiraan. 3). Perkembangan sosioemosi pada masa ini identitas manusia sangat kuat mulai dari stabilitas, emosi kepedulian terhadap orang lain semakin meningkat semakin mandiri hubungan antara sebaya akan tetap menjadi isu yang penting dan hubungan dengan lawan jenis semakin serius bahkan ketika itu remaja dihampiri rasa keinginan yang lebih, yang mana suasana lingkungan bisa mempengaruhi terhadap perilaku kita dengan pola kehidupan konsumtif pada remaja pastilah harus ada dukungan dari kekuatan finansial yang cukup.

Pola kehidupan merupakan suatu tindakan seseorang untuk membeli suatu barang karena ada dorongan hasrat keinginan atau bisa juga kebutuhan untuk memenuhi semua apa yang remaja itu inginkan atau butuhkan ketika keinginan yang lebih besar didepankan karena hanya ingin tampil beda dari orang lain dengan menimbulkan suatu pandangan dari orang lain mengenai status sosialnya, Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yakni tidak ada lagi pertimbangan

rasional dalam menggunakan konsumsi untuk kebutuhan semata, bukan kebutuhan¹

Penampilan merupakan prioritas utama untuk menghasilkan daya tarik terhadap orang lain begitupula dengan remaja tayangan yang dilihat dari berbagai macam media seperti televisi atau *gadget* yang mengiklankan berbagai macam jenis produk membuat daya tarik sangat kuat bagi penonton, itu hanya akan berdampak perilaku konsumtif agar segala keinginan bisa terlihat menarik di depan orang lain dalam hal ini apa yang dibeli bukan lagi suatu kebutuhan melainkan suatu pemenuhan hasrat keinginan. Dan ketika semua itu tercapai ada rasa kepuasan tersendiri yang tidak orang lain rasakan, adanya suatu rasa pengakuan dari lingkungan sekitar dan membuat kita nyaman dalam melakukan segala kegiatan. Dengan pesatnya suatu perkembangan zaman kita dibuat lengah oleh suatu kaum kapital banyak produk yang dipasarkan dengan harga yang begitu menggiurkan dengan beralih diskon besar-besaran, *flash sale*, hot produk, *cashback* dengan minimal belanja sekian harga, gratis ongkir, yang ditawarkan dalam berbagai *marketplace* apalagi ketika ada perayaan sebulan sekali setiap *marketplace* mengadakan promo besar-besaran sampai harga 9,9 rupiah dengan penjualan semacam dari elektronik, pakaian, kecantikan, peralatan dapur dan lain-lain Cuma dalam waktu satu hari satu malam itu yang memicu pola perilaku konsumtif, ketika kita menabung dengan waktu yang cukup lama bahkan sangat lama kita bisa menghabiskan uang semalam dengan cara membeli

¹ Inge Yuliana Prawono. (2005). *Perbedaan Prilaku Konsumtif Untuk Produk Fashion Antara Remaja Putra dan Putri*. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Atma Jaya: Jakarta.

barang-barang yang menurut kita bagus bukan karena kebutuhan melainkan karena keinginan semata yang belum tentu itu kepakai lama atau hanya sekedar memuaskan rasa saja. Dampak yang ditimbulkan promo besar-besaran yang diadakan tiap bulan dalam setiap *marketplace* orang-orang terlihat sibuk dengan *gadget* masing-masing supaya tidak ketinggalan barang-barang mewah dengan harga banting bahkan mengakibatkan kurangnya memperhatikan sekitar, lupa akan kewajiban yang harus dikerjakan seperti belajar, mengurus diri pribadi, sosialisasi sesama teman.

Salah satu dari fakta yang dapat dilihat pada remaja anak SMK Negeri Satu Campaka Cianjur, perilaku konsumtif begitu sasaran empuk terhadap remaja dimana remaja merupakan suatu masa yang rentan dan masih bisa terbawa oleh suatu lingkungan sekitarnya dengan berbagai macam tren mereka ikuti, tidak hanya sedikit dari sebagian remaja wanita mudah tergiur oleh suatu produk dengan berbagai macam iklan yang ditayangkan dalam mempromosikan berbagai produk seperti kecantikan, pakaian, aksesoris dan lain sebagainya guna mempengaruhi suatu masyarakat untuk membelinya.

Remaja yang tumbuh berkembang dengan berjalannya suatu globalisasi ekonomi transformasi kapitalisme konsumsi dengan ciri beredarnya pusat-pusat suatu perbelanjaan yang terletak dimana-mana sehingga memudahkan suatu masyarakat untuk mendapatkan barang yang mereka mau apalagi dengan adanya suatu alat teknologi canggih berupa *gadget* bisa membantu kita dalam berbelanja dengan memakai *marketplace* semacam Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli, dan lain-lain.

Faktanya gaya hidup yang mendorong kita untuk berperilaku konsumtif dengan berawal gaya hidup hedonisme. Hedonisme suatu konsep berpandangan manusia dalam bertingkah yaitu mencari kesenangan dalam hidupnya dan adakah proses bagaimana remaja menjadi konsumtif dan apakah ada faktor penghambat dan pendorong terjadinya pola perilaku konsumtif pada remaja. maka dari itu alangkah baiknya mengadakan suatu penelitian mengenai pola kehidupan konsumtif dikalangan remaja, maka dari itu judul penelitian ini adalah “**Pola Kehidupan Konsumtif Remaja Pengguna Gadget Dalam Belanja Online**” (Studi di SMK Negeri Satu Campaka Cianjur).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan pokok-pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku konsumtif remaja SMK Negeri Satu Campaka Cianjur pengguna *gadget* dalam belanja *online*?
2. Apa faktor pendorong terjadinya pola perilaku konsumtif remaja SMK Negeri Satu Cianjur penggunaan *gadget* dalam belanja *online*?
3. Apa faktor penghambat pola perilaku konsumtif remaja SMK Negeri Satu Campaka Cianjur pengguna *gadget* dalam belanja *online*?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui perilaku konsumtif remaja SMK Negeri Campaka Cianjur dalam pengguna *gadget* dalam belanja *online*
2. Untuk mengetahui faktor pendukung terjadinya pola perilaku konsumtif remaja SMK Negeri Satu Campaka Cianjur dalam pengguna *gadget* dalam belanja *online*
3. Untuk mengetahui faktor penghambat perilaku konsumtif remaja SMK Negeri Satu Campaka Cianjur pengguna *gadget* dalam belanja *online*.

D. Kegunaan Penelitian

Adapaun berdasarkan pada tujuan yang telah diungkapkan di atas, maka kegunaann dalam penulisan ini dapat sesuai yang diharapkan yaitu: Kegunaan Penelitian ini semoga bisa bermanfaat bagi pengemban ilmu pengetahuan serta mampu memperluas pengetahuan dalam kajian sosial, terutama mengenai pola kehidupan konsumtif remaja dalam belanja *online* khususnya pada remaja SMK Negeri Satu Campaka. Serta untuk mendapatkan gelar Sarjana Sosiologi.

E. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir dalam penelitian ini didasarkan pada asumi-asumsi remaja memiliki pola gaya kehidupan konsumtif paling tinggi, Pola kehidupan biasanya juga mencerminkan sikap individu seseorang, nilai-nilai atau pandangan

dunia. Oleh karena itu, pola kehidupan merupakan sarana untuk menempa suatu kesadaran diri untuk menciptakan budaya dan simbol-simbol dan identitas pribadi. Hal ini merujuk pada cara bagaimana orang-orang berusaha menampilkan individualitas mereka dan cita dan rasa mereka melalui pemilihan barang-barang tertentu, individu secara aktif menggunakan barang-barang konsumsi semisal, pakaian, aksesoris dan lain-lain itu semua mencerminkan pola kehidupan pribadi masing-masing orang². Menurut Hurlock berpendapat bahwa pada masa remaja memiliki ciri tertentu yang membedakan periode sebelumnya dan sesudahnya. Ciri-ciri tersebut merupakan masa remaja yaitu masa yang penting. periode peralihan, periode perubahan, masa remaja merupakan masa bermasalah, yang mana usia ini menimbulkan ketakutan, sebagai pencari identitas, tidak realistis, dan masa ambang dewasa, bahwa pada masa remaja dimana masa inilah yang lebih memperhatikan terhadap penampilan. Dengan adanya pola kehidupan yang moderen adanya *marketplace* yang memudahkan masyarakat dalam berbelanja *online* yang dapat diakses oleh setiap kalangan yang tumbuh di masyarakat akan mendorong adanya pola kehidupan konsumtif, karena ada dorongan harga diri masing-masing individu.³

Remaja akan berperilaku konsumtif karena adanya keterbukaan pada media masa, kemudahan dalam mengakses pada media masa dan iklan-iklan menarik yang tersebar dimana-mana membuat para remaja mudah tergiur oleh

² Seno Gumira Ajidarma. (1998). Clara dalam *membaca sastra: pengantar memahami sastra untuk perguruan tinggi*. Penyunting Manneke Budiman, dkk. Magelang:Indonesia tera.

³ Hurlock, E.B. (2002). *Psikologi perkembangan*. 5th. Edition. Erlangga: Jakarta.

produk yang ditawarkan dalam iklan yang berujung mencari dalam *marketplace* sehingga remaja berperilaku konsumtif, remaja yang berperilaku konsumtif akan secara tidak sadar atau tidak memiliki alasan yang tepat untuk membeli suatu barang. Remaja hanya tertarik kepada barang tersebut untuk sementara, walaupun para remaja tidak terlalu membutuhkannya, remaja tetap membelinya. Yang mana hal tersebut mungkin karena mereka melihat orang lain membelinya atau menganggap barang tersebut dapat meningkatkan statusnya di hadapan orang lain.

Pola kehidupan konsumtif dalam berbelanja *online* merupakan pola kehidupan seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya hanya dari *marketplace*. Masyarakat moderen yang saat ini bahkan tidak terlepas dari kehidupan konsumtif. Produsen dapat dengan mudah menjangkau konsumen dengan bantuan media masa, perilaku konsumtif perlu diwaspadai karena dapat memberikan dampak-dampak negatif, yang berupa hidup boros, dan selalu ingin merasa paling beda dengan orang lain. *Marketplace* dapat memenuhi seluruh kebutuhan masyarakat mulai dari pakaian, makanan, aksesoris dan lain-lain. Semuanya ini diperoleh disatu tempat yang kemudian disebut sebagai *marketplace* semisal tokopedia, shopee, lazada, blibli, akulah aku, bukalapak dan masih banyak lagi yang lainnya.

Pola kehidupan konsumtif dalam belanja *online* dapat diidentifikasi dengan mengukur komponen aktivitas seseorang, aktivitas merupakan bagaimana konsumen menggunakan waktu, semisal belanja di *marketplace*. Dengan itu apa yang remaja lakukan, apa yang remaja beli, dan bagaimana apa faktor hambatnya

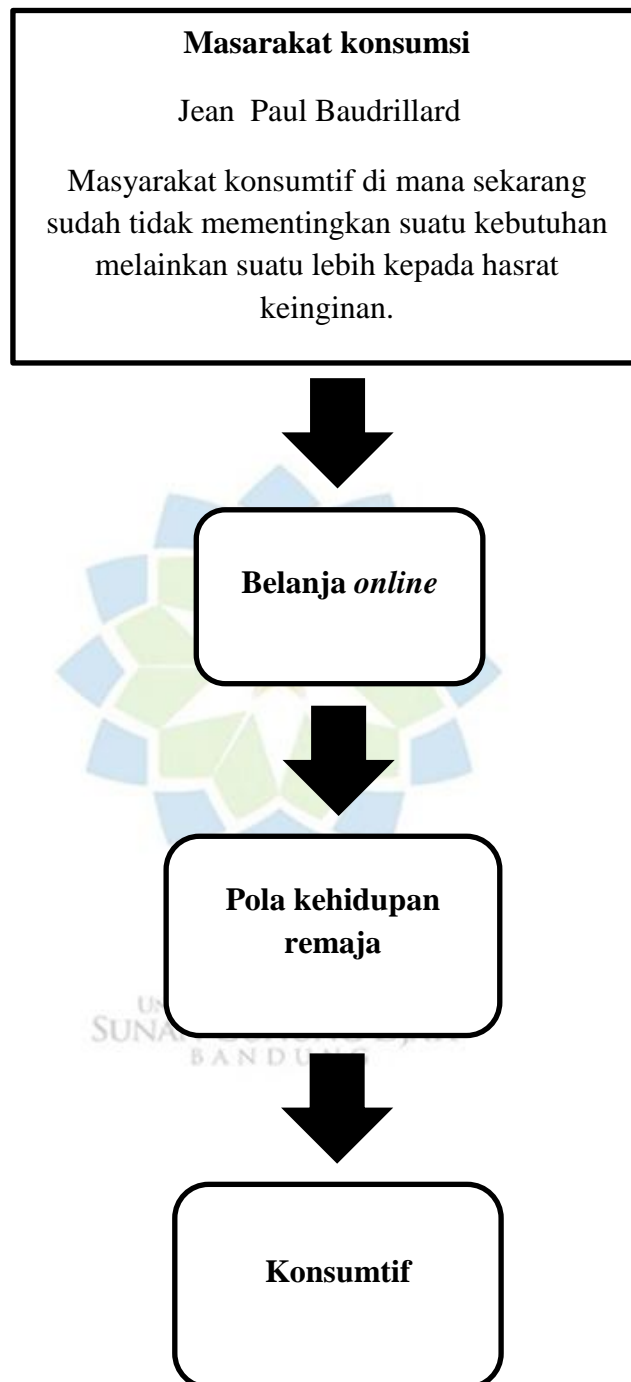
dan pendorong remaja supaya berperilaku”. Walaupun perilaku tersebut mudah diobservasi, namun alasan dibaliknya sering menjadi subjek dari penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan teori konsumsi, yang sangat populer di eranya yaitu teori konsumsi klasik yang dipopori oleh tokoh Jean P Baudliard. Baudliard berpendapat pola konsumsi masyarakat moderen ditandai dengan adanya pergeseran orientasi konsumsi yang semula ditunjukan bagi “kebutuhan hidup”, menjadi ”gaya hidup”. Baginya, hal tersebut tak lepas dari munculnya kelas menengah paska perang Dunia II secara masih akibat diterapkannya konsep ekonomi Keynesian.

Namun demikian, sangat disayangkan, dengan berjalannya waktu pola konsumsi masyarakat pun mengalami suatu perubahan, konsumsi yang masyarakat sekarang khususnya remaja kaum wanita lakukan tak lagi berorientasi pada kebutuhan hidup melainkan pola kehidupan sebagaimana telah dipaparkan di atas, sebagai misal, kini seseorang akan lebih memilih produk yang ”bermerek” ketimbang produk sejenis lain yang berdaya guna sama dan berharga lebih murah. Bagi Baudrillard, hal itu menunjukkan betapa dewasa ini masyarakat lebih terpaku pada konsumsi simbol keseimbangan kegunaan.⁴

⁴ Jean P Baudliard,. (2009) *Masyrakat Konsumsi*, Yogyakarta: Kreasi acana.

Gambar 1. Skema konseptual



F. Permasalahan Utama

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat kita ketahui permasalahan utamanya sebagai berikut:

1. Dalam menghabiskan waktu yang luang sebagian dari remaja di SMK Remaja di SMK Negeri Campaka Cianjur lebih cenderung menggunakan *gadget* untuk hanya sekedar mengscrol-scrol HP-nya melihat suatu penawaran-penawaran termurah yang ditawarkan oleh *marketplace*
2. Para remaja yang terlalu sering berbelanja secara *online* biasanya orang yang hedonis
3. Dengan perkembangan zaman dimanfaatkan untuk tren atau *fashion* sehingga berperilaku konsumtif
4. Kondisi pasar yang lebih banyak menampilkan suatu barang yang unik, murah, berpareasi banyak diperuntukan oleh kaum wanita yang cenderung mereka berbelanja seperti pakaian, aksesoris, sepatu dan lain-lainya, Wanita lebih konsumtif daripada kaum pria.

G. Hasil Penelitian Terdahulu

Berdasarkan studi pustaka, penelitian menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti. Hasil yang cukup relevan dengan peneliti penulis ialah skripsi yang ditulis oleh

1. Aditya Perdana, yang berjudul “ *Gaya Hidup Konsumtif dikalangan Buruh*” penelitian di lingkungan Masyarakat Desa Setiajaya Kecamatan Cabang bungin Kabupaten Bekasi, penelitian ini membahas mengenai kehidupan masyarakat buruh lebih mengutamakan pola gaya hidup ketimbang kegunaan, yang disebut sebagai konsumerisme yang membedakannya dalam objek penelitian ini lebih pada buruh sedangkan penelitian lebih ditekankan subyeknya pada remaja.
2. Muhamad Noor Jamaludin, yang berjudul “ *Perilaku Sosial Remaja Dalam Memanfaatkan Ruang Publik Perkotaan*” Studi Atas Pemanfaatan Taman Kota Alun-alun Ujung Berung Kota Bandung, penelitian ini membahas mengenai remaja bisa menempatkan ruang publik perkotaan atau fasilitas yang sudah disediakan dan bagaimana efek terhadap pola perilaku remaja tersebut yang membedakannya dalam penelitian ini yaitu bagaimana pola perilaku konsumtif terhadap remaja.
3. Desti Rohini, (2018). yang berjudul “ *Pengaruh Belanja Online di media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMA Muhammadiyah Imogiri Bantul*”. Penelitian ini membahas mengenai belanja online saat sangat di gandrungi oleh masyarakat, dari kalangan tua sampai generasi muda. Generasi muda saat ini cenderung lebih banyak menghabiskan waktu mereka untuk menjelajahi dunia maya, di mana mereka suka mencoba berbagai hal baru termasuk belanja online. Dan penelitian ini lebih mengkaji mengenai pengaruh belanja *online* di media sosial terhadap perilaku konsumtif dengan menggunakan metode penelitian *mixed* antara

pendekatan kuantitatif dengan pendekatan kualitatif yang membedakan dengan penelitian yaitu lebih pada bagaimana faktor pendorong dan penghambat terhadap pola konsumtif remaja dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

4. Ariza Qurrota'yun (2019), yang berjudul “*gaya hidup mahasiswa pengguna online shop*” (Studi Pada Mahasiswa PGSD UNSA). Penelitian ini membahas mengenai bagaimana motif mahasiswa pengguna *online shop*, dan bagaimana gaya hidup mahasiswa pengguna *online shop* dari penelitian ini ditemukan bahwa motif adanya perilaku konsumtif karena mengikuti teman, ingin terlihat *updet* oleh barang-barang terbarunya, penampilan gambar yang menarik, murah cari untung dan hemat waktu, sedangkan gaya hidup mahasiswa untuk memahami lebih dalam lagi penting mengutamakan dalam fungsi dan kegunaan *online shop*. Sehingga dapat menggunakannya dengan baik dan bijak, perbedaan dengan penelitian terletak pada objek yang diteliti yaitu lebih pada kaum remaja remaja disini lebih kepada mahasiswa penelitian yang peneliti teliti yaitu lebih kepada siswa yang dimana mereka lebih harus bijak dalam penggunaan *gadget* supaya bermanfaat dalam kehidupan sehari-harinya.



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG