

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang ada di Indonesia diiringi dengan tingkat kompleksitas masyarakat yang lebih tinggi, salah satunya secara implisit menyebabkan konsumtif dan daya beli masyarakat yang bertambah. Semakin berkembangnya teknologi dan informasi, memudahkan masyarakat dalam mengakses berbagai informasi serta transaksi dalam waktu singkat, hanya dengan duduk manis dirumah seluruh keinginan seseorang dapat terpenuhi. Tidak hanya teknologi dan informasi yang berkembang, standar hidup serta gaya hidup dalam masyarakat turut serta dalam mengikuti arus perkembangan zaman.

Misalnya trend dalam berpakaian serta trend kecantikan yang setiap harinya tidak luput dari perkembangan zaman, perkembangan dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah yang kian mewah dan berlebihan. Banyaknya perubahan yang terjadi di segala aspek kehidupan berperan dan menjadi hal penting dalam pembentukan perilaku konsumtif. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konsumtif berarti bersifat konsumsi, yaitu hanya memakai dan tidak menghasilkan sendiri, Perilaku konsumtif sering diartikan sebagai gaya hidup yang suka menghabiskan uang atau berbelanja tanpa pertimbangan yang matang.

Perilaku konsumtif, terutama pada remaja, telah menjadi fenomena yang kian marak dan menarik untuk dikaji. Konsumsi bukan lagi sekadar memenuhi kebutuhan primer, melainkan telah bergeser menjadi sarana ekspresi diri dan validasi sosial. Perubahan ini didorong oleh berbagai faktor, salah satunya adalah

pesatnya perkembangan teknologi dan media sosial yang secara signifikan. Memengaruhi pola pikir dan gaya hidup remaja. Di antara berbagai produk yang dikonsumsi, *make up* telah menjadi salah satu barang wajib bagi sebagian besar remaja, bukan hanya untuk mempercantik diri, tetapi juga untuk membangun citra ideal yang diterima oleh lingkungan sosial mereka.

perilaku konsumtif pada remaja seringkali dilakukan bukan karena produk tersebut dibutuhkan, namun pembelian dilakukan karena alasan-alasan lain seperti halnya hanya untuk sekedar mengikuti trend *make up* terkini. Tidak jarang kebanyakan remaja menganut gaya hidup seperti ini merupakan cara untuk dapat masuk kedalam kehidupan kelompok sosial yang diidamkan.

Di era digital saat ini, perkembangan industri yang sangat pesat juga mempengaruhi perkembangan kecantikan dikalangan perempuan hampir diseluruh belahan bumi dari berbagai kalangan usia terutama remaja. *make up* dan remaja salah satu topik hangat yang sering diperbincangkan, bagi sebagian remaja *make up* merupakan cara untuk mengekspresikan diri serta menambah kesan percaya diri seiring dengan tumbuh kembang remaja tersebut. Sifat impulsif serta kurangnya selektif dalam membedakan antara kebutuhan primer dengan kebutuhan sekunder mengakibatkan remaja sering kali membeli barang-barang tanpa memikirkan manfaatnya.

Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif memiliki dampak yang negative karena dilakukan secara berlebihan dan tidak berdasarkan pada kebutuhan, namun berdasarkan pada keinginan. Perilaku konsumtif pada remaja memiliki beberapa dampak dilihat dari segi ekonomi, sosial dan psikologis,

berdasarkan dari segi ekonomi remaja yang memiliki perilaku konsumtif seringkali sulit mengatur keuangan dan cenderung memiliki sifat boros. Sedangkan dari segi sosial dan psikologis, remaja yang memiliki perilaku konsumtif akan merasa kehilangan jati dirinya karena terus mengikuti gaya hidup atau trend yang berlaku di kelompoknya, tanpa menjadi diri sendiri hingga dapat mengalami tekanan jika keinginannya tidak terpenuhi.

Selain pengaruh dari teman sebaya, maraknya pengguna media sosial apalagi pada kalangan remaja juga menyebabkan munculnya perilaku konsumtif karena ingin mengikuti trend khalayak lainnya serta tidak ingin ketinggalan zaman, pesatnya perkembangan teknologi serta banyaknya promo diskon yang memicu timbulnya perilaku pembelian impulsif pada remaja, serta rendahnya literasi tentang keuangan membuat individu sulit mengendalikan pengeluaran.

Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa remaja putri cenderung lebih mudah untuk melakukan perilaku konsumtif terutama pada alat *make up*, karena adanya pengaruh dari teman sebayanya. Misalnya ketika satu orang baru membeli produk *make up* dan dia merasa itu cocok untuk dirinya sehingga kemudian individu tersebut merekomendasikan kepada teman kelompoknya, sehingga menyebabkan kelompok tersebut beranggapan bahwa produk *make up* itu juga cocok dengannya sehingga terjadinya perilaku konsumtif. Ada yang juga membeli produk yang sama hanya agar individu tersebut tetap dianggap dan diterima dalam kelompok sosialnya, tanpa memikirkan manfaat produk *make up* untuk dirinya.

B. Perumusan Masalah

Dahulu, make up lebih sering digunakan untuk acara-acara khusus atau oleh kelompok usia tertentu. Namun, saat ini, make up telah terintegrasi ke dalam kehidupan sehari-hari remaja. Fenomena ini didukung oleh media sosial, seperti *Instagram, TikTok, dan YouTube*, yang menampilkan tren make up terbaru melalui *influencer* dan *beauty vlogger*. Mereka tidak hanya mempromosikan produk, tetapi juga menciptakan standar kecantikan yang ideal dan sering kali tidak realistis. Akibatnya, remaja merasa perlu memiliki berbagai produk make up untuk dapat mengikuti tren dan mendapatkan pengakuan dari teman sebaya, yang pada akhirnya memicu perilaku konsumtif yang impulsif dan tidak terencana.

Masa remaja adalah periode transisi antara masa anak-anak dan dewasa dengan ditandai adanya masa perubahan fisik, psikologis, dan sosial yang signifikan. Perubahan tersebut merupakan salah satu upaya dalam mencari jati diri. Pendapat Erikson dalam masa remaja, remaja berusaha untuk melepaskan diri dari orang tua dengan maksud untuk menemukan dirinya, proses ini dinamai dengan proses mencari identitas ego (Sartika & Yandri, 2019).

Dugaan terjadinya perilaku konsumtif pada remaja berkaitan dengan adanya karakteristik psikologis yaitu konformitas teman sebaya. Adanya rasa ingin diakui oleh suatu kelompok tertentu menyebabkan adanya upaya merubah gaya hidup, tingkah laku, gaya berpakaian hingga cara menampilkan diri secara fisik. Meskipun hal tersebut dirasa tidak diperlukan untuk mereka, apabila yang melihat orang dewasa lainnya. Hal ini dapat dilihat mulai dari penampilan mereka yang berlebihan misalnya memakai aksesoris, jam tangan, sepatu, dan barang-barang yang lain

dengan merek dan harga yang mahal. Yang sebenarnya tidak dianjurkan untuk dipakai di sekolahan yang tetap dipakai dengan tujuan menunjukkan pada temannya tentang keadaan ekonomi yang dimilikinya (Aryani, 2006). Adanya tekanan atau tuntutan dalam kelompok merupakan salah satu pengaruh kuat munculnya perilaku konsumtif. Kajian yang dilakukan oleh Simamora dan Rosito (2023) mengungkap adanya hubungan positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pembelian skincare pada remaja putri.

Perilaku konsumtif make up yang tidak terkontrol dapat menimbulkan berbagai dampak negatif. Secara psikologis, remaja mungkin mengalami kecemasan dan rendah diri jika tidak mampu mengikuti tren yang ada atau jika penampilan mereka tidak sesuai dengan standar yang dipromosikan media sosial. Secara finansial, mereka rentan terjatuh dalam pola konsumsi yang boros dan tidak sehat, bahkan sering kali mengorbankan kebutuhan lain. Lebih jauh lagi, ketergantungan pada make up untuk membangun citra diri dapat menghambat pengembangan identitas diri yang otentik. Remaja menjadi lebih fokus pada validasi eksternal daripada menemukan jati diri mereka sendiri.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut menjadi penelitian skripsi dengan judul hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif *make up* pada remaja.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas bahwa tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan, ide, wawasan tentang keilmuan psikologi serta dapat dijadikan sebagai bahan informasi untuk penelitian dengan tema yang sejenis di kajian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Responden

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh responden untuk bisa meregulasi dirinya dengan baik agar terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dari penelitian ini dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya untuk menjadi bahan pertimbangan serta sumber data bagi peneliti selanjutnya.