

mereka, sementara yang lain (29,89%) mengatakan bahwa mereka kecanduan menonton MV(Music Video) grup idola tertentu (Jakpat, 2016).

Dapat disimpulkan dari penelitian di atas bahwa konformitas tidak mempengaruhi perilaku konsumtif karena remaja penggemar K-Pop di Surabaya mengikuti suatu komunitas penggemar K-Pop untuk mendapatkan relasi dengan orang baru, mendapatkan informasi tentang idola mereka dan merasa dicintai. Dalam penelitian ini remaja penggemar K-Pop cenderung bersikap rasional dalam mengoleksi produk-produk dari idolanya, ketika tidak memiliki kemampuan untuk membeli produk maka remaja berusaha mencari sebuah alternatif lain untuk memenuhi keinginan membeli *merchandise* idola mereka, Azmi (2019) mengungkapkan kegiatan konsumsi di sini bukan berarti hanya membeli sebuah barang tetapi juga mengikuti perkembangan idola melalui media internet, salah satu bentuk konsumsi dari remaja penggemar K-Pop yaitu timbulnya kebiasaan mengakses internet untuk bisa *meng-update* berita baru idola, *stalking* akun idola, menonton *reality show*, *music video*, maupun menontonnya secara *streaming*.

Hidayati (2019) mengungkapkan dasar dari seorang penggemar khususnya penggemar K-pop melakukan pembelian pada berbagai barang terkait idola nya di Kpop adalah karena mereka memiliki salah satu dari empat karakteristik fanatisme yang dikemukakan oleh Thorne dan Bruner (2006). Empat karakteristik tersebut yaitu (1) keterlibatan internal; (2) keterlibatan eksternal; (3) keinginan untuk memperoleh segala sesuatu yang berkaitan objek fanatic; dan (4) interaksi sosial dan makna pribadi. Menghabiskan uang untuk membeli sesuatu yang berkaitan dengan idola termasuk kedalam karakteristik keinginan untuk memperoleh segala sesuatu yang berkaitan objek fanatis. Individu mempunyai keinginan untuk membeli guna menimbulkan perasaan senang yang diinvestasikan dengan berbagai makna cinta, hormat, pengakuan dan status serta membuat mereka merasa selalu dekat dengan idolanya.

Penelitian yang dilakukan Tiona (2019) menunjukkan dari hasil Uji linearitas variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif memiliki hasil  $p=0,00$  yang berarti kurang dari  $\alpha=0,005$  memiliki pengaruh antara variabel kontrol diri dan konsumtif. Berdasarkan uji hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Maksudnya adalah semakin tinggi kontrol diri maka perilaku konsumtif, pada mahasiswa universitas negeri jakarta akan semakin menurun. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah perilaku konsumtif maka kontrol diri pada mahasiswa akan semakin meningkat dari 200 subjek dalam penelitian ini.

Begitu juga menurut hasil penelitian dari Lestary (2021) dapat disimpulkan bahwa pada uji hipotesis mayor tidak terdapat perbedaan perilaku konsumtif yang signifikan ditinjau dari jenis kelamin dan tingkat ekonomi orang tua dengan nilai  $F = 0,169$  dan nilai  $p =$  sebesar  $0,845$  ( $p > 0,05$ ) sehingga hipotesisnya ditolak, artinya tidak ada perbedaan perilaku konsumtif yang signifikan ditinjau dari jenis kelamin dengan tingkat ekonomi orang tua pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Penelitian Tripambudi dan Indrawati (2020) yang berjudul hubungan antara variabel kontrol diri dengan perilaku konsumen dalam pembelian *gadget* oleh mahasiswa teknik industri Universitas Diponegoro menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian pada mahasiswa teknik industri Universitas Diponegoro.

Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Aryani (2006) didapatkan bahwa setelah dilakukan uji hipotesis, diperoleh hasil koefisien korelasi sebesar  $r = 0,558$  ( $\text{sig} = 0,000, p < 0,01$ ) yang berarti hipotesis diterima. Hal ini berarti ada hubungan positif yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja di SMA Negeri I Semarang, hal ini tampak bahwa remaja yang menginginkan harmonisasi dan dukungan emosi dalam menjalin persahabatan akan lebih mudah dalam melakukan konformitas, mengikuti norma yang berlaku di kelompok, meskipun tidak ada paksaan secara langsung untuk hal

itu. Remaja akan menyesuaikan tingkah laku, hobi, gaya hidup, penampilan agar tidak beda dengan rekan-rekannya dan dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya, maka perilaku konsumtif pun terjadi.

Selain itu, pada penelitian sebelumnya, perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor lain, seperti penelitian sebelumnya oleh Muslich dan Dewi (2017) tentang fanatisme dan perilaku konsumsi yang menunjukkan hubungan. Hasil positif yang signifikan antara fanatisme dan perilaku konsumtif pada Suporter Lazio di Surabaya. Selanjutnya, Alamanda (2018) menyatakan bahwa harga diri dan gaya hidup juga mempengaruhi perilaku konsumtif dari siswa. Para peneliti berspekulasi bahwa fanatisme, harga diri, dan gaya hidup memiliki efek yang lebih besar terhadap perilaku konsumtif daripada konformitas.

Konformitas adalah perubahan perilaku yang dilakukan oleh remaja sebagai upaya untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok tentang ada atau tidaknya tekanan langsung berupa tuntutan tidak tertulis dari kelompok sebaya bagi anggota kelompok tersebut, tetapi mempunyai pengaruh yang kuat dan dapat menimbulkan perilaku tertentu dalam grup remaja yang berasal dari suatu anggota kelompok. Hasil dari proses konformitas bisa positif atau negatif. Dari proses perkembangan remaja yang melakukan konformitas antar teman sebaya pasti memiliki masalah dengan keselarasan dan penyesuaian diri.

Fromm (1995) menyatakan bahwa keinginan manusia di era kehidupan modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan relevansinya dengan kebutuhan yang sebenarnya. Berbelanja pada saat ini sering dilakukan secara berlebihan sebagai upaya seseorang untuk mencapai kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh itu hanya sementara.

IDN Times melakukan pendataan terhadap 580. responden yang dilakukan dengan media survey elektronik yang tersebar di seluruh Indonesia sejak Desember 2018 hingga Januari 2019.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, 3,6% dari penggemar idola K-Pop tidak pernah membeli perhiasan untuk idolanya, tetapi mereka hanya melihat perkembangan idola mereka di jejaring sosial (IDN Times, 2019).

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat dilihat bahwa konformitas tidak memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif. Konformitas dianggap tidak selalu mempengaruhi perilaku konsumtif, karena masih banyak pengaruh lain yang memiliki efek lebih besar dan tidak termasuk kedalam penelitian ini.