

BAB I PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Remaja merupakan masa transisi dari anak-anak menuju dewasa, yang terjadi pada usia 10 hingga 12 tahun dan berakhir pada usia 18 tahun hingga 22 tahun (Santrock, 2002). Masa remaja bermula pada perubahan fisik seperti perubahan bentuk tubuh, penambahan berat dan tinggi badan yang dramatis dan perkembangan karakteristik seksual seperti perkembangan pinggang, pertumbuhan buah dada, tumbuhnya bulu dibagian tertentu, dan perubahan suara pada remaja.

Masa remaja merupakan masa dimana individu mulai memperluas pergaulan sosialnya. Dalam masa tersebut remaja sedang mencari jati diri, tidak jarang remaja mencoba mengidentifikasi diri melalui mencari *role model*. Remaja seringkali menjadikan *public figure* sebagai *role model* salah satunya adalah k-pop, hal tersebut didukung dengan adanya data yang diperoleh melalui kumparan yang menyebutkan bahwa sebesar 57% fans k-pop dari kalangan remaja, sehingga berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa remaja menggunakan k-pop sebagai role modelnya. (kumparan.com diakses senin 2 september 2019).

Seiring berjalannya waktu banyak idola yang bermunculan salah satu idola tersebut adalah kpop. K-pop atau Korean pop merupakan *genre* musik pop, *electropop*, *dance*, hip hop, rock, *electronic music*, dan R&B dari Korea Selatan. K-pop dikemas secara menarik, hal inilah yang membuat kpop berbeda dengan *genre* musik lainnya dan lebih disukai oleh remaja. *MV (music video)* k-pop dibuat semenarik mungkin dengan alur cerita, koreografi, *catchy song* (lagu yang menarik) dan penampilan yang menarik dari penyanyi (secara fisik dan *fashion*). K-pop telah berkembang menjadi subkultur yang menyebar luas diseluruh belahan dunia termasuk di Indonesia. Peneliti telah melakukan wawancara terhadap beberapa remaja pada Komunitas Kpopers X di Surabaya, yang mengatakan adanya *idol group* dan solo artis kpop yang banyak di idolakan oleh remaja di Indonesia antara lain EXO, BTS, Super Junior, Ikon, Twice, Gfriend, Redvelvet, Blackpink, Chungha, dan Somi. Dari penjelasan tersebut peneliti telah menemukan beberapa fenomena disekitarnya dan banyak remaja yang mengidolakan k-pop, remaja yang mengidolakan k-pop disebut juga sebagai k-popers.

Kpopers merupakan sebutan untuk seseorang yang menyukai sesuatu yang berbau K-pop. Kpopers telah menyebar hingga ke seluruh belahan dunia termasuk di Indonesia, kebanyakan Kpopers didominasi oleh perempuan usia remaja dan dari berbagai lapisan ekonomi. Para Kpopers ini sangatlah aktif dalam memberi dukungan kepada *idol* kesayangannya. Para remaja ini bahkan rela mengantri untuk membeli tiket konser idolanya, poster, foto polaroid, album musik, dan *merchandise official* maupun *non official* dari idolanya. Seorang kpopers terkadang sampai mengabaikan kebutuhannya yang utama demi untuk membeli *merchandise* k-pop tanpa memikirkan kegunaan dari barang-barang tersebut dan hanya untuk memuaskan hasrat keinginannya. Perilaku tersebut dapat dikategorikan kedalam perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan suatu dorongan yang berasal dari dalam diri individu untuk melakukan konsumsi tiada batas, dan lebih mementingkan faktor emosional dari pada faktor rasional atau lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan (Aksari, 2015). Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang saat membeli sesuatu sudah tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi menurut Lubis (dalam Sumartono, 2002). Lina dan Rosyid (1997) memperkuat pernyataan tersebut dengan mengatakan bahwa perilaku konsumtif biasanya melekat pada individu bila individu tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, karena pembelian tidak lagi didasari pada faktor kebutuhan yang utama tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan.

Menurut hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan remaja yang menyukai k-pop, peneliti mendapat gambaran tentang perilaku konsumtif pembelian produk k-pop pada remaja. Remaja pertama yang berinisial S menyatakan bahwa sudah tiga tahun dirinya mengidolakan salah satu group *boyband* idol k-pop, bahkan pernah membeli tiket konser VIP yang diadakan di Jakarta dengan harga Rp. 4.100.000,- S mengeluarkan uang sebanyak Rp. 2.000.000,- untuk tiket pesawat dan dirinya menginap di apartemen. Selain konser di Jakarta, S juga pernah membeli tiket konser VIP yang diadakan di Kuala Lumpur dengan harga Rp. 5.000.000,- Tiket pesawat pulang pergi seharga Rp. 1.000.000,- karena saat itu sedang ada promo. S menginap di hotel selama tiga hari dengan tarif sebesar Rp. 800.000,- S mengaku telah menghabiskan jutaan rupiah untuk membeli *merchandise official* dari

group idolanya dan memiliki tempat khusus untuk menyimpan koleksi *merchandise official* tersebut. *Merchandise* tersebut biasanya dalam bentuk *lightstick*, slogan, album, *photocard*, *lip card*, standee, *mirror card*, dan *totetbag*. Dirinya membeli *merchandise* tersebut dengan uang saku yang disisihkannya, bahkan sampai rela untuk tidak jajan demi untuk mendapatkan *merchandise* keluaran terbaru yang diinginkannya. Uang yang dikeluarkan S untuk jajan hanya berkisar Rp. 25.000,- sampai dengan Rp. 50.000,- S membeli *merchandise* tersebut dengan alasan karena adanya kepuasan tersendiri serta jika tidak membelinya akan timbul perasaan mengganjal dan terbayang-bayang. Dirinya merasa menyesal setelah membeli slogan (ucapan terima kasih sang idol untuk para fans dalam bentuk *banner*) yaitu salah satu *merchandise* yang biasa dibeli, tetapi penyesalan itu tidak bertahan lama.

Remaja kedua yang berinisial M menyatakan dirinya sudah menjadi *kpopers* selama kurang lebih 4 tahun dan menaruh hati kepada salah satu group *boyband* idol k-pop. M suka sekali membeli *merchandise* dari group k-pop kesayangannya terutama *merchandise* keluaran terbaru, seperti parfum, *photo card*, *hardcase*, dan pakaian atau *fashion* seperti yang digunakan oleh member band kesayangannya serta berencana akan menambah koleksi *merchandise* yang dimilikinya. Harga dari *merchandise* yang biasa dibeli M berkisar antara Rp. 200.000,- keatas. Remaja ini rela menahan rasa laparnya demi dapat membeli *merchandise* band kesayangannya bahkan uang yang dikeluarkan M untuk makan hanya Rp. 30.000,- perharinya dan alasan mengapa dirinya membeli *merchandise* tersebut adalah demi memenuhi kepuasan, rasa cinta kepada idolanya, serta dirinya merasa kurang mencintai idolanya jika tidak membeli *merchandise*. Remaja ini sering kehabisan uangnya karena sering membeli *merchandise* idolanya, dia mengaku bahwa tidak pernah merasakan penyesalan sedikit pun setelah menghamburkan uangnya untuk membeli *merchandise* tersebut karena dia merasa dengan membeli *merchandise* ada kepuasan tersendiri yang dirasakannya dan ingin membeli *merchandise* secara terus menerus.

Remaja ketiga yang berinisial F menyatakan bahwa sudah 3 tahun menjadi *kpopers* dan mengidolakan group *girlband* idol kpop. F selalu membeli album keluaran terbaru dari group idol kesayangannya, album yang dibelinya memiliki harga berkisar Rp. 500.000,- keatas. Remaja ini sampai rela berpuasa agar bisa membeli album idol kesayangannya. F bahkan rela berbohong kepada orang tuanya dengan meminta uang

tambahan kuliah dan orang tuanya mempercayainya, padahal uang tersebut digunakannya untuk membeli *merchandise* dari group idol kesayangannya. Hal tersebut telah dilakukannya selama 2 tahun dan dirinya tidak merasakan penyesalan setelah menghamburkan uangnya untuk membeli *merchandise*.

Remaja keempat yang berinisial C menyatakan bahwa sudah sejak SMP dirinya menyukai kpop. C berusaha untuk mengkoleksi *merchandise* dari group idol kesayangannya, namun kondisi keuangan keluarga membuat individu hanya mampu membeli *merchandise* tidak resmi. Selain itu C meminjam uang kepada temannya untuk dapat membeli *merchandise* kpop sebagai koleksi dan untuk menunjukkan rasa cinta kepada idolanya. Hal tersebut sudah berlangsung selama 2 tahun terakhir. C mengaku bahwa dirinya tidak merasakan penyesalan karena telah menghabiskan banyak uang untuk membeli *merchandise* kpop.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, terlihat bahwa keempat remaja tersebut belum dapat mempertimbangkan mana yang penting dan mana yang tidak penting. Selain itu, perilaku konsumtif pada remaja tersebut muncul ketika adanya informasi bahwa terdapat *merchandise* keluaran terbaru, dan group idol kesukaannya akan mengadakan konser di Indonesia. Ketika mengetahui informasi tersebut, remaja tidak dapat menahan dan mengontrol dirinya agar tidak menghamburkan uangnya untuk tiket konser dan *merchandise*. Remaja tersebut mendahulukan kecintaan terhadap idolanya sehingga hal tersebutlah yang menyebabkan dirinya tidak bisa mengontrol diri saat membeli *merchandise* serta selalu muncul perasaan ingin membeli dan menambah koleksinya. Hal-hal tersebut sesuai dengan penelitian milik Anggreini (2014) yang menyatakan bahwa perilaku membeli tidak lagi memiliki fungsi yang sesungguhnya dan menjadikannya “ajang” pemborosan biaya untuk remaja yang belum memiliki penghasilan sendiri serta hanya dilandasi oleh faktor emosi semata dan cenderung tidak rasional.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut perspektif psikologi adalah adanya kehilangan kontrol diri. Menurut Rotter (1961) tentang kontrol diri adalah setiap individu memiliki perbedaan yang individual tentang apa yang dapat mengontrol kejadian dalam kehidupan sehari-hari sehingga setiap individu akan dapat mengontrol dirinya dengan baik. Ketika individu mengalami perilaku berbelanja yang tidak wajar artinya individu tersebut tidak mampu mengontrol dirinya dan hal itu membuatnya kehilangan kendali.

Remaja yang memiliki kontrol diri yang kuat akan mempertimbangkan dalam menggunakan uangnya dan memprioritaskan mana yang seharusnya dibeli dan mana yang tidak seharusnya dibeli serta membuat suatu keputusan sebelum membeli sesuatu. Sedangkan remaja yang memiliki kontrol diri yang rendah, akan membeli sesuatu tanpa mempertimbangkan prioritasnya dan hanya mengikuti hasrat keinginan tanpa memikirkan kedepannya. Hal ini dapat dilihat dari ketidakmampuan keempat remaja tersebut dalam mempertimbangkan kebutuhan utamanya.

Averill (dalam Kusumadewi, 2012) menyatakan kontrol diri adalah variabel psikologis yang mencakup kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak penting atau penting dan kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan yang diyakininya. Memilih suatu tindakan yang diyakininya

ini berkaitan dengan bagaimana individu mempertimbangkan perilaku yang seharusnya dilakukan dan mana yang seharusnya tidak dilakukan. Hurlock (dalam Munazzah, 2016) menyatakan bahwa kontrol diri berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dalam dirinya. Sedangkan menurut Goldfried dan Merbaum (dalam Ghufron, 2010) kontrol diri merupakan suatu kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu kearah konsekuensi yang positif. Kontrol diri yang lemah pada individu dapat mengarah pada konsekuensi negative, yang dapat merugikan individu lain dan juga merugikan dirinya sendiri. Pendapat Goldfried dan Merbaum mendukung fenomena yang sudah diuraikan diatas tentang seorang remaja yang tidak dapat mengontrol dirinya dalam mencintai idolanya dan hal tersebut menyebabkan dirinya menghabiskan banyak waktu serta uangnya untuk idola tercintanya tanpa sadar dirinya telah merugikan dirinya sendiri dan orang disekitarnya. Remaja tersebut memiliki kontrol diri yang lemah dan tidak dapat mengarahkan dirinya menuju kearah perilaku yang memiliki konsekuensi yang positif.

Berdasarkan uraian diatas dapat diartikan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana individu dalam membeli sesuatu tidak didasari dengan faktor kebutuhan melainkan pada faktor keinginan dan kepuasan. Individu yang memiliki kontrol diri rendah tidak mampu dalam mempertimbangkan prioritasnya dan cenderung tidak dapat mengontrol

dirinya dalam menggunakan uangnya. Dapat diasumsikan bahwa ada hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif. Kontrol diri merupakan suatu kemampuan untuk mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang memiliki konsekuensi yang positif, jika kontrol diri lemah maka cenderung akan mengarah pada konsekuensi yang negatif dan dapat merugikan diri sendiri dan orang lain. Sedangkan perilaku konsumtif merupakan perilaku individu dalam membeli barang-barang tanpa batas dan tanpa pertimbangan yang rasional, serta membeli barang-barang yang sebenarnya diluar kebutuhannya secara berlebihan agar terpenuhinya keinginan untuk mendapatkan rasa kepuasan semata daripada kebutuhan yang sebenarnya. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang negative antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif, maksudnya adalah semakin rendah kontrol diri yang dimiliki maka semakin tinggi perilaku konsumtif, dan sebaliknya semakin tinggi kontrol diri yang dimiliki maka semakin rendah perilaku konsumtif. Hal tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti apakah ada hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* k-pop pada remaja.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah, apakah ada hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* k-pop pada remaja ?

B. Tujuan Dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Pembelian *merchandise* K-Pop Pada Remaja.

2. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya:

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah dapat memberikan dan menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam bidang psikologi untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* k-pop pada remaja.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai kontrol diri dan kaitannya dengan perilaku konsumtif pada remaja, serta memberikan gambaran tentang pentingnya kontrol diri yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

C. Keaslian Penelitian

1. Penelitian Ertha Stephany (2016) membahas tentang “Hubungan Antara Citra Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pelaku Belanja Online”. Hasilnya menunjukkan ada hubungan negative yang signifikan antara citra diri dengan perilaku konsumtif. Semakin positif citra diri maka diikuti dengan semakin rendah perilaku konsumtif.
2. Penelitian Murni (2017) membahas tentang “Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja M.A Raden Paku Kedamean Gresik”. Hasil analisis menggunakan teknik regresi sederhana menunjukkan $F=14,069$ pada $p=0,000$ ($p<0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja M.A Raden Paku Kedamean Gresik.
3. Penelitian Ririn Anggreini (2014) membahas tentang “Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul”. Hasilnya menunjukkan korelasi sebesar $-0,304$ dengan sig $0,002$ ($p < 0,05$), yang artinya terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. Mahasiswi yang memiliki kontrol diri lemah lebih banyak dibanding dengan mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang kuat. Sedangkan pada mahasiswi yang berperilaku konsumtif tinggi lebih banyak daripada mahasiswi yang berperilaku konsumtif rendah.
4. Penelitian Regina C. M. Chita, Lydia David, Cicilia Pali (2015) membahas tentang “Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011”. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara dukungan *self-control* dengan perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011, dengan uji kolerasi *Sperman Rank* didapatkan nilai $p = 0,000 < \alpha = 0,05$. Dengan nilai kolerasi sebesar $-0,485$ yang termasuk kedalam kategori sedang. Tanda negative menunjukkan arah hubungan artinya semakin tinggi *self-control* maka semakin rendah perilaku konsumtif

online shopping produk *fashion*, sebaliknya semakin rendah *self-control* maka semakin tinggi perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion*.

5. Penelitian Siska Tri Yulawati (2012) membahas tentang “Hubungan Antara Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja”. Hasilnya menunjukkan konformitas tidak mempunyai hubungan dengan perilaku konsumtif. Harga diri dengan perilaku konsumtif juga tidak mempunyai hubungan.