

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masa remaja adalah masa peralihan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa yang mengalami perubahan biologi, kognitif, dan sosial (Santrock, 2003). Pencarian identitas diri pada remaja dapat mempelajari dari lingkungan sosial seperti keluarga, teman, masyarakat, termasuk dari model yang menjadi figur remaja seperti tokoh idola. Remaja yang mengeksplorasi peran-peran baru dalam cara yang sehat dan melalui jalan yang positif untuk menerapkan peran baru dalam kehidupan, maka identitas positif akan terbentuk, namun sebaliknya apabila yang menjadi peran negatif, maka akan terbentuk identitas yang negatif. Remaja menurut Hurlock (2003) dibagi atas tiga kelompok usia tahap perkembangan, yaitu: *Early adolescence* (remaja awal) usia 12-15 tahun, *Middle adolescence* (remaja pertengahan) usia 15-18 tahun, *Late adolescence* (remaja akhir) usia 18-21 tahun.

Tokoh idola yaitu seseorang yang berarti baginya atau orang yang dikagumi. Pada umumnya tokoh idola yang menjadi idola atau pujaan remaja berasal dari kalangan selebritis seperti para penyanyi, bintang film, dan olahragawan (Novianti, 2015). Tokoh idola yang banyak digemari remaja sekarang adalah k-pop sehingga memberi dampak remaja bersikap berlebihan, histeris, obsesif, adiktif, dan konsumtif (Tartila, 2014). Aktivitas yang dilakukan k-popers dalam hal konsumsi adalah membeli album k-pop, menonton konser k-pop, mendownload video *performance*, *music video*, lagu, *variety show*, *spazzing twitter/fangirling*(update berita k-pop), *blog walking* dan membeli *merchandise*.

Hal tersebut mempengaruhi remaja untuk berperilaku konsumtif seperti melakukan pembelian merchandise korea yang berlebihan.

Perilaku konsumtif pada remaja sangat sering dianggap sebagai sesuatu hal yang wajar. Jika dipandang lebih jauh, tingkah perilaku konsumtif bagi remaja boleh memberi impas yang lebih serius malah cenderung membahayakan. Bagi remaja yang berasal dari keluarga dengan ekonomi kebawah, akan susah untuk mendapatkan barang yang di inginkan, bila dilihat lebih jauh hal ini dapat membuat remaja melakukan hal yang negatif untuk memenuhi keinginannya, seperti mencuri, mencopet bahkan menjambret. Menurut Faradila (2018) Hal tersebut dapat terjadi karena pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan. Mahendra (2020) menambahkan bahwa perilaku konsumtif ini berkaitan dengan kecenderungan materialistik, kemewahan dan segala hal yang dianggap paling mahal dan memberikan Kepuasan tersendiri bagi seseorang. Remaja dituntut untuk mengikuti tren, agar tidak dianggap kurang gaul, remaja berusaha untuk memenuhi kesenangan dan keinginan demi gengsi, merasa bangga, percaya diri dan dihargai jika ia telah memiliki sesuatu yang atribut dari idolanya (Faradila, 2018).

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh 4 faktor yaitu faktor budaya yang terdiri dari sub budaya dan kelas sosial, faktor sosial kelompok Referensi, Keluarga Peran dan status, Faktor pribadi terdiri dari Usia, Pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, dan faktor psikologis terdiri dari, motivasi, persepsi, keyakinan dan sikap (Kholida, 2016).

Pada saat ini budaya mempengaruhi para remaja dalam berperilaku , misalnya budaya korea selatan yang lagi naik daun di Indonesia, yang identik dengan *Boyband*. Sejak awal tahun 2002 negara-negara di Asia telah

mempopulerkan budaya-nya salah satunya melalui musik dengan *genre pop* yang biasa disebut orang dengan k-pop (*korean pop*) yang berasal dari negara Asia timur yaitu Korea Selatan. Selain musik, negara Korea Selatan ini juga memperkenalkan budayanya melalui drama, film, dan *fashion*. Penyebaran budaya korea ini sendiri didukung dengan berkembangnya media massa, seperti internet yang telah mempercepat informasi sehingga dapat diketahui dengan cepat oleh banyak orang dari berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. K-pop di Indonesia tidak hanya digemari oleh para remaja melainkan orang tua pun ikut masuk dalam dunia K-pop. Para remaja biasanya menggemari musik sedangkan orang tua menggemari dramanya. Kepopuleran Korea dalam bentuk musik K-pop telah menimbulkan peminat yang konsumtif, menyebabkan banyaknya peminat untuk membeli produk yang berkaitan dengan idola mereka atau biasa disebut *merchandise* korea. *Merchandise* korea merupakan barang budaya korea (K-pop) seperti CD original, poster, baju, jaket, topi.

Berdasarkan hasil observasi pada tanggal 18 agustus 2019 pada salah satu komunitas Penggemar K-pop (*Korean pop*) Semarang dan Palembang ada beberapa remaja yang tidak memiliki konsep diri yang baik. Dimana remaja sangat gampang untuk membeli sesuatu hanya berdasarkan keinginan saja, setelah membeli barang, remaja tersebut akan merasa menyesal. Akan tetapi perilaku tersebut tetap dilakukan berulang kali.

Peneliti melakukan wawancara pada tanggal 27 juli 2021 ke beberapa penggemar K-pop. Hasil wawancara pada subjek A yang berasal dari Kota Semarang mengatakan bahwa "Ketika subject A memiliki keinginan untuk membeli suatu barang khususnya barang yang berhubungan dengan K-pop (*Korean pop*) subject A mengatakan bahwa semua itu harus dimiliki, subject ini

cenderung menggunakan cara yang salah, biasanya dia berpura pura mencari teman untuk membeli barang dan dengan iming- iming harga yang subject A berikan akan murah , padahal dia menggunakan cara yang salah. Uang dari beberapa orang yang ikut membeli dengan subject A , Subject A gunakan untuk membeli barang dia sendiri, lalu uang teman temannya subject A tidak dikembalikan dengan alasan ada kendala pengiriman barang di korea. Dan uang yang subject A kembalikan tidaklah utuh dan subject A memberikan alasan bahwa uangnya akan dikembalikan utuh karena sebagian uang teman temannya digunakan untuk membayar biaya barang di korea agar barang yang mereka pesan tidak terhambat. Tapi pada akhirnya uang itu tidak kembali dan dia kabur.

Selanjutnya subject B yang berasal dari Kota Palembang, mengatakan bahwa, demi membeli barang yang di inginkan, subject ini rela mengutang dengan temanya dengan alasan subject B akan membeli barang barang untuk sekolah, sehingga tema-nya tidak enak untuk meminta uangnya kembali. Dan uang yang dia pinjam tidak jumlah yang sedikit melainkan lumayan , dan subject B mengatakan bahwa teman-nya yang meminjamkan uang rela meminjam uang kepada orang tuanya dengan alasan ingin membantu subject ini untuk membeli barang. Subject B pun bercerita apabila subject B tidak bisa memenuhi keinginannya dia akan stress dan menjadi overthinking. Penggemar K-pop melakukan pembelian k-popstuff yang meliputi album, photocard, baju, aksesoris, dan merchandise lainnya yang berhubungan dengan idola yang dikagumi oleh para penggemar K-pop.

Hal tersebut menunjukkan bahwa penggemar k-pop melakukan perilaku konsumsi K-popstuff didasarkan pada keinginan bukan kebutuhan. Artinya rasionalitas dalam memenuhi kebutuhan tidak lagi didasarkan pada pemenuhan kebutuhan tetapi lebih mengarah pada pemenuhan keinginan. Sikap penggemar K-pop tersebut disebabkan oleh lingkungan sekitarnya, misalnya ketika individu

melihat banyak temannya membeli barang idolanya maka individu itu juga akan ikut membeli barang tersebut. Selain lingkungan, kemampuan iklan atau promosi terhadap suatu produk juga dapat mendukung sikap konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau barang. Selain lingkungan, faktor internal juga dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli sesuatu, terkadang individu tidak memperhatikan apakah barang tersebut termasuk kebutuhan atau hanya untuk kepuasan saja. hal yang dilakukan individu ini dapat menyebabkan individu terus menerus membeli barang yang tidak dibutuhkan.

Sikap konsumen tersebut dapat juga disebabkan oleh lingkungan sekitarnya, misalnya ketika individu melihat banyak temannya membeli barang idolanya maka individu itu juga akan ikut membeli barang tersebut. Selain lingkungan, kemampuan iklan atau promosi terhadap suatu produk juga dapat mendukung sikap konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk atau barang. Selain lingkungan, faktor internal juga dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli sesuatu, terkadang individu tidak memperhatikan apakah barang tersebut termasuk kebutuhan atau hanya untuk kepuasan saja. hal yang dilakukan individu ini dapat menyebabkan individu terus menerus membeli barang yang tidak dibutuhkan. Dari penjelasan tersebut penulis ingin melihat bagaimana konsep diri yang dimiliki remaja penggemar K-pop dalam membeli merchandise korea.

Penelitian yang dilakukan oleh Hermawan dan Puspitasari (t.t) mengatakan bahwa Penggemar yang bergabung dalam komunitas penggemar dan memilikipengetahuan yang lebih banyak.Mereka tidak hanya mengoleksi lagu, CD original, dan poster. Sebagian dari informan mengaku mengoleksi baju,

jaket, topi yang bisa mengidentifikasi mereka bahwa mereka penggemar boyband dan girlband tertentu. Dan bagi mereka yang hobi mengkoleksi CD original, jaket, kaos, dan *atribute* idola mereka harus mengeluarkan uang lebih karena berharga. Menurut Fromm (1995) Skala perilaku konsumtif terbagi dalam empat aspek yaitu Melakukan Pembelian Impulsive, Pemborosan (*Wasteful Buying*), Tidak Bernilai Kebutuhan (*Non Rational Buying*) dan Ingin Lebih dari Orang Lain (*Satisfaction Seeking*). Aspek-aspek dalam konsep diri dalam penelitian ini diantaranya: Aspek fisik, Aspek ini meliputi penilaian individu terhadap segala sesuatu yang dimilikinya seperti tubuh, pakaian serta benda-benda yang dimilikinya. Aspek psikologi, aspek ini meliputi pemikiran, perasaan dan sikap yang dimiliki individu terhadap dirinya. Aspek sosial, aspek ini meliputi bagaimana peranan sosial dimainkan oleh individu dan penilaian individu terhadap peranan tersebut. Aspek moral, aspek ini meliputi nilai dan prinsip yang memberi makna dan tujuan kehidupan individu (Habibullah, 2010).

Konsep diri merupakan hal yang penting dalam proses perkembangan kepribadian terutama pada masa remaja, karena masa remaja adalah masa transisi yang kompleks pada saat individu beranjak dari anak-anak menuju perkembangan menuju dewasa. Konsep kepribadian yang paling utama adalah diri, hal ini dikemukakan oleh Rogers (Thalib, 2010). faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri sedangkan faktor eksternal ada perilaku konsumtif individu adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial dan referensi serta keluarga (Sumartono, 2002). Hal ini memperlihatkan bahwa adanya faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan Konsep diri termasuk salah satu hal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif terjadi dari sisi internal suatu individu. Maka penelitian ini mengambil konsep diri sebagai variabel bebas karena konsep diri merupakan salah satu faktor perilaku konsumtif,

Oleh sebab itu dari masa remaja individu di tuntut untuk memiliki emosi yang matang agar dapat terbentuk konsep diri yang bagus. Konsep diri yang bagus akan menghasilkan kepribadian remaja yang baik pula. Seperti yang telah dikatakan oleh Rogers bahwa hal yang terpenting dalam konsep diri ialah perkembangan kepribadian. Konsep diri yang dimiliki individu juga dapat

mempengaruhi perilakunya dalam mengambil sebuah keputusan, misalnya dalam membeli sesuatu. Dalam penelitian ini akan difokuskan dalam pembelian *merchandise* K-pop. Kajian yang dilakukan oleh (Suminar; Meiyuntari, 2015) mengungkapkan bahwa semakin rendah konsep diri remaja, semakin tinggi tingkah perilaku konsumtif mereka, begitu juga sebaliknya. Remaja yang mempunyai konsep diri negatif cenderung untuk mengembangkan sikap negatif tentang diri mereka, seperti perasaan rendah diri dan kurang keyakinan diri. Untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya konsep diri terhadap perilaku konsumtif penggemar K-pop di Indonesia, saya melakukan wawancara ke beberapa penggemar K-pop.

Uraian tersebut disimpulkan bahwa konsep diri yang dimiliki remaja penggemar K-Pop masih rendah, karena saat mereka berperilaku konsumtif mereka tidak memikirkan akan bagaimana dan akan di gunakan untuk apa barang tersebut, sehingga kedua subject tersebut hanya mengutamakan keinginan semata dibandingkan dengan kebutuhan. Keinginan sendiri ialah perasaan menginginkan sesuatu yang mengutamakan kondisi emosi sesaat, sedangkan kebutuhan ialah suatu keadaan dimana individu butuh atau membutuhkan sesuatu tanpa mengutamakan emosi sesaat. Konsep diri remaja berupa usaha untuk menjelaskan siapa dirinya, bagaimana perannya dalam keluarga maupun masyarakat, sehingga banyak cara yang dapat ditempuh remaja untuk mengejar setiap peran seperti bentuk figur atau image dari suatu idola berpengaruh terhadap perubahan sikap remaja.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis ingin melihat apakah ada hubungan antara perilaku konsumtif dengan konsep diri pada remaja penggemar Korea dalam pembelian *merchandise* Korea.

1.1 Tujuan penelitian

Berdasarkan permasalahan di tersebut, tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar Korea terhadap *merchandise* Korea.

1.2 Manfaat penelitian

1.3.1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu psikologi, terutama untuk psikologi sosial, dan dapat membantu peneliti lain dalam mengembangkan penelitian yang sama.

1.3.2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang konsep diri dengan perilaku konsumtif terhadap pembelian *merchandise* k-pop yang dapat bermanfaat bagi remaja penggemar k-pop dan juga para peneliti.

