

ABSTRAK

Syfa Wardah Sakinah, Perilaku Konsumtif Terhadap Barang Mewah (*Hypebeast*) dalam Perspektif Pendidikan Keluarga. Jakarta: Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Fakultas Teknik. Universitas Negeri Jakarta 2019. Dosen Pembimbing: Dra. Nurlaila Abdullah Mashabi, M.Kes dan Rasha, S.Pd, M.Pd.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perspektif pendidikan keluarga pada perilaku konsumtif terhadap barang mewah (*hypebeast*). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Responden pada penelitian ini adalah remaja usia 18-25 tahun, berstatus sosial atas-atas, dan memiliki, mengenakan barang-barang mewah/ hype. Pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa ketiga responden berperilaku konsumtif, faktor budaya, kelas sosial, pribadi, dan psikologis sebagai faktor penyebab perilaku konsumtif terutama faktor budaya. Dalam membeli barang mewah tiga responden menunjukan motif emosional dan dua responden menunjukan motif petronage. Satu responden menunjukan aspek motif dalam perilaku konsumtif, tiga responden menunjukan aspek kemutakhiran mode, dan satu responden menunjukan aspek *inferiority complex*. Didapatkan juga dua responden kurang diberikan pendidikan karakter dalam keluarga dan tiga responden kurang diberikan pendidikan spiritual dalam keluarga.

Kata Kunci : *Hypebeast*, Pendidikan Keluarga, Perilaku Konsumtif.

ABSTRACT

Syfa Wardah Sakinah. Consumptive behaviour towards luxury items (*hypebeast*) on family education perspective. Jakarta: Education of Family Welfare Study Program. Faculty of Engineering. Universitas Negeri Jakarta 2019. Supervisors: Dra. Nurlaila Abdullah Mashabi, M.Kes dan Rasha, S.Pd, M.Pd.

The purpose of this research is to know how Education of Family perspective on consumptive behavior towards luxury items (*hypebeast*). Qualitative research method is used in this research. The respondents of this research are teenagers on 18-25-year-old, middle to upper economic and social status, also own and put on luxury items or hype. The purposive sampling method is used in this research. The result of this research shows that three of respondents are consumptive with the cultural (family), social status, privacy, and psychology as the causative factors, especially on cultural (family) factor. For goods shopping, three respondents show emotional motive and two respondents show patronage motive. one respondent shows motive on consumptive behavior aspect, three respondents show the latest of fashion aspects, and one respondent shows an inferiority complex aspect. two respondents are also given less character education in the family and three respondents are given less spiritual education in the family.

Key words: Consumptive Behavior, Education of Family, *Hypebeast*.