

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Variabel Tergantung

2.1.1 Definisi Perilaku Konsumtif

Menurut sumartono (2002), gaya hidup konsumtif merupakan suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk lain dengan fungsi yang sama. Hal ini tentu akan menghabiskan pengeluaran individu lebih banyak. Maksudnya, perilaku konsumtif merupakan tindakan pemakaian dan pembelian suatu produk di mana individu membeli produk yang memiliki fungsi yang sama sebelum barang yang sedang di pakai belum habis masa pakainya sehingga di nilai individu melakukan pemborosan.

Sedikit berbeda dengan pendapat sebelumnya, Engel, Blackwell & Miniard (1994) menyatakan, perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului sebuah tindakan. Maksudnya dapat dikatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu kebutuhan yang melibatkan pengambilan keputusan dalam mendapatkan sesuatu yang diinginkan yang melibatkan faktor seperti motivasi internal dan perilaku sosial lainnya sebelum mengambil tindakan.

Inti dari dua pernyataan di atas adalah perilaku konsumtif merupakan kecenderungan untuk mendapat, mengonsumsi dan menghabiskan suatu produk secara tidak tuntas berdasarkan pada proses

keputusan atau keinginan mencoba suatu produk lain dengan fungsi yang sama walaupun barang yang sedang di pakai belum habis masa pakainya.

Menurut Astuti (2013), perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu secara irasional dan lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Maksudnya, Perilaku konsumtif adalah keinginan yang dimiliki manusia yang mengalahkan pemikiran secara rasional yang mengakibatkan pembelian barang yang mungkin tidak terlalu berguna untuk memenuhi kepuasan diri.

Sedikit berbeda dengan pernyataan sebelumnya, Gumulya dan Widiastuti (2013), perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli yang lebih didominasi oleh keinginan-keinginan di luar kebutuhan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata. Artinya, perilaku konsumtif merupakan wujud keinginan manusia yang banyak dan ingin memenuhi hal tersebut supaya merasa dirinya mendapat kepuasan walaupun barang yang didapat belum tentu berguna bagi individu.

Inti dari dua pendapat di atas berarti perilaku konsumtif di nilai sebagai kecenderungan individu untuk membeli dan mengkonsumsi suatu barang secara berlebihan tanpa pertimbangan sebagai bentuk pemenuhan hasrat atau kepuasan diri tanpa mepedulikan kebutuhan barang tersebut.

Menurut Anin F., dkk (2008) perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu untuk membeli secara spontan, reflektif, atau kurang melibatkan pikiran, segera, dan kinetik. Maksudnya adalah perilaku konsumtif merupakan suatu kecenderungan membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan lebih lanjut tanpa mempertimbangkan kegunaannya.

Lain halnya dengan pernyataan Sembiring (dalam Fitriyani, 2013) perilaku konsumtif adalah keadaan di mana individu dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang, melainkan mempertimbangkan prestige yang melekat pada barang itu. Hal

ini berarti individu lebih mementingkan keinginan dalam hal penampilan diri daripada nilai guna dari barang tersebut.

Inti dua pendapat di atas berarti perilaku konsumtif lebih berdasarkan pada keinginan secara impulsif atau tanpa pertimbangan daripada melihat nilai guna barang tersebut.

Berdasarkan teori-teori di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang secara tidak tuntas atau terus menerus dan lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan serta perilaku tersebut biasanya bersifat berlebihan karena atas dasar mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk jasa secara irasional yang sifatnya hanya untuk memenuhi hasrat semata. Selanjutnya teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori dari sumartono, yang menyatakan perilaku konsumtif adalah suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk lain dengan fungsi yang sama. Hal ini tentu akan menghabiskan pengeluaran individu lebih banyak. Teori tersebut digunakan karena Sumartono menyatakan secara tersirat bahwa terdapat faktor keinginan untuk mencoba produk baru dengan fungsi yang sama dan adanya kecenderungan pemborosan. Karena itu dari teori-teori di atas, teori milik sumartono di nilai sudah mencakup keseluruhan maksud dari perilaku konsumtif.

2.1.2 Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002), definisi konsep perilaku konsumtif amatlah variatif, tetapi pada intinya muara dari pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan pokok. Sumartono (2002) mengungkapkan bahwa secara operasional, indikator perilaku konsumtif yaitu :

- 1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.*

Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut. Hal ini akan memberikan

pemikiran kepada konsumen bahwa hanya dengan membayar satu produk, konsumen akan mendapatkan produk yang lebih.

2. Membeli produk karena kemasannya menarik.

Konsumen remaja sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapih dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapih dan menarik. Produk yang dibungkus rapi akan membuat daya tarik lebih kepada konsumen sehingga konsumen yang melihat akan tertari untuk membeli produk tersebut.

3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

Konsumen remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi, Karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar mahasiswa selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Remaja membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri. Hal ini akan lebih menunjang penampilan remaja yang pada dasarnya sudah memiliki penampilan yang menarik.

4. Membeli produk atas pertimbangan harga mahal dianggap prestige

Konsumen remaja cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah. Individu akan merasa lebih percaya diri dan dihargai kalau barang-barang yang dikenakannya adalah produk mahal.

5. Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status.

Mahasiswa mempunyai kemampuan membeli yang tinggi, baik dalam pakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan symbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.

Mahasiswa cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Mahasiswa juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan public figure produk tersebut. Oleh karena itu, produk apapun yang dipakai oleh tokoh idolanya maka akan menjadi pertimbangan besar bagi mahasiswa terhadap produk yang akan dipakainya.

7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang positif

Remaja sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.

8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)

Remaja akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan. Hal ini dilakukan karena remaja cenderung ingin melihat perbedaan antara khasiat produk yang satu dengan yang lain.

2.1.3 Faktor-Faktor Kecenderungan Perilaku Konsumtif

Engel, Blackwell dan Miniard (1995) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan perilaku konsumtif, adalah:

1. *Kebudayaan*

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Kebhinekaan kebudayaan akan membentuk pasar dan perilaku yang bebrbeda-beda

2. *Kelas sosial*

Kelas sosial mempengaruhi perilaku konsumen dalam cara seseorang menghabiskan waktu mereka, produk yang dibeli dan berbelanja.

3. Pengaruh pribadi

Kepribadian didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang terdapat dalam diri individu yang sangat mempengaruhi perilakunya. Kepribadian sangat berpengaruh dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

4. Keluarga

Keluarga mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam pembentukan sikap dan perilaku anggotanya, termasuk dalam pembentukan keyakinan dan berfungsi langsung dalam menetapkan keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa.

5. Situasi

Faktor situasi seperti lingkungan fisik, lingkungan sosial, waktu, suasana hati dan kondisi seseorang sangat mempengaruhi perilaku membeli seseorang.

6. Konsep Diri

Konsep diri dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku membeli seseorang. Terdapat beberapa tipe konsumen dalam memenuhi konsep diri yaitu konsumen yang berusaha memenuhi konsep diri yang disadari, konsumen yang berusaha memenuhi konsep diri idealnya dan konsumen yang memenuhi konsep diri menurut orang lain sehingga akan mempengaruhi perilaku membelinya.

7. Motivasi

Motivasi merupakan pendorong perilaku seseorang, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa yang tersedia di pasar.

8. Pengalaman belajar

Pengalaman belajar seseorang akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Informasi tersebut dapat berasal dari pihak lain ataupun diri sendiri (melalui pengalaman). Hasil dari proses belajar tersebut dipakai konsumen sebagai referensi untuk membuat keputusan dalam pembelian.

9. Gaya hidup

Gaya hidup merupakan suatu konsep yang paling umum dalam memahami perilaku konsumen. Gaya hidup merupakan suatu pola rutinitas kehidupan dan aktivitas seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang. Gaya hidup menggambarkan aktivitas seseorang, ketertarikan dan pendapatan seseorang terhadap suatu hal.

2.2. Variabel Bebas

2.2.1 Definisi Konformitas

Kiesler & Kiesler (dalam Sarwono, 2005) menjelaskan konformitas sebagai suatu perubahan perilaku atau keyakinan karena adanya tekanan dari kelompok, baik yang sungguh-sungguh ada maupun yang dibayangkan saja. Maksudnya Konformitas terjadi akibat adanya tekanan dari kelompok yang mengakibatkan individu merubah perilaku terhadap kelompoknya. Tekanan yang sungguh-sungguh ada berarti memang terdapat tekanan bagi individu yang di sadari oleh individu tersebut. tekanan yang dibayangkan saja berarti melibatkan pemikiran individu terhadap lingkungan sehingga individu memikirkan cara supaya bertindak sesuai dengan kondisi sosialnya.

Lain halnya dengan pendapat sebelumnya, Myers (1993), menyatakan bahwa "Conformity is a change in behavior or belief as a result of real or imagined group pressure." Konformitas adalah perubahan kepercayaan dan perilaku karena tekanan sosial yang nyata atau yang dibayangkan. Individu terpaksa mengikuti kemauan sosial karena apabila menentang individu menganggap akan adanya penolakan sebagai konsekuensi. Oleh karena itu individu lebih memilih mengikuti kemauan sosial dan mengesampingkan pendapat pribadinya namun bukan berarti individu setuju dengan pendapat sosial tersebut.

Sedikit berbeda dengan pendapat sebelumnya, Salkind (2002) menjelaskan "Conformity is a change in beliefs or behaviors when youth yield to real or imagined social pressure". Konformitas adalah perubahan kepercayaan atau perilaku karena mengalah pada tekanan sosial yang nyata atau yang dibayangkan. Individu memilih mengikuti tekanan sosial demi mendapatkan penerimaan diri individu dalam kelompoknya.

Inti dari ketiga teori di atas adalah konformitas berarti perubahan kepercayaan atau perilaku dalam lingkungan sosialnya akibat adanya tekanan sosial yang nyata atau yang dibayangkan. Hal ini dikarenakan individu takut menerima konsekuensi berupa penolakan terhadap kelompok sosial tersebut.

Feldman (1985) menjelaskan konformitas “refer to changes in behavior as a result of implicit group pressure, which may be real or imagined. It often involves private acceptance of the group’s position, although this is not always the chance.” Konformitas berarti mengubah perilaku sebagai hasil dari adanya tekanan dalam kelompok baik hal itu nyata atau dibayangkan saja. Hal ini biasanya melibatkan penerimaan diri dalam posisi kelompok. Maksudnya individu merubah perilaku karena adanya tekanan sosial dan secara pribadi menerima segala pandangan dari kelompok sosialnya walaupun tidak semua individu menerima begitu saja tekanan sosial tersebut

Berbeda dengan pendapat sebelumnya, Baron & Byrne (2005) menjelaskan konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada. Konformitas adalah keadaan individu mengubah sikap dan tingkah laku karena adanya keinginan untuk menyesuaikan dengan norma kelompok yang ada. Penerimaan terhadap kelompok sangat penting bagi individu. Maka dari itu, individu berusaha untuk sesuai dengan norma sosial yang ditentukan.

Inti dari dua teori di atas adalah bahwa konformitas adalah perubahan sikap dan tingkah laku sebagai bentuk mendapat penerimaan dari kelompok sosial sehingga individu berusaha bertindak sesuai dengan norma sosial dan menerima pendapat sosial tersebut namun tidak semua individu seperti itu.

Strickland (2002) menjelaskan juga “adaptation of one’s behavior or beliefs to match those of the other members of a group”. Konformitas digambarkan sebagai suatu adaptasi perilaku yang muncul sebagai respon pada tekanan kelompok yang ada. Konformitas berarti menyesuaikan perilaku atau kepercayaan supaya sama dengan individu lain. Terkadang individu hanya menerima saja pendapat orang lain supaya sama walau tidak semua individu seperti itu.

Berbeda dengan pendapat sebelumnya, Prayitno (2009) menjelaskan konformitas merupakan pengaruh sosial dalam bentuk

penyamaan pendapat atau pola bertingkah laku seseorang terhadap orang lain yang mempengaruhinya. Maksudnya konformitas berarti suatu pengaruh sosial dimana individu menyamakan dan merubah tingkah laku dalam kelompok akibat adanya pengaruh dari orang lain.

Inti penjelasan dari kedua teori mengenai konformitas adalah pengaruh sosial yang ditandai perubahan perilaku dan kepercayaan dalam menyamakan pendapat akibat adanya pengaruh dari orang lain. Individu cenderung berperilaku sesuai dengan yang dikatakan atau yang diyakini sebagai bentuk suatu norma yang diterima dalam masyarakat.

Kesimpulan dari teori-teori di atas berarti konformitas adalah perubahan sikap, kepercayaan dan tindakan supaya sesuai dengan norma sosial yang ditandai dengan adanya usaha menyamakan pendapat akibat pengaruh orang lain. Selanjutnya teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori dari Myers, yang menyatakan konformitas adalah "Conformity is a change in behavior or belief as a result of real or imagined group pressure." Konformitas adalah perubahan kepercayaan dan perilaku karena tekanan sosial yang nyata atau yang dibayangkan. Teori tersebut digunakan karena teori ini cukup simpel dan mencakup seluruh pengertian dari konformitas.

2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konformitas

Menurut Myers (1993) konformitas terjadi karena faktor-faktor berikut.

1. Ukuran Kelompok

Besarnya suatu kelompok mempengaruhi kemungkinan individu untuk mengalami konformitas. Semakin banyak orang dalam kelompok, maka semakin besar pengaruhnya terhadap individu.

2. Keseragaman Kelompok

Seseorang yang berhadapan dengan mayoritas yang kompak akan cenderung untuk ikut menyesuaikan diri dengan mayoritas tersebut. Namun, jika kelompok tersebut tidak kompak, maka ada penurunan konformitas. Sulit bagi individu yang minoritas untuk berdiri sendiri

melawan kelompok. Akan lebih mudah mengajukan pendapat untuk sesuatu jika individu dapat menemukan orang lain yang ikut mengajukan pendapat.

3. *Komitmen dalam Kelompok/Kohesivitas*

Semakin besar ikatan dalam suatu kelompok, maka semakin besar pengaruh kelompok tersebut pada individu. Kohesif sendiri berarti suatu perasaan individu dalam kelompok dimana mereka merasa ada ketertarikan bersama dalam kelompok tersebut. Semakin erat hubungan dalam sebuah kelompok, semakin kuat pula kelekatan terhadap anggotanya. Ketidaksetujuan dengan orang yang berpengaruh akan mengganggu individu. Hal ini dikarenakan individu tidak ingin ditolak oleh orang yang di sukai, sehingga membiarkan orang tersebut mempengaruhi individu.

4. *Status*

Individu yang memiliki status yang besar cenderung untuk memiliki dampak yang besar bagi individu untuk melakukan konformitas.

5. *Respon Publik*

Individu akan cenderung lebih konform ketika mereka harus merespon saat ada kehadiran orang lain daripada saat privasi. Dengan kata lain, akan lebih mudah untuk menyampaikan apa yang kita pikirkan dalam selembar kertas atau menyampaikan pendapat saat tidak ada orang lain disekeliling daripada menyampaikan dalam kelompok yang berbeda pendapat.

6. *Tanpa Perencanaan Komitmen*

Ketika individu telah berkomitmen, individu tersebut jarang untuk menyerah pada tekanan sosial. Individu yang telah berkomitmen sebelum mendengar orang lain akan lebih sulit untuk terpengaruh (Kiesler, 1971). Individu yang belum mempersiapkan suatu komitmen akan cenderung lebih mudah melakukan konform terhadap kelompoknya.

2.2.3 Tipe-Tipe Konformitas

Myers (1993) mengategorikan konformitas menjadi dua bentuk yaitu: Compliance, dan Acceptance. Compliance merupakan bentuk konformitas yang dilakukan individu dengan cara berpura-pura mengikuti kelompok supaya sesuai dengan tekanan sosial di depan publik, namun secara diam-diam tidak mengubah pendapat pribadi. Sedangkan Acceptance merupakan bentuk konformitas yang dilakukan individu dengan cara menyamakan dan melibatkan perilaku dan kepercayaan di depan publik supaya sesuai dengan tekanan sosial.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa compliance adalah konformitas yang dilakukan individu dengan cara mengubah perilaku dalam tekanan sosial, namun masih mempertahankan keyakinan pribadi. Sedangkan Acceptance adalah konformitas yang dilakukan individu secara sukarela untuk mengikuti dan menyesuaikan diri dengan tekanan sosial.

2.2.4 Dasar-Dasar yang Mempengaruhi Konformitas

Deutsch dan Gerard (Dalam Myers, 1993) menyebutkan dua kemungkinan alasan individu menjadi konform. Dasar-dasar yang menyebabkannya adalah:

1. Pengaruh Sosial Normatif

merupakan “keikutsertaan dalam keramaian” untuk menghindari penolakan, untuk tetap dihormati orang lain, atau untuk diterima oleh orang lain. Kelompok cenderung untuk menolak mereka yang secara terus menerus melanggar aturan mereka (Schachter, 1951; Miller & Anderson, 1979). Baron & Byrne (1993) menjelaskan bahwa dengan mengetahui hal tersebut akan mendapatkan penerimaan dari orang lain yang sangat kita inginkan. Alasan individu konform karena setuju dengan orang di sekeliling dan berperilaku seperti yang mereka mau akan membuat mereka menyukai individu tersebut. Sama dengan penuturan ahli sebelumnya, Feldman (1985) menyatakan bahwa pengaruh sosial

normatif timbul sebagai upaya untuk memenuhi harapan kelompok. Alasan individu konform adalah karena pengalaman telah menjadikan individu untuk percaya bahwa pelanggar norma kelompok dihukum oleh anggota lain dari kelompok. Dengan demikian, seseorang mungkin nampak setuju dengan keputusan mayoritas untuk menghindari kemarahan orang lain.

2. Pengaruh Sosial Informasional

Pengaruh sosial informasional adalah konformitas yang terjadi akibat dari menerima petunjuk mengenai kenyataan oleh orang lain. Baron & byrne (1993) menjelaskan pula bahwa pengaruh sosial informasional terjadi karena manusia memiliki keinginan untuk menjadi benar pada segala sesuatu yang melibatkan dunia sekitar. Maka dari itu, untuk mendapat informasi individu harus bergantung pada orang lain dengan cara menyalai opini dan perilaku mereka. Feldman (1985) menjelaskan bahwa individu bergantung pada persepsi orang lain, pengalaman, dan pengetahuan orang lain sebagai sumber kesempatan bagi kelompok untuk mempengaruhi individu melalui pengaruh sosial informasional.

Berdasarkan penjabaran diatas, dapat disimpulkan bahwa pengaruh sosial normatif berdasarkan pada keinginan individu untuk memenuhi ekspektasi orang lain yang bertujuan untuk mendapatkan penerimaan oleh orang lain. Pengaruh sosial informasional adalah hasil dari penerimaan yang diberikan orang lain.

3.2 Remaja

3.2.1 Definisi Remaja

Santrock (2005), mengemukakan remaja adalah sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif dan sosial-emosional. Remaja adalah masa perpindahan dari masa anak ke masa dewasa yang ditandai dengan adanya perubahan secara biologis, kognitif dan sosial-emosional.

Sedikit berbeda dengan pendapat sebelumnya, World Health Organization (dalam Sarwono, 1996) menjelaskan remaja sebagai suatu

masa di mana individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual, Individu mengalami perkembangan psikologik dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa dan terjadi peralihan dari ketergantungan sosial-ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri. Berarti Remaja adalah suatu tahap perkembangan individu yang ditandai dengan adanya perkembangan seksual sekunder, psikologis, dan sosial ekonomi.

Dari kedua teori di atas remaja memiliki artian suatu masa transisi dari masa anak-anak menuju masa dewasa yang ditandai adanya perubahan fisik dan psikis.

Salkind (2006) menjelaskan remaja adalah periode transisi pertumbuhan, perkembangan dan kematangan yang dimulai pada akhir masa anak-anak. Remaja adalah masa transisi pertumbuhan setelah masa anak-anak berakhir.

Sedikit berbeda dengan pendapat sebelumnya, Gunarsa (1980) mengemukakan bahwa masa remaja merupakan masa yang meliputi perkembangan, pertumbuhan dan permasalahan yang jelas atau yang sifatnya berciri khas, berbeda dengan masa sebelumnya maupun masa sesudahnya. Remaja adalah masa dimana terdapat perubahan dengan bermacam ciri khas yang berbeda dengan masa anak-anak dan masa dewasa.

Teori-teori di atas dapat diartikan bahwa masa remaja adalah masa setelah berakhirnya masa anak-anak dan beralih menuju masa dewasa yang ditandai dengan berbagai macam perubahan dengan ciri khas yang berbeda dari masa sebelumnya dan setelahnya.

Piaget (dalam Hurlock, 1991) mengatakan remaja adalah usia di mana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia di mana anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkatan yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak. Remaja adalah usia dimana individu sudah dinilai sebagai bagian dari masyarakat yang berarti individu diharapkan sudah

mandiri dan dapat melakukan apa yang menurutnya sesuai dan dapat berusaha mencari apa yang diinginkan dalam masyarakat.

Berbeda dengan pendapat sebelumnya, Hall (Dalam Panuju, 1999) berpendapat bahwa remaja adalah masa "stress and strain" (masa kegoncangan dan kebimbangan) yang mengakibatkan para pemuda-pemudi melakukan penolakan-penolakan pada kebiasaan di rumah, sekolah dan mengasingkan diri dari kehidupan umum, membentuk kelompok hanya untuk "gangnya". Remaja adalah masa yang penuh dengan kebingungan akibat dari pencarian jati diri sehingga individu cenderung mencari informasi didalam lingkungan masyarakat.

Dari kedua teori di atas, remaja adalah masa di mana individu sudah dianggap mandiri. Namun karena belum mengerti bagaimana bertindak sebagai seorang yang dewasa mengakibatkan kebingungan bagi dirinya. Oleh karena itu, mereka cenderung membuat kelompok sebagai penilai bagi sikap dan tindakannya.

Berdasarkan teori-teori yang dijabarkan di atas dapat disimpulkan bahwa masa remaja adalah masa transisi dari masa anak-anak menuju masa dewasa dengan adanya perubahan fisik dan psikis. Selain itu individu sudah dapat dinilai sebagai bagian dari masyarakat karena interaksi remaja sebagian dilakukan diluar rumah sebagai bagian dari mencari informasi tentang jati dirinya. Selanjutnya teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori dari Santrock, yang menyatakan remaja adalah sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif dan sosial-emosional. Teori ini digunakan karena dinilai sudah mencakup semua karena perubahan biologis, kognitif dan sosial-emosional mencakup penjelasan mengenai perubahan dalam tubuh, cara pikir dan interaksinya dengan lingkungan masyarakat.

3.2.2 Rentang Usia Remaja

Hurlock (1994) menuliskan bahwa remaja dimulai pada usia kira-kira dari 13-16 atau 17 tahun dan berakhir pada 16-17 atau 18 tahun.

Berbeda dengan pendapat sebelumnya, Gunarsa (2008) menetapkan bahwa usia antara 12-22 tahun adalah masa remaja. Sedangkan Priyatno (dalam Panuju, 1999) Menyebutkan rentangan usia 13-21 tahun sebagai masa remaja.

Sedangkan menurut WHO (dalam sarwono, 1994) menetapkan batas usia 10-20 tahun sebagai batasan usia remaja yang berdasarkan pada usia kesuburan (fertilitas) wanita. Walaupun begitu, batasan tersebut juga berlaku untuk pria dan WHO membagi kurun usia tersebut dalam 2 bagian yaitu remaja awal 10-14 tahun dan remaja akhir 15-20 tahun.

Berdasarkan pendapat di atas bisa disimpulkan bahwa rentangan usia remaja berada dalam usia 12 tahun sampai 21 tahun bagi wanita, dan 13 tahun sampai 22 tahun bagi pria. Namun dapat dirunutkan menjadi remaja awal, tengah dan akhir. Teori yang diambil adalah teori milik Gunarsa yang mengatakan bahwa usia antara 12-22 tahun adalah masa remaja. Hal ini karena pada pertumbuhan remaja terdapat perdebatan yang berbeda-beda dalam menentukan usia remaja. Apabila dilihat dari teori di atas, pendapat antara awal masa remaja antara 12-13 tahun dan masa akhir antara 21-22. Apabila dirunutkan dari teori ini, usia awal dimulai pada usia 12 tahun, tengah pada usia 14 atau 15 tahun dan akhir pada 21 tahun. oleh karena itu, teori Gunarsa dinilai sebagai batasan dari awal mula remaja sampai akhir masa remaja.

3.2.3 Tugas-Tugas Perkembangan Remaja

Robert Y. Havighurst (Dalam Panuju, 1999) menyebutkan adanya sepuluh tugas perkembangan remaja yaitu:

1. Mencapai hubungan sosial yang matang dengan teman-teman sebayanya, baik dengan teman-teman sejenis maupun dengan jenis kelamin lain. Mereka dapat bekerjasama dengan orang lain dengan tujuan-tujuan bersama, dapat menahan dan mengendalikan perasaan-perasaan pribadi, dan belajar memimpin orang lain dengan atau tanpa dominansi.

2. *Dapat menjalankan peranan-peranan sosial menurut jenis kelamin masing-masing, artinya mempelajari dan menerima peranan masing-masing sesuai dengan ketentuan-ketentuan/norma-norma masyarakat.*
3. *Menerima kenyataan (realitas) jasmaniah serta menggunakannya seefektif-efektifnya dengan perasaan puas.*
4. *Mencapai kebebasan emosional dari orang tua atau orang dewasa lainnya. Ia tidak kekanak-kanakan lagi, yang selalu terikat pada orang tuanya. Ia membebaskan dirinya dari ketergantungan terhadap orang tua atau orang lain.*
5. *Mencapai kebebasan ekonomi. Ia merasa sanggup untuk hidup berdasarkan usaha sendiri. Ini terutama sangat penting bagi laki-laki. Akan tetapi dewasa ini bagi kaum wanita pun tugas ini berangsur-angsur menjadi tambah penting.*
6. *Memilih dan mempersiapkan diri untuk pekerjaan atau jabatan artinya belajar memilih satu jenis pekerjaan sesuai dengan bakat dan mempersiapkan diri untuk pekerjaan tersebut.*
7. *Mempersiapkan diri untuk melakukan perkawinan dan hidup berumah tangga. Mengembangkan sikap yang positif terhadap kehidupan keluarga dan memiliki anak. Bagi wanita hal ini harus dilengkapi dengan pengetahuan dan keterampilan bagaimana mengurus rumah tangga (home management) dan mendidik anak.*
8. *Mengembangkan kecakapan intekejtual serta konsep-konsep yang diperlukan untuk kepentingan hidup bermasyarakat, maksudnya ialah, bahwa untuk menjadi warganegara yang baik perlu memiliki pengetahuan tentang hukum, pemerintah, ekonomi, politik, geografi, tentang hakikat manusia dan lembaga-lembaga kemasyarakatan.*
9. *Memperlihatkan tingkah laku yang secara sosial dapat dipertanggungjawabkan. Artinya, ikut serta dalam kegiatan-kegiatan sosial sebagai orang dewasa yang bertanggung jawab, menghormati serta mentaati nilai-nilai sosial yang berlaku dalam lingkungannya, baik regional maupun nasional.*

10. *Memperoleh sejumlah norma-norma sebagai pedoman dalam tindakan-tindakannya dan sebagai pandangan hidup. Norma-norma tersebut secara sadar dikembangkan dan direalisasikan dalam menetapkan kedudukan manusia dalam hubungannya dengan sang pencipta, alam semesta dan hubungannya dengan manusia-manusia lain; membentuk suatu gambaran dunia dan memelihara harmoni antara nilai-nilai pribadi yang lain.*

3.2.4 Karakteristik Remaja

Menurut Hurlock (1991) pada masa remaja mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakan dengan periode sebelum dan sesudahnya, yaitu:

1. Masa remaja sebagai periode yang penting

Kendatipun semua periode dalam rentang kehidupan adalah penting. Pada periode remaja, baik akibat langsung maupun akibat jangka panjang tetap penting. Ada periode yang penting karena akibat fisik dan ada lagi karena akibat psikologis. Pada periode remaja kedua-duanya sama-sama penting. Perkembangan fisik yang cepat dan penting disertai dengan cepatnya perkembangan mental yang cepat, terutama pada awal masa remaja. Semua perkembangan itu menimbulkan perlunya penyesuaian mental dan perlunya membentuk sikap, nilai, dan nilai baru.

2. Masa remaja sebagai periode peralihan

Peralihan tidak berarti terputus dengan atau berubah dari apa yang telah terjadi sebelumnya, melainkan lebih-lebih sebuah peralihan dari satu tahap perkembangan ke tahap berikutnya. Bila anak-anak beralih dari masa kanak-kanak ke masa dewasa, anak-anak harus meninggalkan segala sesuatu yang bersifat kanak-kanak. Namun perlu disadari bahwa apa yang telah terjadi akan meninggalkan bekasnya dan akan mempengaruhi pola perilaku dan sikap yang baru. Seperti dijelaskan oleh Osterrieth, “ Struktur psikis anak remaja berasal dari masa kanak-kanak, dan banyak ciri yang umumnya dianggap sebagai ciri khas masa remaja sudah ada pada akhir masa kanak-kanak. Perubahan fisik yang terjadi

selama tahun awal masa remaja mempengaruhi tingkat perilaku individu dan mengakibatkan diadakannya penilaian kembali penyesuaian nilai-nilai yang telah bergeser.

3. Masa remaja sebagai periode perubahan

Tingkat perubahan dalam sikap dan perilaku selama masa remaja sejajar dengan tingkat perubahan fisik. Selama awal masa remaja, ketika perubahan fisik terjadi dengan pesat, perubahan perilaku dan sikap juga berlangsung pesat. Kalau perubahan fisik menurun maka perubahan sikap dan perilaku menurun juga. Ada lima perubahan yang sama yang hampir bersifat universal. Pertama, meningginya emosi, yang intensitasnya bergantung pada tingkat perubahan fisik dan psikologis yang terjadi. Kedua, perubahan tubuh, minat dan peran yang diharapkan oleh kelompok sosial untuk dipesankan, menimbulkan masalah baru. Ketiga, dengan berubahnya minat dan pola perilaku, maka nilai-nilai juga berubah. Remaja lebih mengerti bahwa kualitas lebih penting daripada kuantitas. Keempat, sebagian besar remaja bersikap ambivalen terhadap setiap perubahan.

4. Masa remaja sebagai usia bermasalah

Setiap periode mempunyai masalahnya sendiri-sendiri, namun masalah masa remaja sering menjadi masalah yang sulit diatasi baik oleh anak laki-laki maupun anak perempuan. Terdapat dua alasan, bagi kesulitan itu. Pertama, sepanjang masa anak-anak, masalah anak-anak sebagian diselesaikan oleh orang tua dan guru-guru, sehingga kebanyakan remaja tidak berpengalaman dalam mengatasi masalah. Kedua, karena pada remaja merasa diri mandiri, sehingga mereka ingin mengatasi masalahnya sendiri, menolak bantuan orang tua dan guru-guru.

5. Masa remaja sebagai masa mencari identitas

Sepanjang usia geng pada akhir masa anak-anak, penyesuaian diri dengan standar kelompok adalah jauh lebih penting bagi anak yang lebih besar daripada individualitas. Seperti telah ditunjukkan, dalam hal pakaian, berbicara dan perilaku anak yang lebih besar ingin lebih cepat seperti

teman-teman gengnya. Tiap penyimpangan dari standar kelompok dapat mengancam keanggotaannya dalam kelompok.

6. Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan

Seperti dalam anggapan stereotip budaya bahwa remaja adalah anak-anak yang tidak rapih, yang tidak dapat dipercaya dan cenderung merusak dan berperilaku merusak, menyebabkan orang dewasa yang harus membimbing dan mengawasi kehidupan remaja muda takut bertanggung jawab dan bersikap tidak simpatik terhadap perilaku remaja yang normal.

7. Masa remaja sebagai masa yang tidak realistik

Remaja cenderung memandang kehidupan melalui kaca berwarna merah jambu. Ia melihat dirinya sendiri dan orang lain sebagaimana yang ia inginkan dan bukan sebagaimana adanya, terlebih dalam hal cita-cita. Cita-cita yang tidak realistik ini, tidak hanya bagi dirinya sendiri tetapi juga bagi keluarga dan teman-temannya, menyebabkan meningginya emosi yang merupakan ciri dari awal masa remaja. Semakin tidak realistik cita-citanya semakin ia menjadi marah. Remaja akan sakit hati dan kecewa apabila orang lain mengecewakannya atau kalau ia tidak berhasil mencapai tujuan yang ditetapkannya sendiri.

8. Masa remaja sebagai ambang masa dewasa

Dengan semakin mendekatnya usia kematangan yang sah, para remaja menjadi gelisah untuk meninggalkan stereotip belasan tahun dan untuk memberikan kesan bahwa mereka sudah hampir dewasa. Berpakaian dan bertindak seperti orang dewasa ternyata belumlah cukup. Oleh karena itu, remaja memusatkan diri pada perilaku yang dihubungkan dengan status dewasa, seperti merokok, minum-minuman keras, menggunakan obat-obatan dan terlibat dalam perbuatan seks.

3.2.5 Perubahan Sosial Remaja

Hurlock (1991) berpendapat bahwa, salah satu tugas perkembangan masa remaja yang tersulit adalah yang berhubungan dengan penyesuaian sosial. Oleh karena itu untuk mencapai tujuan dari

pola sosialisasi dewasa, remaja harus membuat banyak penyesuaian baru. Berikut ini adalah yang terpenting dan tersulit dalam penyesuaian diri remaja, yaitu:

1. Kuatnya pengaruh kelompok sebaya

Karena remaja lebih banyak berada di luar rumah bersama dengan teman-teman sebaya sebagai kelompok, maka dapatlah dimengerti bahwa pengaruh teman-teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat, penampilan, dan perilaku lebih besar daripada pengaruh keluarga.

2. Perubahan dalam perilaku sosial

Dalam waktu yang singkat remaja mengadakan perubahan radikal, yaitu dari tidak menyukai lawan jenis sebagai teman menjadi menyukai daripada teman sejenis. Meluasnya kesempatan untuk melibatkan diri dalam pelbagai kegiatan sosial mengakibatkan wawasan sosial semakin membaik pada masa remaja. Sekarang remaja dapat menilai teman-temannya dengan lebih baik, sehingga penyesuaian diri dalam situasi sosial bertambah baik dan pertengkaran berkurang. Semakin banyak partisipasi sosial, semakin besar kompetensi sosial remaja. Dengan demikian remaja memiliki kepercayaan diri yang diungkapkan melalui sikap yang tenang dan seimbang dalam situasi sosial.

3. Pengelompokan sosial baru

Geng pada masa kanak-kanak berangsur-angsur bubar pada masa puber dan awal masa remaja ketika minat individu beralih dari kegiatan bermain yang melelahkan menjadi minat pada kegiatan sosial yang lebih formal dan kurang melelahkan, maka terjadi pengelompokan sosial baru. Pengelompokan sosial remaja di bagi menjadi Lima. Pertama adalah Teman dekat, remaja biasanya mempunyai dua atau tiga orang teman dekat atau sahabat karib. Mereka adalah sesama seks yang mempunyai minat dan kemampuan yang sama. Kedua adalah Kelompok kecil, kelompok ini biasanya terdiri dari kelompok teman-teman dekat. Ketiga adalah Kelompok besar, kelompok besar, yang terdiri dari beberapa kelompok kecil dan kelompok teman dekat, berkembang dengan meningkatnya minat akan pesta dan berkencan. Keempat adalah

Kelompok yang terorganisasi, kelompok pemuda yang dibina oleh orang dewasa dibentuk oleh sekolah dan organisasi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sosial para remaja yang tidak mempunyai klik atau kelompok besar, dan yang kelima adalah Kelompok geng, anggota geng biasanya terdiri dari anak-anak sejenis dan minat utama mereka adalah untuk menghadapi penolakan teman-teman melalui perilaku antisosial.

4. Nilai baru dalam memilih teman

Para remaja tidak lagi memilih-milih teman berdasarkan kemudahannya sebagaimana pada masa kanak-kanak. Remaja menginginkan teman yang mempunyai minat dan nilai yang sama, yang dapat mengerti dan membuatnya merasa aman, dan yang kepadanya ia dapat mempercayakan masalah-masalah dan membahas hal-hal yang tidak dapat dibicarakan dengan orang tua maupun guru.

5. Nilai baru dalam penerimaan sosial

Seperti halnya para remaja mempunyai nilai baru dalam menerima mengenai teman-temannya atau tidak menerima anggota-anggota berbagai kelompok sebaya atau geng. Nilai ini terutama didasarkan pada nilai kelompok sebaya yang digunakan untuk menilai anggota-anggota kelompok. Remaja mengerti bahwa ia dinilai dengan standar yang sama dengan yang digunakan untuk menilai orang lain.

6. Nilai baru dalam memilih pemimpin

Karena remaja merasa bahwa pemimpin kelompok sebaya mewakili mereka dalam masyarakat, mereka menginginkan pemimpin yang berkemampuan tinggi yang akan dikagumi dan dihormati oleh orang-orang lain dan dengan demikian akan menguntungkan mereka.

3.2.6 Minat Remaja

Menurut Hurlock (1991), semua remaja muda sedikit banyak memiliki minat dan ia juga memiliki minat-minat khusus tertentu yang terdiri dari beberapa kategori, seperti:

1. Minat rekreasi

Pada masa remaja, remaja cenderung menghentikan aktivitas rekreasi yang menuntut banyak pengorbanan tenaga dan pada awal masa remaja, aktivitas permainan dari tahun-tahun sebelumnya beralih dan diganti dengan bentuk rekreasi yang baru dan lebih matang.

2. Minat sosial

Minat yang bersifat sosial bergantung pada kesempatan yang diperoleh remaja untuk mengembangkan minat tersebut dan pada kepopulerannya dalam kelompok.

3. Minat-minat pribadi

Minat pada diri sendiri merupakan minat terkuat dalam diri remaja dan juga "simbol status" yang mengangkat wibawa remaja di antara teman-teman sebaya dan memperbesar kesempatan untuk memperoleh dukungan sosial yang lebih besar. Berikut macam-macam minat pribadi, yaitu:

4. Minat pada penampilan diri

Minat pada penampilan diri tidak hanya mencakup pakaian tetapi juga mencakup perhiasan pribadi, kerapihan, daya tarik, dan bentuk tubuh yang sesuai dengan seksnya.

5. Minat pada pakaian

karena penyesuaian diri pribadi dan penyesuaian sosial sangat dipengaruhi oleh sikap teman-teman sebaya terhadap pakaian, maka sebagian besar remaja berusaha keras untuk menyesuaikan diri dengan apa yang dikehendaki kelompok dalam hal berpakaian.

6. Minat pada prestasi

Prestasi yang baik dapat memberikan kepuasan pribadi dan ketenaran. Inilah sebabnya mengapa prestasi, baik dalam olah raga, tugas-tugas sekolah maupun pelbagai kegiatan sosial, menjadi minat yang kuat sepanjang masa remaja.

7. Minat pada kemandirian

Keinginan yang kuat untuk mandiri berkembang pada awal masa remaja dan mencapai puncaknya menjelang periode ini berakhir.

8. *Minat pada uang*

semua remaja lambat atau cepat akan menemukan bahwa uang adalah kunci kebebasan dan juga minat ini berkisar pada bagaimana caranya mendapatkan uang sebanyak mungkin, tanpa memperdulikan jenis pekerjaan yang dilakukan.

9. *Minat pendidikan*

Besarnya minat remaja terhadap pendidikan sangat dipengaruhi oleh minat mereka pada pekerjaan. Kalau remaja mengharapkan pekerjaan yang menuntut pendidikan tinggi maka pendidikan dianggap sebagai batu loncatan. Ada tiga macam remaja yang tidak berminat pada pendidikan dan biasanya membenci sekolah. Pertama, remaja yang orang tuanya memiliki cita-cita tinggi yang tidak realistic terhadap prestasi akademik. Kedua, remaja yang kurang diterima oleh teman-teman sekelas. Ketiga, remaja yang matang lebih awal yang merasa fisiknya jauh lebih besar dibandingkan teman-teman sekelasnya.

10. *Minat pada pekerjaan*

Anak sekolah menengah keatas mulai memikirkan masa depan mereka secara bersungguh-sungguh dan kemudian akhir masa remaja mereka, minat pada karier seringkali menjadi sumber pikiran. Remaja yang lebih tua mulai menyadari betapa besar dan tingginya biaya hidup. Oleh karena itu, remaja berusaha mendekati masalah karier dengan sikap yang lebih praktis dan lebih realistik dibandingkan dengan ketika ia masih muda.

11. *Minat pada agama*

Bertentangan dengan pandangan populer, remaja masa kini menaruh minat pada agama dan menganggap bahwa agama berperan penting dalam kehidupan.

12. *Minat pada simbol status*

Simbol status merupakan simbol prestise yang menunjukkan bahwa orang yang memilikinya lebih tinggi atau memppunyai status yang lebih tinggi dalam kelompok.

3.2.7 Perubahan-perubahan Pada Masa Remaja

Menurut Hurlock (1991), ada beberapa perubahan yang terjadi ketika seseorang memasuki masa remaja yaitu:

1. Perubahan fisik

Perubahan fisik selama masa remaja masih belum sepenuhnya sempurna. Perubahan fisik mencakup dua hal, yaitu perubahan eksternal (tinggi, berat, proporsi tubuh, organ seks dan ciri-ciri seks sekunder) dan perubahan internal (sistem pencernaan, sistem peredaran darah, sistem pernapasan, sistem endokrin dan jaringan tubuh). Hanya sedikit remaja yang mengalami kateksis tubuh atau merasa puas dengan tubuhnya dan kegagalan mengalami kateksis tubuh menjadi salah satu penyebab timbulnya konsep diri yang kurang baik dan kurangnya harga diri selama masa remaja.

2. Perubahan emosi

Masa remaja dianggap sebagai periode badai dan tekanan, dimana ketegangan emosi meninggi sebagai akibat dari perubahan fisik dan kelenjar. Adapun meningginya emosi terutama karena anak laki-laki dan perempuan berada di bawah tekanan sosial dan menghadapi kondisi baru dan untuk mencapai kematangan emosi, remaja harus menilai situasi secara kritis terlebih dahulu sebelum bereaksi secara emosional.

3. Perubahan sosial

Salah satu tugas perkembangan masa remaja yang tersulit yang berhubungan dengan penyesuaian sosial. Remaja harus menyesuaikan diri dengan lawan jenis dalam hubungan yang sebelumnya belum pernah ada dan harus menyesuaikan dengan orang dewasa di luar lingkungan keluarga dan sekolah.

4. Perubahan moral

Salah satu tugas perkembangan penting yang harus dikuasai remaja adalah mempelajari apa yang diharapkan kelompok dan mau membentuk perilakunya agar sesuai dengan harapan sosial tanpa terus dibimbing. Remaja diharapkan mengganti konsep-konsep moral yang berlaku khusus dimasa kanak-kanak dengan prinsip moral yang berlaku

umum dan merumuskannya ke dalam kode moral yang akan berfungsi sebagai pedoman bagi perilakunya.

5. Perubahan kepribadian

Banyak remaja menggunakan standar kelompok sebagai dasar konsep mengenai kepribadian "ideal" terhadap mana mereka menilai kepribadian mereka sendiri. Banyak kondisi dalam kehidupan remaja yang turut membentuk pola kepribadian melalui pengaruhnya pada konsep diri, beberapa diantaranya merupakan akibat dari perubahan fisik, psikologis yang terjadi selama masa remaja. Kondisi-kondisi yang mempengaruhi konsep diri remaja, yaitu usia kematangan, penampilan diri, kepatutan seks, nama dan julukan, hubungan keluarga, teman-teman sebaya, kreativitas dan cita-cita.

4.1 Hubungan antara Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja Hijab

Remaja adalah masa transisi dari masa anak-anak menuju masa dewasa dengan adanya perubahan fisik dan psikis. Selain itu individu sudah dapat dinilai sebagai bagian dari masyarakat karena interaksi remaja sebagian dilakukan di luar rumah sebagai bagian dari mencari informasi tentang jati dirinya. Remaja mendapat pengaruh yang lebih besar dalam kelompok pertemanan daripada keluarga, sehingga keinginan untuk dapat diterima dalam kelompok pertemanan menjadi hal yang paling dicari pada masa remaja. Perubahan sosial-emosional remaja mengalami hubungan yang semakin luas dengan teman-temannya, terutama para remaja mulai memperhatikan keadaan tubuhnya, sehingga mereka berusaha berpenampilan sebaik mungkin agar terlihat menarik dan berusaha menyesuaikan diri dengan teman sebaya dan orang di luar lingkungan keluarga.

Pengaruh teman-teman sebaya dalam hal penampilan, sikap, minat dan sebagainya lebih besar dibandingkan dengan keluarga. Misalnya, sebagian besar remaja mengetahui bahwa bila mereka

memakai model pakaian yang sama dengan pakaian temannya yang populer, maka kesempatan untuk diterima oleh kelompok menjadi semakin besar. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang secara tidak tuntas atau terus menerus dan lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan serta perilaku tersebut biasanya bersifat berlebihan karena atas dasar mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk jasa secara irasional yang sifatnya hanya untuk memenuhi hasrat semata.

Fenomena fashion hijab saat ini cenderung mengarah pada perilaku konsumtif yang ditandai dengan berkembangnya gaya hidup. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Hela (2013) menemukan bahwa Hijab kreasi baru tidak hanya berfungsi sebagai syarat memakai pakaian muslim tetapi merambah pada suatu gaya hidup berjilbab modern dan mengikuti trend yang sedang populer di masyarakat. Hal ini berarti hijab menjadi suatu koleksi yang mengakibatkan perburuan belanja yang cenderung berperilaku konsumtif. Tuntutan untuk mengikuti fashion, terpaan dari berbagai macam media, dan penerimaan dalam kelompok menjadi salah satu alasan individu untuk melakukan konformitas.

Konformitas merupakan perubahan sikap, kepercayaan dan tindakan akibat dari tekanan kelompok supaya sesuai dengan norma sosial yang ada. Hal ini ditandai dengan adanya usaha menyamakan pendapat akibat pengaruh orang lain walaupun tidak semua individu menerima begitu saja pendapat tersebut. Maraknya fenomena ini memunculkan timbulnya pertanyaan apakah individu mengenakan hijab sebagai simbol ketaatan dalam beragama atau karena faktor “ikut-ikutan” untuk mencari penerimaan dalam suatu kelompok.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sihotang (2009) menemukan bahwa terdapat keterkaitan yang signifikan antara konformitas dan tingkat pembelian impulsif pada remaja. Hal ini sesuai dengan indikator yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) yaitu salah satu penyebab individu melakukan perilaku yang konsumtif adalah konformitas. Hasil penelitian terkait selanjutnya yang dilakukan oleh

Pertiwi, dkk (2013) juga menemukan terdapat arah yang positif dan signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif. begitu pula dengan penelitian milik Soni (2012) yang menjelaskan terdapat pengaruh yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif.

Berdasar uraian di atas dapat dilihat adanya suatu keterkaitan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja hijab. Perilaku konsumtif merupakan bentuk khusus dari perilaku membeli yang dilakukan oleh remaja hijab dalam rangka mendapat posisi dalam kelompoknya. Seorang remaja yang memiliki kecenderungan konformitas yang tinggi pada kelompok sosialnya dapat mempengaruhi kecenderungan perilaku konsumtifnya sebagai bentuk ingin diterima dan diakui oleh kelompok teman-teman sebayanya atau lingkungan sosialnya sehingga remaja rela membeli barang yang tidak berbeda dengan kelompoknya tanpa memikirkan kegunaannya.

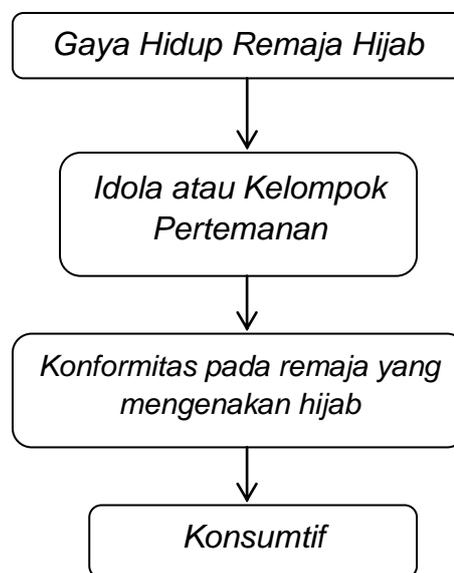
5.1 Kerangka Konseptual/Kerangka Pemikiran

Pesatnya kemajuan teknologi dan pemikiran manusia yang maju menyebabkan banyaknya kebutuhan yang dapat dipenuhi oleh manusia. Hal ini mengarahkan pada masyarakat yang memiliki hidup konsumeristik seperti menjamurnya shopping mall sebagai pusat perbelanjaan, gaya hidup dengan industri, berkembangnya teknologi yang berdampak pada gaya hidup masyarakat. Oleh karena itu seseorang dengan mudah mempunyai hasrat konsumtif pada dirinya, ditambah dengan menjamurnya tempat perbelanjaan terutama pada kota-kota besar yang memiliki banyak pusat perbelanjaan masyarakat dapat dengan mudah untuk mengkonsumsi suatu barang.

Pembelian barang yang dilakukan pun bukan atas dasar kebutuhan akan tetapi hanya keinginan semata. Seperti yang diungkapkan sumartono (2002), gaya hidup konsumtif merupakan suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas.

Perilaku konsumtif biasanya terjadi pada usia remaja, karena remaja pada umumnya mudah sekali terbuju rayuan iklan, meniru teman,

pengaruh konformitas, adanya rasa tidak realistis dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya dengan alasan hobi atau untuk kesenangan semata serta adanya keinginan untuk menunjukkan diri bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang tengah sedang beredar. Para remaja tersebut menganggap dengan mereka mengkonsumsi barang-barang secara berlebih mereka akan terlihat trendy dan tidak ketinggalan zaman.



Gambar 2.1 Tabel bagan kerangka berpikir konformitas dan perilaku konsumtif

6.1 Hipotesis

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan yaitu terdapat pengaruh antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja hijab

7.1 Hasil Penelitian yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Mahasiswa dari Universitas Diponegoro, Artdelia Sihotang pada tahun 2009. Penelitian ini berjudul “Hubungan antara Konformitas terhadap Kelompok Teman Sebaya dengan Pembelian Impulsif pada Remaja”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas kelompok teman sebaya dengan pembelian impulsif pada remaja.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Mahasiswa dari Universitas Diponegoro, Della Roselina Pertiwi, Frieda NRH, dan Endah Mujiasih pada tahun 2013 dengan judul “Hubungan antara Konformitas terhadap Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif dalam Membeli Pakaian di Online Shop pada Remaja SMA Kesatriaan 1 Semarang”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat arah hubungan positif yang signifikan antara konformitas terhadap teman sebaya dengan perilaku konsumtif dalam pembelian pakaian di Online Shop pada Remaja SMA Kesatriaan 1 Semarang.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Mahasiswa dari Universitas Negeri Semarang, Rofiul Mula Hela, Moh Yasir Alimi dan M.S. Mustofa pada tahun 2013. Penelitian ini berjudul “Pemakaian Jilbab Kreasi Baru di Kalangan Mahasiswi (Studi Kasus terhadap Mahasiswi Universitas Negeri Semarang)”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Mahasiswi mengartikan pemakaian jilbab saat ini bukan hanya suatu kewajiban dan menutup aurat tetapi juga sebagai mode yang sedang trend sehingga jilbab menjadi suatu koleksi dan mengakibatkan perburuan belanja yang menjurus perilaku konsumtif.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Mahasiswa dari Universitas Negeri Jakarta, Soni Rahmat Saputra pada tahun 2012. Penelitian ini berjudul “Pengaruh antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja di Jakarta”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif *expost facto*. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja SMA Diponegoro.