

HUBUNGAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA

Ika Wahyu Pratiwi
Rifa Erfi Yani

Fakultas Psikologi Universitas Borobudur Jakarta Timur

Ika.wahyu88@gmail.com

Konformitas adalah perubahan perilaku yang dilakukan oleh anggota kelompok dengan atau tanpa paksaan untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok. Menurut Baron and Byrne (2004) faktor – faktor yang mempengaruhi konformitas adalah kohesivitas dan ukuran kelompok, dan aspek – aspek konformitas terdiri dari aspek normatif dan informasional.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja dengan hipotesis ada hubungan yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja. Sampel penelitian ini berjumlah 82 remaja siswa SMA dan sederajat yang memiliki kelompok, dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan tujuan tertentu. Teknik analisis data yang dipakai adalah korelasi *product moment*.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari program SPSS terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja dengan perolehan nilai *sig.* sebesar 0,510 ($p > 0,05$), yang artinya tingkat konformitas para remaja tinggi. Dengan demikian diharapkan para remaja agar lebih berhati – hati dalam memilih teman dan kelompok teman agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif, dan bagi orang tua agar lebih memperhatikan anak – anak mereka dan kelompok teman mereka.

Kata kunci : konformitas, perilaku konsumtif

PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk konsumtif, mereka sangat hobi untuk berbelanja dan menghabiskan banyak uang untuk barang–barang yang mereka inginkan baik untuk memenuhi kebutuhan, maupun hanya untuk memenuhi hasrat belanjanya. Seiring berkembangnya teknologi, semakin mudah para pecinta belanja untuk menyalurkan hasrat berbelanja mereka melalui sistem *online* tanpa harus mendatangi toko atau pasar. Tambunan (2002) mendefinisikan Perilaku Konsumtif sebagai keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan

maksimal. Suatu survei yang dilakukan oleh Deteksi Jawa Pos (2009) menemukan bahwa 20,9% dari 1.074 responden yang berstatus sebagai pelajar yang berdomisili di Jakarta dan Surabaya mengaku pernah menggunakan uang SPP nya untuk membeli barang incarannya ataupun hanya untuk bersenang – senang.

Penelitian yang dilakukan oleh Sriatmini (2009) pada remaja di Malang menunjukkan bahwa remaja gengsi dan merasa malu jika tidak membeli barang-barang yang tidak bermerek dan mereka merasa dikucilkan temannya, meskipun tidak mempunyai uang tetapi mereka akan tetap membeli barang bermerek tersebut sekalipun dengan jalan yang tidak wajar. Banyak siswa di SMAN se-Kota Malang (79,60%) menyatakan melakukan tindakan-tindakan yang negatif seperti meminjam uang, mencuri, memalak, menipu, berbohong, bahkan melakukan tindak kekerasan terhadap orang lain hanya untuk memenuhi hasrat berbelanjanya.

Hobi *shopping* atau perilaku konsumtif seperti itu, biasanya dilakukan oleh para remaja dan juga karena dipengaruhi banyak faktor, seperti didikan keluarga, lingkungan tempat tinggal, dan teman atau kelompok teman. Apalagi pada masa remaja kelompok teman (*peer group*) memberikan pengaruh yang cukup kuat bagi para remaja. Santrock (2003) mendefinisikan remaja sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif dan sosio-emosinya. Dengan adanya perubahan biologis (fisik) remaja menjadi kurang percaya diri dengan penampilannya saat ini, sehingga ia akan mencari cara untuk membuatnya tampil menarik dihadapan teman – temannya. Tambunan (2001) menambahkan bahwa remaja biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti terhadap remaja di sekitar tempat tinggal peneliti, diperoleh informasi bahwa mereka cenderung akan membeli barang – barang yang sama dengan kelompok, pergi ke tempat yang sama, makan di tempat makan yang sama, memakai baju atau aksesoris yang sama dengan kelompok agar diterima dan diakui oleh kelompok, karena mereka takut dianggap tidak kompak dengan kelompok jika mereka tidak mengikuti kelompok.

Mereka yang sudah menjadi anggota kelompok, biasanya akan sangat kompak dalam berbagai hal, seperti *fashion*, film kesukaan, hobi dan lain

sebagainya, bahkan dalam hal menentukan pilihan sekolah atau kegiatan yang akan dilakukan biasanya mereka cenderung memiliki selera yang sama. Namun, tidak selamanya dalam sebuah kelompok akan selalu sependapat, ada kalanya salah satu atau sebagian dari anggota kelompok memiliki pendapat yang berbeda dari kelompok. Dan biasanya anggota kelompok yang berbeda dari kelompok akan disisihkan atau dikucilkan dari kelompok karena dianggap sudah bertentangan dengan norma atau aturan kelompok.

Menurut Dacey & Kenny (dalam Hotpascaman, 2010) berpendapat bahwa konformitas dalam kelompok tak selamanya bersifat positif, adanya keinginan untuk dapat diterima oleh kelompok mendorong remaja untuk melakukan hal – hal negatif. Penelitian yang dilakukan oleh Alia Muhlis Damayanti (2014) menunjukkan hasil hubungan positif yang sangat signifikan yang artinya semakin tinggi konformitas maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif dan sebaliknya.

Dalam penelitian Meida Devi Wardhani (2009) terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas dan harga diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja putri. Sihotang (2009) menunjukkan bahwa semakin positif konformitas semakin tinggi pula pembelian impulsif, dan sebaliknya. Berdasarkan uraian diatas, menunjukkan adanya hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kuantitatif korelasional karena bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan antara dua variabel penelitian. Dalam menganalisis data dengan menggunakan data-data berupa angka yang diolah dengan metode statistik, setelah diperoleh hasilnya kemudian dideskripsikan dengan menguraikan kesimpulan yang didasari oleh angka yang diolah dengan metode statistik tersebut.

Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah *purposive sampling* adalah teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu. Populasi dalam penelitian ini yaitu remaja yang mempunyai kelompok. Berfokus pada *fashion* karena pada penampilan keseharian remaja, *fashion* merupakan salah satu hal yang penting dalam menunjang penampilannya karena *fashion* merupakan bentuk

identitas dari suatu kelompok.

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan angket konformitas dan perilaku konsumtif, kedua skala tersebut menggunakan *rating scale* yang terdiri dari 4 pilihan jawaban yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju), dan dibagi menjadi pernyataan *favorable* dan *unfavorable*.

Tabel 1. Distribusi Skor skala

Pilihan Jawaban	Bentuk Pernyataan	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Pada penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengambil data. Penelitian ini menggunakan dua instrumen untuk pengambilan data, yaitu :

1. Skala Konformitas

Skala ini digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya konformitas pada remaja. Skala yang digunakan merupakan skala modifikasi dari peneliti sebelumnya (Skripsi Meida Dwi Wardhani, dengan Judul Hubungan antara Konformitas dan Harga Diri terhadap Perilaku konsumtif pada remaja putri) dan berdasarkan teori dari Baron and Byrne (2005) yang terdiri dari 2 aspek :

- a. Pengaruh sosial normatif, Pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan individu untuk disukai atau diterima oleh orang lain
- b. Pengaruh sosial informasional, didasarkan atas adanya pengaruh menerima pendapat kelompok.

Tabel 2 *Blue Print* Skala konformitas

Variabel	Aspek	Indikator	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Konformitas	Normatif	Disukai orang lain	1, 5, 11, 24	7, 19, 20,

		Menghindari penolakan	3, 4, 13, 21, 25	6
	Informasional	Menerima pendapat kelompok	2, 16, 22	8, 9, 17
		Bertingkah laku yang biasa orang lain lakukan	12, 14, 15, 23, 26	10, 18
Total				26

2. Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya perilaku konsumtif pada remaja. Skala yang digunakan merupakan skala modifikasi dari penelitian sebelumnya (Skripsi Meida Dwi Wardhani, dengan Judul Hubungan antara Konformitas dan Harga Diri terhadap Perilaku konsumtif pada remaja putri) dan berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Lina dan Rosyid (1997) terdiri dari 3 aspek yaitu :

- a. Pembelian impulsif (*Impulsive buying*), perilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba – tiba atau keinginan sesaat, yang dilakukan tanpa pertimbangan dan biasanya bersifat emosional.
- b. Pemborosan (*wasteful buying*), adalah perilaku menghamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.
- c. Mencari kesenangan (*non rational buying*), perilaku remaja dalam membeli sesuatu semata – mata untuk mencari kesenangan.

Tabel 3. Blue Print Skala Perilaku Konsumtif

Variabel	Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable
Perilaku Konsumtif	Pembelian Impulsif	Keinginan sesaat	4, 6, 17, 19	10
		Tanpa Pertimbangan	7, 8, 25, 27	12, 13
	Pemborosan	Boros	5, 15, 18, 24	11, 14
		Mengikuti tren	1, 3, 20, 21, 26	9
	Mencari kesenangan	Mencari kesenangan dan kepuasan	2, 16, 28	23, 22
	Total			28

Validitas adalah derajat ketetapan suatu alat ukur tentang pokok isi atau arti sebenarnya yang diukur (sugiyono, 2009). Item dikatakan valid jika skor minimal 0,3 atau lebih. Teknik uji validitas menggunakan *pearson product moment* lalu data yang diperoleh akan diolah menggunakan *SPSS 16.0 for windows* Validitas masing – masing item pernyataan dapat dilihat dari nilai *corrected item-total correlation* masing – masing pernyataan. Dalam penelitian ini terkumpul 82 responden. Berdasarkan uji validitas diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4. Validitas item Konformitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item 1	52.87	32.982	.298	.734
Item 2	52.99	34.580	.057	.749
Item 3	53.34	33.363	.259	.736
Item 4	53.40	33.058	.312	.733
Item 5	53.41	34.443	.137	.742
Item 6	53.30	33.029	.267	.736
Item 7	53.49	33.438	.185	.742
Item 8	52.88	36.182	-.152	.770
Item 9	53.24	32.779	.370	.730
Item 10	53.50	33.932	.176	.741
Item 11	53.50	31.389	.503	.720
Item 12	53.46	33.585	.266	.736
Item 13	53.13	32.315	.366	.729
Item 14	53.29	33.000	.292	.734
Item 15	53.40	31.577	.556	.719
Item 16	53.38	32.929	.289	.734
Item 17	53.35	32.676	.269	.736
Item 18	53.32	32.836	.300	.734
Item 19	53.65	32.059	.403	.727
Item 20	53.51	31.512	.360	.729
Item 21	52.56	33.904	.105	.748
Item 22	53.34	31.635	.411	.725
Item 23	53.39	33.253	.305	.734
Item 24	53.22	32.223	.377	.728
Item 25	53.48	32.327	.434	.726
Item 26	52.95	33.652	.169	.742

Tabel 5. Validitas item Perilaku Konsumtif

Item-Total Statistics				
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
Item 1	53.34	59.141	.383	.879
Item 2	53.72	58.402	.651	.872
Item 3	53.85	58.423	.597	.873
Item 4	53.66	58.277	.516	.875
Item 5	53.45	58.448	.562	.874
Item 7	53.79	58.833	.547	.874
Item 8	53.72	59.019	.519	.875
Item 9	53.66	61.759	.232	.881
Item 10	53.90	58.904	.488	.876
Item 11	53.91	56.795	.650	.871
Item 12	53.98	59.209	.582	.874
Item 13	53.93	58.982	.530	.875
Item 14	53.90	59.398	.579	.874
Item 15	53.68	60.738	.343	.879
Item 16	53.51	59.611	.349	.880
Item 17	53.82	59.880	.496	.876
Item 18	53.83	57.699	.678	.871
Item 19	53.44	59.558	.398	.878
Item 20	53.24	58.310	.498	.875
Item 21	53.73	57.656	.643	.872
Item 22	52.71	67.296	-.387	.896
Item 23	52.71	68.111	-.481	.897
Item 24	53.83	59.205	.440	.877
Item 25	53.93	57.723	.630	.872
Item 26	53.89	58.272	.614	.873
Item 27	53.65	58.972	.347	.881
Item 28	53.93	57.525	.652	.872

Berdasarkan hasil uji validitas diatas didapat nilai r hitung > 0.3 , dengan demikian item – item tersebut dapat dikatakan valid. Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur yang dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan

beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan formula *Alpha Cronbach*. Untuk mempermudah perhitungan, digunakan program SPSS *ver 16.0*. Reliabilitas dinyatakan dengan koefisiensi reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang 0 sampai 1,00. Semakin tinggi koefisiensi reliabilitas mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya. Sebaliknya koefisiensi reliabilitas yang semakin rendah mendekati 0 berarti semakin rendah reliabilitasnya.

Tabel 6. Reliabilitas Konformitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.743	26

Tabel 7. Reliabilitas Perilaku konsumtif

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.891	28

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Correlations		Konformitas	Perilaku Konsumtif
Konformitas	Pearson Correlation	1	.510**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	82	82
Perilaku konsumtif	Kon- Pearson Correlation	.510**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	82	82

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji hipotesis digunakan untuk mendapat jawaban dari pertanyaan utama penelitian yang menggunakan teknik analisis regresi. Penyelesaian uji regresi dalam penelitian ini menggunakan *SPSS 16.0 for windows*. Uji hipotesis dilakukan dengan membandingkan *r* hitung dengan nilai signifikansi 0,05. Apabila *r* hitung

$< 0,05$ maka H_a (Tidak ada hubungan) diterima dan H_0 (Ada hubungan) ditolak, sedangkan bila r hitung $> 0,05$ maka H_0 (Ada hubungan) diterima dan H_a (Tidak ada hubungan) ditolak.

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.11644472
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.124
	Negative	-.093
Kolmogorov-Smirnov Z		1.126
Asymp. Sig. (2-tailed)		.158

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil diatas dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* menunjukkan angka $0,158 > 0,05$ yang berarti bahwa kedua variable tersebut didistribusikan secara normal.

Tabel 10. Hasil Uji homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

Konformitas

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.271	21	52	.238

Berdasarkan hasil diatas dapat dilihat bahwa nilai *Sig.* variable konformitas berdasarkan variable perilaku konsumtif adalah $0,238 > 0,05$ artinya kedua variable memiliki varian yang sama atau homogen.

KESIMPULAN

Jika nilai korelasi yang diperoleh bernilai 0 – 0,2 maka dikatakan bahwa konformitas remaja rendah, jika perolehan nilai korelasi 0,21 – 0,4 berarti konformitas remaja sedang, dan jika diperoleh nilai korelasinya sebesar 0,41 – 0,7 maka dikatakan konformitas mereka tinggi. Berdasarkan hasil analisis data setelah uji hipotesis didapat nilai korelasi sebesar 0,510 (Sig. 0,000, $p < 0,01$), yang berarti hipotesis diterima, dan menunjukkan bahwa konformitas para remaja tinggi. Hal ini berarti ada hubungan yang signifikan antara Konformitas dengan Perilaku konsumtif pada remaja. Nilai yang didapat positif menunjukkan bahwa semakin tinggi konformitasnya maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif yang dilakukan oleh remaja.

Hasil tersebut juga didukung oleh hasil wawancara yang dilakukan kepada beberapa sample sebagai hasil tambahan. Bahwa mereka cenderung akan membeli barang – barang yang sama jika mereka ingin selalu kompak dengan kelompok. Mereka juga cenderung ingin melakukan kegiatan yang sama bersama – sama seperti pergi main atau jalan – jalan ke mall atau hanya sekedar *nongkrong* di rumah salah satu anggota kelompok. Mereka juga punya *seragam* khusus untuk kelompok mereka masing – masing sebagai tanda atau identitas bahwa mereka adalah satu kelompok.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari wawancara dengan sample menyatakan bahwa sebagian besar dari mereka cenderung akan mengikuti kelompok karena mereka takut ditolak oleh kelompok apabila mereka berbeda, walaupun terkadang mereka tidak nyaman atau kurang setuju dengan pendapat kelompok.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Mohammad dan Asrori. (2004). *Psikologi Remaja. Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta. Erlangga.
- Arikunto Suharsimi. (1997). *Prosedur Penelitian*. Jakarta. Rineka Cipta.
- John W. Santrock. (2003). *Psikologi Remaja*. University of Texas, Dallas : Erlangga.
- Robert A Baron and Donn Byrne. (2004). *Psikologi Sosial*. State University of New York : Erlangga.

Skripsi Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang, Nur Fitriyani, Presetyo Budi Widodo, Nailul Fauziah.

Sumartono. (1995) dalam *Skripsi Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Sma Negeri I Semarang Tahun Ajaran 2005/2006*, Gunita Aryani. (2006).

Tambunan, R. (2001). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. *Jurnal Psikologi dan Masyarakat*. <http://www.e-psikologi.com/remaja/191101.htm>.

Zebua, A.S dan Nurdjayadi, R.D. (2001). *Hubungan Antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri*.