

BAB I

PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju kemasa dewasa. Sifat-sifat remaja sebagian sudah tidak menunjukkan sifat-sifat masa kanak-kanaknya, tetapi juga belum menunjukkan sifat-sifat sebagai orang dewasa. Pada masa remaja pergaulan dan interaksi sosial dengan teman sebaya bertambah luas dan kompleks dibandingkan dengan masa masa sebelumnya termasuk pergaulan dengan lawan jenis. Remaja mencari bantuan emosional dalam kelompoknya. Salah satu sikap yang sering ditampilkan para remaja dalam kelompok adalah konformitas, yaitu selalu ingin sama dengan anggota kelompok yang lain (Izzaty, 2013).

Pada masa remaja, individu dihadapkan dengan banyak peran baru. Remaja mempelajari peran baru dari lingkungan sosial seperti keluarga, teman, masyarakat, termasuk dari model yang menjadi figur remaja seperti tokoh idola di televisi. Remaja yang mengeksplorasi peran-peran baru dalam cara yang sehat dan mendapatkan jalan yang positif untuk menerapkan peran baru dalam kehidupan, maka identitas positif akan terbentuk. (Santrock, 2003).

Remaja mengembangkan minatnya selama masa pubertas, minat tersebut diantaranya minat rekreasi, sosial dan pribadi (Hurlock, 1999). Minat akan membuat kepribadian unik pada setiap individu dan pada saat ini banyak remaja yang memiliki minat pada *k-pop* atau kebudayaan Korea terutama pada remaja putri. Menurut Wijayanti (dalam Etikasari, 2018), meningkatnya popularitas budaya populer Korea di dunia internasional banyak mempengaruhi kehidupan masyarakat dunia, tidak terkecuali masyarakat Indonesia. Demam Korea atau *hallyu* sendiri berisikan segala sesuatu tentang dunia hiburan Korea Selatan yang mencakup film dan drama, musik, animasi, *game*, *fashion*, makanan, hingga kebudayaan tradisional Korea Selatan.

Berita yang dilansir dari <https://matamata.com>, menginformasikan mengenai kasus penyebaran k-pop sedikit banyak telah berpengaruh secara

negatif pada perilaku penggemarnya yang sebagian besar merupakan remaja. Seperti yang dialami oleh Ulya sebagai salah satu anggota fansclub k-pop mengatakan bahwa “menjadi fans itu mahal”. Ulya yang berpengalaman dalam menonton konser idolnya pada 2017 silam itu sampai harus berbohong dengan tak menyebutkan nominal tiket konser pada keluarganya. Dia takut di ejek karena kok mau-maunya bayar mahal cuma untuk menonton konser.

Penelitian ini dilakukan di komunitas ONCE di Medan, yang berasal dari sebutan fans untuk girl group bernama TWICE dan kata ONCE sendiri bermakna penggemar mencintai group sekali saja (ONCE), mereka akan membalas fans dua kali (TWICE). Berdasarkan hasil wawancara dan observasi singkat yang dilakukan oleh peneliti terhadap pendiri dan beberapa anggota dari komunitas ONCE mengatakan bahwa mereka suka melakukan pengeluaran konsumtif tidak tanggung-tanggung untuk membeli merchandise berupa album, *photo card*, *lightstick*, dan beberapa barang lainnya yang dikeluarkan oleh *agency* yang menaungi TWICE hampir semua mereka beli, bahkan mereka rela menghabiskan hingga puluhan juta rupiah untuk yang menurut mereka pun agak tidak berguna. Terdapat suatu kebanggaan sendiri apabila mereka memiliki *photocard* yang langka atau yang susah untuk didapat dan menurut mereka hal tersebut bisa meredakan stress mereka.

Berdasarkan uraian-uraian kasus di atas maka dapat disimpulkan, bahwa dengan berbelanja barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan adalah salah satu hal yang negatif yang berujung pada pemborosan, tanpa disadari hal tersebut menguras uang dan tabungan yang ada, hal itu disebut dalam perilaku konsumtif. Para remaja penggemar *k-pop* ini, akan membeli album lebih dari satu versi tergantung seberapa banyak agensi itu mengeluarkan versi dari album tersebut, misalnya agensi mengeluarkan tiga versi lalu mereka akan membeli ketiganya. Padahal isi lagu dari album yang mereka beli itu sama, hanya karena konsep dari *photobook* di album itu berbeda tema jadi mereka tetap membelinya. Sekali pun mereka telah memilikinya tetap saja mereka akan membelinya lagi.

Perilaku konsumtif sesuai dengan yang dikemukakan oleh Tambunan

(2001), bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan individu dalam membeli atau mengonsumsi barang atau jasa yang bukan kebutuhannya secara berlebihan tanpa pertimbangan yang rasional dan dilakukan demi memuaskan hasrat kesenangan semata. Adapaun aspek dari perilaku konsumtif yakni Pembelian impulsif (*impulsive buying*) yaitu seseorang berperilaku membeli semata-mata didasari oleh hasrat yang tiba-tiba/ keinginan sesaat tanpa mempertimbangkan dan tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional, pemborosan (*wasteful Buying*) yaitu pembelian bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat agar dikesankan sebagai orang yang modern, mencari kesenangan (*non rational buying*) yaitu perilaku menghambur-hamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas (Rasyid 1997).

Perilaku konsumtif pada seseorang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor tersebut salah satunya adalah kontrol diri. Kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan diri dalam perilaku membeli yang impulsif dan mengikuti emosi sesaat. Disini dapat dilihat bagaimana individu mengontrol dirinya dalam segala hal, salah satunya dalam membelanjakan uangnya. Individu yang memiliki pengendalian diri yang rendah sering mengalami kesulitan dalam menentukan konsekuensi atas tindakan mereka (Gottfredson & Hirchi dalam Hamzani 2013).

Kontrol diri dapat diartikan sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku. Kemampuan mengontrol diri berkembang seiring dengan bertambahnya usia. Salah satu tugas perkembangan yang harus dikuasai remaja adalah mempelajari apa yang diharapkan oleh kelompok darinya dan kemudian mau membentuk perilakunya agar sesuai dengan harapan sosial tanpa harus dibimbing, diawasi, didorong, dan diancam seperti hukuman yang dialami ketika anak-anak (Ghufron & Risnawita, 2011). Everill (dalam Diba, 2014) mengemukakan tiga aspek kontrol diri yakni mengontrol perilaku (*behavior control*) yaitu kesiapan atau kesediaan respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan,

mengontrol perasaan (*cognitif control*) kemampuan individu mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu rangka kognitif sebagai adaptasi psikologi untuk mengurangi tekanan, mengontrol keputusan (*decision control*) yaitu kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada suatu yang diyakini atau disetujuinya.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Annafila dan Zuhroh (2022) pada 109 responden populasi mahasiswa program studi psikologi UNIRA menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar $-0,773$ dengan signifikansi sebesar $0,000(p<0,05,)$ yang artinya dengan kontrol diri yang tinggi pada mahasiswa maka akan menurunkan perilaku konsumtifnya, begitupun sebaliknya semakin kurang kontrol dirinya maka akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa program studi psikologi UNIRA.

Hipotesis yang diajukan dari penelitian ini adalah terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif remaja penggemar K-pop. Dengan asumsi semakin rendah kontrol diri maka akan semakin meningkat pula perilaku konsumtif remaja penggemar K-pop dan sebaliknya.

Berdasarkan permasalahan dan fenomena-fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut dengan mengadakan penelitian berjudul “Hubungan Tingkat Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Penggemar *k-pop* di komunitas ONCE Medan”.

Penelitian ini bertujuan untuk dapat memperkaya pemahaman akan teori psikologis pada remaja mengenai kontrol diri dengan perilaku konsumtif remaja penggemar *k-pop* di komunitas ONCE Medan. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi ilmu psikologi, khususnya psikologi perkembangan serta pemahaman terkait dengan control diri dan perilaku konsumtif remaja.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis kepada remaja yaitu agar remaja dapat mengendalikan dirinya untuk tidak berperilaku

konsumtif. Selanjutnya bagi orang tua, penelitian ini dapat memberikan informasi penting akan bahaya perilaku konsumtif bagi anak remaja.