

Konformitas dan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Dengan Status Sosial Ekonomi ke Bawah

Galuh Endang Pergiwati¹

*Program Studi Psikologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Mulawarman Samarinda*

ABSTRACT. *Research on conformity and consumptive behavior among female students of the social and political sciences faculty aims to find out conformity and behavior in students with lower socioeconomic status, how a female student with lower socioeconomic status performs consumptive conformity and behavior. Conformity is a change in behavior or belief as a result of pressure in the group that feels real or in the shadow. Consumptive behavior is a buying behavior that is no longer based on rational considerations but rather because there is a desire that has reached an irrational level again. Researchers used qualitative research with a phenomenological approach. Researchers used purposive sampling techniques, the method of data collection in this study used observation and in-depth interviews with four subjects. The results showed that the four subjects in this study made purchases improperly due to demands in the group. Shopping is no longer based on necessity but rather shopping because it wants to be in harmony with the norms that exist in the group. Consumptive behavior if not controlled will have an impact on the female students themselves, such as having extravagant properties, bringing about unproductive traits, lying, excessive working patterns, to using instant methods such as reckless plunge into the night world. So that in the end consumptive behavior not only has an economic impact, but also psychological, social and even ethical impacts.*

Keywords: *conformity, consumptive behavior and downward socioeconomic status*

ABSTRAK. Penelitian mengenai konformitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik bertujuan untuk mengetahui konformitas dan perilaku pada mahasiswi dengan status sosial ekonomi ke bawah, bagaimana seorang mahasiswi dengan status sosial ekonomi ke bawah melakukan konformitas dan perilaku konsumtif. Konformitas adalah perubahan tingkah laku atau keyakinan sebagai hasil dari tekanan dalam kelompok yang terasa nyata ataupun dalam bayangan. Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling, metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi dan wawancara mendalam dengan empat subjek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat subjek dalam penelitian ini melakukan pembelian secara tidak wajar dikarenakan adanya tuntutan di dalam kelompok. Berbelanja tidak lagi didasari karena adanya kebutuhan melainkan berbelanja karena ingin selaras dengan norma-norma yang ada di dalam kelompok. Perilaku konsumtif apabila tidak dikontrol akan berdampak pada mahasiswi itu sendiri, seperti memiliki sifat boros, memunculkan sifat yang tidak produktif, berbohong, pola bekerja yang berlebihan, sampai menggunakan cara instan seperti nekat terjun ke dunia malam. Sehingga pada akhirnya perilaku konsumtif bukan saja memiliki dampak ekonomi, tapi juga dampak psikologis, sosial bahkan etika.

Kata kunci: konformitas, perilaku konsumtif dan status sosial ekonomi ke bawah

¹Email: galuhpsikologi@gmail.com

PENDAHULUAN

Masa remaja adalah masa-masa yang sangat penting bagi setiap individu. Bagi kebanyakan remaja menganggap masa-masa ini penting karena masa remaja adalah *moment* yang sangat indah dan berkesan. Pada fase ini akan terjadi perubahan fisik maupun mental yang ditandai oleh perubahan-perubahan tingkah laku, sikap, gaya hidup, kebiasaan atau rutinitas harian mereka. Masing-masing individu akan lebih intensif dalam berhubungan atau berinteraksi dengan remaja lainnya baik dengan remaja sesama jenis ataupun lawan jenisnya.

Tugas terpenting dan tersulit adalah penyesuaian diri dengan meningkatnya pengaruh kelompok sebaya, perubahan dalam perilaku sosial, pengelompokan sosial yang baru, nilai-nilai baru dalam dukungan dan penolakan sosial, serta nilai-nilai baru dalam seleksi pemimpin. Kuatnya pengaruh kelompok sebaya, dikarenakan remaja lebih sering berada di luar rumah bersama-sama dengan teman-teman sebayanya sebagai kelompok, maka dapatlah dimengerti bahwa pengaruh teman-teman sebaya sangat berpengaruh terhadap sikap, pembicaraan, minat, penampilan, dan perilaku, yang lebih besar pengaruhnya dibanding keluarga. Misalnya, sebagian besar remaja mengetahui bahwa bila mereka memakai model pakaian yang sama dengan pakaian anggota kelompok yang *populer*, maka kesempatan baginya untuk diterima oleh kelompok menjadi lebih besar.

Adanya kebutuhan yang kuat dalam berteman menjadikan remaja ingin diterima menjadi bagian dari kelompok. Agar bisa diterima oleh kelompoknya, remaja sebisa mungkin untuk bisa sejalan dengan kelompoknya. Remaja, khususnya remaja putri lebih banyak membelanjakan uangnya daripada remaja putra untuk keperluan penampilan seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, dan sepatu. Remaja putri merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik khas seperti mudah tertarik pada *mode*, mudah terbujuk iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, kurang realistis, romantis, dan impulsif (Zebua dan Nurdjayadi, 2001).

Untuk menghindari penolakan teman sebaya, maka remaja putri cenderung mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok sebaya agar diterima dengan baik di dalam kelompok teman sebaya (Mappiare 2001). Salah satu usaha remaja adalah dengan mengikuti pola hidup konsumtif dari kelompok teman sebaya. Hal ini dapat kita lihat, apabila salah satu teman membeli produk atau

barang tertentu maka remaja yang lain pun juga ikut-ikutan membeli barang tersebut.

Demikian juga yang terjadi pada mahasiswi yang masih berada pada fase remaja. Mahasiswi ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan teman sebayanya menyebabkan mahasiswi berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang *populer*. Hal ini akan menjadi masalah apabila kecenderungan mahasiswi untuk diakui *eksistensinya* dilakukan secara berlebihan. Terkadang apa yang dituntut oleh mahasiswi di luar kemampuan orang tuanya (Zebua dan Nurdjayadi, 2001).

Bagi mahasiswi dari kalangan kelas sosial tingkat atas, hal itu tidak masalah, artinya mereka dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya untuk menjadi setara dengan apa yang mereka inginkan. Tetapi tidak untuk mahasiswi yang memiliki kelas sosial menengah bawah terutama mahasiswi di tingkat sosial yang rendah. Status sosial ekonomi orang tua dalam keluarga tentu sangat berpengaruh terhadap perilaku membeli pada mahasiswi, karena semakin tinggi pendapatan orang tua maka semakin besar kesempatan untuk membelanjakan uang pemberian dari orang tua, begitu pula sebaliknya. Semakin rendah pendapatan orang tua maka semakin kecil kesempatan untuk membelanjakan uang hasil pemberian orang tua (Bornstein & Badley dalam Santrock, 2007).

Namun pada kenyataannya banyak mahasiswi yang memiliki gaya hidup bertolak belakang dengan status ekonominya. Contohnya saja banyak mahasiswi yang tergolong dari kelas ekonomi rendah yang memiliki gaya hidup yang tidak jauh berbeda dengan mahasiswi dari kelas ekonomi tingkat atas. Hal ini dapat kita lihat dari segi penampilan seperti (pakaian, aksesoris, tas, *handphone*, sepatu dan kendaraan yang digunakan) hal tersebut semata-mata hanya untuk memberikan citra diri yang berkesan sehingga dapat diterima di lingkungan pergaulannya.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, di salah satu universitas di Samarinda yaitu Universitas Mulawarman tepatnya di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Di mana terdapat suatu sistem bergaul yang berkelompok-kelompok. Mahasiswi mengikuti gaya bergaul sesuai dengan tingkat ekonomi mereka dalam setiap kelompok tersebut. Di dalam kelompok pun mahasiswi saling menunjukkan

penampilan yang dipandang sebagai ukuran status sosial mereka masing-masing di depan teman-temannya. Hal ini dengan sendirinya akan mempengaruhi teman-teman yang lain untuk berusaha mengikuti agar mereka merasa tidak berbeda dan diterima di dalam kelompok tersebut. Sehingga membuat mahasiswi mempunyai pola konsumtif yang menunjukkan sifat lebih mahal dan lebih mewah sehingga membawa kesan memaksakan.

Hal tersebut terlihat jelas dimana mahasiswi berusaha mengikuti *trend fashion* yang sedang digemari anak muda saat ini. Mahasiswi berusaha mengikuti gaya berpenampilan orang lain agar terlihat setara dengan teman-teman kelompoknya. Selain itu mahasiswi seringkali tampak asyik menggunakan salah satu *handphone* bermerk seperti *Iphone*, *Oppo* dan *Samsung* yang mereka miliki bahkan terkadang terdapat mahasiswi yang memiliki lebih dari satu *handphone*. Tak jarang para mahasiswi mengeluarkan uang yang cukup banyak untuk memenuhi hasrat belanjanya demi ingin tampil *modis* sesuai dengan *trend* yang berlaku, meskipun barang-barang yang mereka beli bukanlah barang-barang yang sesungguhnya mereka butuhkan.

Berdasarkan uraian di atas, fenomena menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswi tidak terlepas dari pengaruh kelompok dalam mengkonsumsi barang serta untuk menunjang penampilan diri. Adanya keinginan untuk diterima di dalam kelompok menyebabkan mahasiswi mudah terpengaruh oleh kelompok sebayanya. Maka peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut menjadi penelitian skripsi dengan judul Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan Status Sosial Ekonomi ke Bawah di Universitas Mulawarman.

TINJAUAN PUSTAKA

Konformitas

Konformitas adalah perubahan perilaku pada individu sebagai akibat dari adanya tekanan kelompok. Konformitas bukan sekedar berperilaku seperti orang lain, namun juga dipengaruhi oleh bagaimana orang lain berperilaku (Myers, 2010). Konformitas dapat terjadi dalam beberapa bentuk dan mempengaruhi aspek-aspek kehidupan remaja. Konformitas terjadi apabila individu mengadopsi sikap atau perilaku orang lain karena didesak orang lain (baik desakan nyata atau hanya bayangannya

saja). Dalam kelompok tidak hanya memberikan pengaruh yang positif saja, tetapi banyak juga hal-hal yang negatif yang mempengaruhi remaja dalam bertindak, seperti mempengaruhi pola konsumsi pada usia remaja (Santrok, 2007).

Perilaku Konsumtif

Sumartono (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal di mana seseorang tersebut dalam membeli suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan. Melainkan perilaku konsumtif ini terjadi karena seseorang tidak lagi membeli barang yang benar-benar dibutuhkan, tetapi semata-mata hanya untuk mencoba barang atau jasa yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Lina & Rosyid (1997), mengatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Status Sosial Ekonomi

Status sosial ekonomi merupakan suatu keadaan atau kedudukan yang diatur secara sosial dalam posisi tertentu dalam struktur masyarakat, pemberian posisi ini disertai pula seperangkat hak dan kewajiban yang hanya dipenuhi si pembawa statusnya, misalnya: pendapatan, pekerjaan, dan pendidikan (Soekanto, 2012). Sosial ekonomi dapat juga diartikan sebagai suatu keadaan atau kedudukan yang diatur secara sosial dan menetapkan seseorang dalam posisi tertentu dalam struktur masyarakat. Pemberian posisi ini disertai pula seperangkat hak dan kewajiban yang harus dipenuhi si pembawa status misalnya, pendapatan dan pekerjaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Subjek penelitian sebanyak empat orang dan Informan sebanyak empat orang, berusia minimal 19 tahun dengan jenis kelamin perempuan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode

pengumpulan data secara kualitatif berupa observasi dan wawancara.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas tentang konformitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan status sosial ekonomi ke bawah di Universitas Mulawarman. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswi dengan status sosial ekonomi ke bawah. Penelitian ini menggunakan subjek sebanyak empat orang, yaitu HA, MA, LL dan ND. Subjek pertama HA adalah wanita berusia 21 tahun. Subjek adalah anak keempat dari empat bersaudara, semua kakak subjek sudah bekerja dan sudah berkeluarga. Orang tua subjek hanya berjualan nasi bungkus di depan rumahnya. Pendapatan orang tua subjek perbulannya satu juta dua ratus sampai satu juta delapan ratus ribu rupiah. Sehingga untuk kebutuhan subjek sehari-harinya mulai dari biaya kos sampai biaya kuliah masih harus di bantu oleh ketiga kakak subjek yang sudah bekerja.

Gambaran konformitas ditampakkan oleh Subjek HA yaitu adanya pengaruh normatif dan pengaruh informasional. Pengaruh Normatif adalah penyesuaian diri dengan keinginan atau harapan orang lain untuk mendapatkan penerimaan dari anggota kelompoknya (Myers, 2010). Hal tersebut nampak ketika HA selalu mengikuti aturan dan kebiasaan di dalam kelompoknya agar diterima dengan baik dan menghindari pengucilan dari teman-teman kelompoknya. Di dalam kelompok HA terdapat sebuah aturan dan kebiasaan yang dibuat oleh kelompoknya. Seperti pada hari-hari tertentu HA memakai pakaian yang sama dengan teman-teman kelompoknya.

Selain itu di dalam konformitas terdapat juga aspek pengaruh informasional. Pengaruh informasional menurut Myers (2010), yaitu tekanan yang terbentuk oleh adanya keinginan dari individu untuk memiliki pemikiran yang sama dan beranggapan bahwa informasi dari kelompok lebih kaya dari pada informasi milik pribadi, sehingga individu cenderung untuk *conform* dalam menyamakan pendapat atau sugesti. Hal ini dapat terlihat ketika HA selalu meminta pendapat teman-temannya terlebih dahulu sebelum membeli suatu barang, sehingga pendapat teman-teman kelompoknya membantu HA untuk memutuskan barang apa yang akan di belinya.

Individu yang melakukan konformitas sangat ingin diterima di dalam kelompok teman sebayanya

sehingga hal tersebut dapat memunculkan perilaku konsumtif. Perilaku Konsumtif dapat terjadi dalam beberapa aspek menurut Lina dan Rosyid (1997) yaitu, aspek pembelian impulsif, aspek pembelian tidak rasional, dan aspek pembelian boros atau berlebihan. Sejak masuk kuliah HA mulai terbiasa bergaul dengan banyak teman dan harus menjaga penampilan dirinya. Sehingga membuat HA sering berbelanja barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan hanya untuk mengikuti *trend* yang ada.

Hal tersebut mengakibatkan HA mulai menyukai barang-barang dengan harga yang mahal dan bermerk. Karena HA merasa apabila ia mampu membeli dan memiliki barang-barang dengan harga yang mahal maka teman-temannya lebih menghargai dirinya dan HA akan terhindar dari pengucilan dan celaan. Meskipun HA telah memiliki penghasilan sendiri namun itu semua tidak dapat mencukupi kebutuhan HA untuk berbelanja. Sehingga untuk dapat membeli barang-barang mahal tersebut, HA harus berbohong kepada orang tua dan kakaknya. Seperti meminta uang lebih untuk membayar uang kuliah, pura-pura sakit dan meminta uang untuk berobat, berbohong bahwa uang pembayaran kos naik, bahkan HA sampai rela menjual laptopnya hanya untuk membeli jam tangan bermerk. Alasannya karena tidak ingin ketinggalan zaman dan tidak mau kalah dari teman-temannya.

Selain itu ketika sedang berada di pusat perbelanjaan bersama dengan teman kelompoknya, HA selalu membeli barang-barang yang tidak direncanakan sebelumnya. HA juga mengatakan bahwa barang-barang yang HA kenakan merupakan suatu simbol dari status sosial yang ingin HA tunjukkan kepada teman-teman dan orang-orang yang ada disekitarnya. Karena bagi HA apabila ia mampu membeli barang-barang dengan harga yang mahal maka akan ada rasa bangga dan kepuasan tersendiri pada dirinya. HA juga sering berbelanja lebih dari satu barang hanya dalam satu hari. Hal tersebut telah menjadi kegiatan rutin bagi HA dan kelompoknya dan setiap minggu HA harus berbelanja bersama kelompoknya.

Subjek yang kedua adalah MA berusia 21 tahun, MA bekerja sebagai pelatih senam *zumba* dan terkadang MA juga berjualan makanan anak-anak SD di depan rumahnya. Penghasilan yang di dapat dari melatih senam *zumba* biasanya satu jam MA di bayar dua ratus ribu sampai dua ratus lima puluh ribu. Dalam sebulan rata-rata penghasilan MA dari

melatih senam *zumba* sekitar satu juta lima ratus ribu rupiah perbulannya. Sehingga MA harus meluangkan waktunya untuk berjualan makanan atau jajanan anak SD di depan rumahnya. Sedangkan penghasilan MA dari hasil berjualan kecil-kecilan sekitar lima ratus ribu rupiah. Sehingga total penghasilan subjek perbulan sekitar dua juta rupiah.

MA sangat suka berpenampilan *glamour* selain itu MA selalu ingin disukai dan diterima dengan baik oleh teman-teman kelompoknya sehingga MA rela mengikuti keinginan dan kebiasaan yang terdapat di dalam kelompoknya. Karena apabila menolak ajakan tersebut maka teman-temannya akan marah dan MA akan dianggap tidak setia kawan oleh teman-teman kelompoknya. Di dalam kelompok MA terdapat kebiasaan seperti mengoleksi barang-barang mewah yang menyebabkan MA harus berbelanja mengikuti kebiasaan tersebut agar dapat membaur dan terlihat *glamour* seperti teman-teman kelompoknya. Menurut Myers (2010), hal seperti ini merupakan pengaruh normatif yaitu penyesuaian diri dengan keinginan atau harapan orang lain untuk mendapatkan penerimaan dari anggota kelompoknya. Bahwa dalam pengaruh ini, individu berusaha untuk mematuhi standar norma yang ada di dalam kelompok. Apabila norma ini dilanggar, maka efeknya adalah penolakan ataupun pengasingan oleh kelompok pada individu.

Pada saat tertentu terkadang perilaku dan *image* MA diatur oleh teman kelompoknya. Seperti pada saat jalan-jalan ke pusat perbelanjaan segala bentuk perilaku dan penampilan MA harus terlihat *glamour* dan *feminim*. Sebelum membeli barang biasanya MA selalu bertanya mengenai informasi barang-barang yang sedang *update* kepada teman-temannya. Karena MA sangat mempercayai segala informasi yang diberikan oleh teman-teman kelompoknya. Sehingga membuat MA selalu bertanya mengenai informasi kepada teman-teman kelompoknya sebelum membeli suatu barang.

Awal mula MA mulai menyukai berbelanja barang di luar kebutuhan sejak MA sudah mulai kerja di awal kuliah, dari situlah MA sudah mulai mengenal uang dan menyukai barang-barang mewah. Selain itu juga, karena teman-teman MA sering mengajak MA untuk berbelanja, sehingga membuat MA sering berbelanja di luar kebutuhannya. Ketika di pusat perbelanjaan MA selalu membeli barang yang tidak direncanakan

sebelumnya, karena tertarik dengan model atau bentuk dari barang tersebut.

Bagi MA membeli barang-barang dengan harga yang mahal akan membuat MA menjadi orang yang berkelas dan status sosialnya akan meningkat. MA akan merasa malu apabila masih menggunakan barang-barang lama sedangkan teman-temannya dapat membeli barang-barang baru. Hal ini merupakan aspek pembelian tidak rasional yaitu pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesankan sebagai orang yang modern (Lina dan Rosyid, 1997). Sehingga MA sampai rela bekerja sambil kuliah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya dalam berbelanja. Terkadang uang hasil dari bekerja tidak mencukupi kebutuhan MA yang mengakibatkan MA harus meminjam uang dari kakaknya dengan alasan keperluan kuliah, hanya untuk bisa berbelanja bersama teman-temannya.

MA sangat menjaga penampilan dirinya karena MA ingin dipandang orang lain bahwa dirinya menarik. Bagi MA menjaga penampilan itu sudah menjadi kebutuhannya, sehingga MA sangat suka berbelanja demi menjaga penampilan dirinya. Sejauh ini barang-barang dengan harga yang mahal sangat berpengaruh bagi MA, sebab bagi MA apabila dia mampu membeli barang-barang dengan harga yang mahal maka akan ada rasa puas dan bangga pada dirinya. MA pun sering menghabiskan uang gajinya hanya dalam beberapa hari saja. MA juga pernah berbelanja tiga tas sekaligus dalam satu hari saja. Dan hal ini rutin dilakukan MA ketika mendapatkan gaji.

Subjek yang ketiga adalah LL berusia 20 tahun, LL merupakan anak pertama dari dua bersaudara. LL tinggal bertiga bersama adik dan ayahnya sebagai kepala keluarga. Ayah LL bekerja sebagai guru honorer di sekolah dasar negeri samarinda, yang penghasilannya relatif kecil, sekitar delapan ratus ribu perbulan dan ditambah dengan isentif sebesar lima ratus ribu perbulan. Hal tersebut membuat LL terpaksa harus meluangkan waktunya untuk bekerja sebagai guru *privat* dari rumah ke rumah untuk memenuhi kebutuhan belanjanya.

Di dalam kelompok LL, terdapat kebiasaan seperti berbelanja dan pergi ke *cafe-caffe*. Tidak hanya itu, di dalam kelompok LL juga terdapat kebiasaan seperti apabila ada barang-barang bagus, maka LL dan teman-temannya segera membelinya, bahkan terkadang LL dan teman-teman membeli

baju kembar dan untuk berbelanja pun LL dan teman-teman harus selalu bersama-sama. Jika dilihat berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Myers (2010) LL berada pada situasi aspek pengaruh normatif, dimana LL berpenampilan sesuai dengan keinginan kelompoknya, serta adanya perasaan takut dikucilkan oleh kelompoknya. LL juga suka mengikuti gaya berpenampilan teman-teman kelompoknya agar terlihat keren.

LL juga pernah merasa minder apabila teman-temannya dapat berbelanja sedangkan LL tidak mempunyai uang untuk berbelanja. Sehingga untuk dapat membeli barang-barang dengan harga yang mahal LL sampai rela membagi waktunya antara kuliah dan bekerja sebagai guru *privat*. Meskipun LL telah memiliki penghasilan sendiri namun tetap saja uang hasil dari bekerja tidak dapat mencukupi kebutuhan LL untuk berbelanja bersama dengan teman-temannya, yang mengakibatkan LL harus berbohong kepada orang tuanya agar diberi uang dengan alasan meminta uang untuk membeli buku kuliah.

Awal mula LL suka berbelanja barang di luar kebutuhannya sejak LL melihat teman-temannya memakai baju-baju bagus dan terlihat sangat keren. Sehingga LL ingin seperti teman-temannya yang terlihat keren. Dari situlah LL mulai sering melihat *selebgram-selebgram* yang terdapat di *instagram*. LL sering memperhatikan pakaian-pakaian yang dikenakan oleh *selebgram-selebgram*, sehingga membuat LL tertarik untuk mencari tau *olshop* mana yang menjual baju tersebut. Tidak hanya itu, tujuan dan alasan LL berbelanja yaitu agar LL terlihat lebih keren, terlihat *high class* dan terlihat hebat di depan orang-orang yang ada disekitarnya.

LL merasa apabila ia mampu membeli barang-barang dengan harga yang mahal maka akan membuat LL menjadi orang yang berkelas dan status sosialnya akan meningkat. Menurut LL meskipun ia bukan dari kalangan orang kaya namun jika penampilannya mewah dan memiliki barang-barang dengan harga yang mahal maka orang-orang di luar sana akan menganggap LL sebagai orang kaya karena mampu membeli barang dengan harga yang mahal.

Selain itu, LL juga pernah menghabiskan uang sebanyak delapan ratus ribu rupiah dalam sekali berbelanja hanya untuk membeli beberpa potong jilbab. Dan setiap habis gajian pun LL rutin berbelanja *online* dan pergi ke pusat perbelanjaan bersama dengan teman kelompoknya. Bahkan gaji

sebulan LL, bisa habis dalam empat hari saja hanya untuk berbelanja. Terkadang LL juga pernah menghabiskan uang gajinya untuk berbelanja tas dan sepatu dan biasanya LL sekali belanja bisa sampai empat barang sekaligus. Hal tersebut sesuai dengan yang di katakatakan oleh Lina dan Rosyid (1997) bahwa pembelian boros atau berlebihan adalah pembelian suatu produk secara berlebihan yang dilakukan oleh konsumen.

Subjek yang keempat adalah ND berusia 20 tahun, ND anak ke tiga dari tujuh bersaudara, ayah ND bekerja sebagai tim sukses di sebuah partai. Apabila tidak ada pemilu maka ayah ND tidak bekerja atau pengangguran. Ibu ND bekerja sebagai penjual kue kecil-kecilan. Sehingga untuk memenuhi kebutuhannya ND memilih untuk bekerja. ND bekerja sebagai SPG *freeland* dan ketika ada *event-event dance* ND biasanya ikut. Total penghasilan ND dari bekerja sebagai SPG dan mengikuti *event-event* sekitar satu juta sampai satu juta setengah rupiah perbualnnya.

Di dalam kelompok ND terdapat kegiatan rutin seperti nongkrong dan jalan-jalan. Pada saat teman-teman kelompoknya mengajak ND untuk jalan-jalan dan nongkrong maka ND harus bisa ikut. Sebab ND merasa khawatir apabila menolak ajakan dari teman-temannya maka ND akan dijauhi oleh teman-teman kelompoknya. Di dalam kelompok ND jika di ajak ngumpul bersama teman-temannya maka ND harus bisa dan tidak boleh sibuk sendiri.

ND lebih yakin dengan pendapatnya sendiri dalam membeli suatu barang. Namun terkadang ND akan meminta pendapat teman-temannya untuk membandingkan barang mana yang lebih cocok untuk ND. Menurut ND, ia dan teman-temannya sama-sama *update* sehingga mereka saling bertukar informasi. Hal ini tidak sesuai dengan pendapat Myers (2010) yaitu aspek pengaruh informasional di mana aspek tersebut menyebutkan bahwa individu akan mengalami aspek pengaruh sosial informasional apabila individu menerima petunjuk orang lain sebagai pedoman perilaku, menganggap orang lain lebih kaya informasi daripada diri sendiri, kurangnya informasi, dan tidak percaya diri pada kemampuan pribadi.

Awal mula ND menjadi suka berbelanja di luar kebutuhannya sejak ND masih SMA. Saat itu ND mulai memperhatikan penampilan teman-temannya, ND melihat penampilan teman-temannya sangat keren. Sehingga ND juga ingin berpenampilan seperti teman-temannya. Dan pada akhirnya ND pun mulai berbelanja barang di luar

kebutuhan. Ketika di pusat perbelanjaan ND selalu membeli barang yang tidak direncanakan sebelumnya karena tertarik dengan model atau bentuk dari barang tersebut. Hal tersebut merupakan aspek pembelian impulsif menurut Lina dan Rosyid (1997) yaitu, pembelian yang didasarkan pada dorongan dalam diri individu yang muncul tiba-tiba.

Bagi ND membeli barang demi menjaga penampilan adalah hal yang penting, karena di dalam kelompok ND terdapat kebiasaan seperti persaingan dalam hal *fashions*. Selain itu apabila ND dapat membeli barang-barang dengan harga yang mahal maka teman-teman ND akan terkesan pada dirinya. ND juga sering membeli barang lebih dari satu hanya dalam sekali belanja. Seperti lipstik, ND pernah menghabiskan uang sebanyak satu juta hanya untuk membeli lipstik. ND juga pernah menghabiskan gajinya sebulan dalam satu hari hanya untuk berbelanja baju dan sepatu saja. Hal tersebut sesuai dengan yang di katakana oleh Lina dan Rosyid (1997) bahwa pembelian boros atau berlebihan adalah pembelian suatu produk secara berlebihan yang dilakukan oleh konsumen.

Hal di atas juga di dukung oleh pernyataan dari informan AF yang menyatakan bahwa ND memang sering membeli barang-barang yang sebenarnya tidak ia butuhkan alasannya karena ND sangat menyukai berbelanja. Dan dari pernyataan informan AF mengatakan bahwa untuk dapat berbelanja barang-barang mahal tersebut ND harus bekerja dengan berbagai pekerjaan seperti ND pernah bekerja menjadi *salles*, *SPG freelands*, *dancer* dan ND juga bekerja di karaoke dan sampai sekarang pun ND masih bekerja di karaokean. Berdasarkan hasil wawancara dari informan AF mengatakan bahwa ND sampai rela menemani "om-om" agar mendapatkan uang untuk keperluan membelanjanya ND. AF mengatakan bahwa setiap "malam *ladies*" atau malam rabu ND selalu di panggil di tempat-tempat karaoke untuk menemani pelanggannya bernyanyi. Ternyata profesi ND di karaokean tersebut adalah sebagai "*ladies*" karaoke, selain itu dalam menjalani profesinya sebagai *ladies* ND tidak menggunakan nama asli namun menggunakan nama samaran yaitu "Luna". Dan dari keterangan AF bahwa selain menemani pelanggannya bernyanyi ND juga sampai rela tubuhnya di sentuh dengan pelanggannya dan tidak sampai di situ saja bahkan ND pun nekat sampai menemani pelanggannya ke sebuah hotel

hanya untuk mendapatkan bayaran yang lebih besar.

Penelitian dilakukan pada keempat subjek dapat disimpulkan bahwa konformitas yang sering terjadi di lingkungan mahasiswi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik membawa dampak munculnya perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswi dengan status sosial ekonomi ke bawah.

Hal ini digambarkan oleh keempat subjek (HA, MA, LL, dan ND). Keempat subjek tersebut selalu berusaha mengikuti keinginan temannya di dalam kelompok untuk menghindari pengucilan. Selain itu keempat subjek juga berusaha mengikuti aturan dan kebiasaan di dalam kelompok. Seperti pada hari-hari tertentu HA memakai pakaian yang sama dengan teman-teman kelompoknya, terdapat kebiasaan mengoleksi barang-barang mewah di dalam kelompok MA, dan subjek LL harus selalu mengikuti kegiatan berbelanja bersama kelompoknya pada waktu tertentu. Sedangkan ND harus selalu mengikuti perkembangan *fashion* yang sedang *in* karena adanya persaingan *fashion* di dalam kelompoknya, yang menyebabkan keempat subjek harus berbelanja mengikuti aturan dan kebiasaan tersebut agar dapat diterima dengan baik di dalam kelompoknya. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh Suyasa & Fransisca (2005) bahwa konformitas umumnya terjadi pada remaja, khususnya remaja putri. Hal tersebut disebabkan keinginan yang kuat pada remaja putri untuk tampil menarik, tidak berbeda dengan rekan-rekannya dan dapat diterima sebagai bagian dari kelompok.

Seperti yang dilakukan oleh keempat subjek (HA, MA, LL dan ND) agar diterima dengan baik dan agar tidak di kucilkan oleh anggota kelompok maka berbagai usaha mereka lakukan seperti, bertingkah laku maupun berpenampilan sama dengan anggota kelompoknya, mulai fokus pada penampilan diri baik fisik, pakaian, rambut maupun wajah, hingga terus-menerus membeli barang-barang yang dapat menunjang penampilan diri padahal barang-barang yang mereka miliki masih bermanfaat. Sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian secara tidak wajar atau biasa disebut dengan perilaku konsumtif.

Terkadang apa yang dituntut oleh mahasiswi di luar kemampuan orang tuanya sebagai sumber dananya. Meskipun keempat subjek telah bekerja dan memiliki penghasilan sendiri namun penghasilan mereka tidak dapat mencukupi kebutuhan mereka untuk berbelanja bersama dengan teman-teman kelompoknya, sehingga untuk

mendapatkan uang lebih mereka rela berbohong kepada orang tua dan anggota keluarga lainnya. Hal berbeda yang dilakukan oleh ND, agar dapat berbelanja barang-barang yang diinginkannya ND harus melakukan berbagai pekerjaan. Salah satunya ND sampai rela menjadi “*ladies*” di sebuah tempat karaokean bahkan, ND sampai nekat menemani pelanggannya sampai ke sebuah hotel hanya untuk mendapatkan bayaran yang lebih besar.

Hal diatas dilakukan oleh keempat subjek yaitu HA, MA, LL dan ND hanya untuk dapat berbelanja barang-barang yang mereka inginkan. Selain itu agar mereka dianggap sebagai remaja yang gaul dan setara dengan teman-teman kelompoknya. Keempat subjek beranggapan bahwa apabila mereka dapat membeli barang-barang dengan harga yang mahal maka akan ada rasa puas dan bangga pada diri mereka. Keempat subjek tidak dapat menahan hasrat belanjanya ketika melihat barang-barang yang menarik, mereka cenderung akan langsung membelinya. Dalam berbelanja keempat subjek selalu bertindak berlebihan, seperti pada saat berbelanja mereka terkadang tidak hanya membeli satu barang namun dapat membeli lebih dari satu barang sekaligus dengan jenis yang sama namun berbeda merek dalam satu hari, selain itu terkadang mereka membeli barang baru walaupun barang yang ada atau yang mereka pakai masih terbilang bagus dan belum rusak. Alasannya terkadang karena mereka bosan dan malu jika harus terus-menerus memakai barang lama serta merasa gengsi apabila melihat teman-teman lainnya berbelanja sedangkan subjek tidak dapat berbelanja.

Bagi keempat subjek membeli barang demi menjaga penampilan adalah hal yang sangat penting sehingga, mengakibatkan pembelian barang tanpa adanya perencanaan dan membeli barang atas pertimbangan harga. Karena apabila keempat subjek dapat membeli barang dengan harga dan merek ternama maka mereka akan merasa bangga dan status sosial mereka akan naik. Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh Erna Ferrinandewi (2008) yang mengatakan bahwa pembelian barang berdasarkan fungsi simbolik yang terdapat pada barang tersebut umumnya dilakukan oleh seseorang hanya untuk meningkatkan status pada diri mereka sehingga akan memperoleh pengakuan dari lingkungan sosialnya, artinya dengan cara membeli barang yang mahal atau barang *branded* dapat memberikan simbol status agar terlihat oleh lingkungan sekitar. Salah satu manfaat yang ditawarkan merek kepada

konsumen adalah manfaat simbolis. Manfaat simbolis mengacu pada dampak psikologis yang akan diperoleh konsumen ketika ia menggunakan merek tersebut artinya merek tersebut akan mengkomunikasikan siapa dan apa konsumen pada konsumen lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor munculnya perilaku konsumtif adalah konformitas, dimana subjek (HA, MA, LL dan ND) dalam penelitian ini melakukan pembelian secara tidak wajar atau yang biasa disebut dengan perilaku konsumtif dikarenakan adanya tuntutan di dalam kelompok atau yang biasa disebut dengan konformitas seperti, berbelanja karena tidak ingin terkalahkan oleh teman-teman kelompoknya, berbelanja karena mengikuti kebiasaan yang terdapat di dalam kelompok, berbelanja karena ingin terlihat sama dengan teman kelompoknya, dan berbelanja karena adanya persaingan *fashions* di dalam kelompok. Hal-hal seperti itulah yang mendasari keempat subjek berbelanja karena adanya ikut-ikutan dan adanya rasa tidak ingin terkalahkan. Berbelanja tidak lagi didasari karena adanya kebutuhan melainkan berbelanja karena ingin selaras dengan norma-norma yang ada di dalam kelompok. Keempat subjek merasa gengsi dan malu jika tidak membeli barang-barang yang tidak bermerek dan mereka merasa dikucilkan oleh temannya, meskipun tidak mempunyai uang tetapi keempat subjek akan tetap membeli barang bermerek tersebut sekali pun dengan cara yang tidak wajar. Sehingga mengakibatkan keempat subjek melakukan berbagai cara untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan seperti berbohong, pola bekerja yang berlebihan, sampai menggunakan cara instan seperti nekat terjun ke dunia malam. Pada akhirnya perilaku konsumtif bukan saja memiliki dampak ekonomi, tapi juga dampak psikologis, sosial bahkan etika.

Saran

Dalam skripsi ini, peneliti menyampaikan beberapa saran-saran yang berguna dan dapat dijadikan pertimbangan bagi semua pihak yang terkait:

1. Subjek

Diharapkan kepada subjek agar lebih mampu meningkatkan dan mempertahankan sikap tidak

mudah terpengaruh dalam kegiatan seperti perilaku konsumtif dengan cara menjalin hubungan konformitas teman sebaya yang positif seperti mengikuti berbagai kegiatan yang diadakan di kampus-kampus, mengikuti seminar pendidikan dan menghindari gaya hidup berbelanja yang berlebihan. Serta subjek diharapkan dapat memupuk rasa percaya pada diri sendiri dan mengurangi rasa gengsi saat menjalin pertemanan.

2. Peneliti Lain

Diharapkan bagi peneliti lain yang menaruh minat pada konformitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan status sosial ekonomi ke bawah di Universitas Mulawarman, jika ingin mengembangkan penelitian mengenai konformitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswa, diharapkan dapat memperluas kawasan penelitian dengan subjek penelitian yang lain seperti misalnya perilaku konsumtif dan konformitas pada gender laki-laki. Mungkin akan diperoleh hasil yang lain dan lebih menarik untuk dijadikan bahan diskusi dan lebih memperkaya khasanah ilmu pengetahuan khususnya psikologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Azwar.S., 2003. *Metode Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Baron, R. A & Byrne, D. 2005. *Psikologi Sosial jilid 2 edisi kesepuluh*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Carmen, P. 2008. Concideration About Group Influences On Consumer Behavior. *Journal of Consumer Reasearch*. Craiova: Faculty of Ekonomi and Business Administration. h 1136-1139.
- Creswell. J. W. 2013. *Research Design Quantitative & Qualitative Approaches Third Edition*. Alih bahasa: Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. 2008. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harjanti, M. 2003, *Hubungan antara Motif Berafiliasi dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja*, Jurnal Psikologi, Yogyakarta.
- Hurlock, E. B. 2003. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Lina & Rosyid, H.F. 1997. *Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri*. Jurnal Psikologika, 4, hal 24-28.
- Mappiare, A. 2001. *Psikologi Remaja*. Surabaya : Usaha Nasional.
- Myers, David G. 2010. *Social Psychology: 9th Edition*. New york: McGrawHill.
- Santrock, J. W. 2007. *Adolenscence, Perkembangan Remaja*. Alih bahasa: Adelar, S.B & Saragih, S. Jakarta: Erlangga.
- Soekanto, Soerjono. 2012. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Permai.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong imbas pesan Iklan Televisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suyasa, Y. dan Fransisca. 2005. *Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran*. *Jurnal Pronesis*. Desember Vol.7, No.2 172-199.
- Sitorus, M., 2000 *Sosiologi*, Cahaya Budi, Bandung.
- Sitohang, A. 2009. *Hubungan Antara Konformitas Terhadap Kelompok Teman Sebaya Dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja*. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Sipunga, Puspita Nilawati. 2014. *Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Di Tinjau Dari Pendapatn Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang*. *Journal of Social and Industrial Psychology* 3 (1) (2014) ISSN 2252-6838.
- Zebua, A.S & Nurdjayadi, R.D. 2001. *Hubungan Antara Konformitas dan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri*. *Jurnal Phronesis*, Volume 3, No 6. Hal 72-82.