

Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya dan Gaya Hidup Konsumtif Dengan Kepercayaan Diri

Uma Azhari Ulfa¹

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

ABSTRACT. *This study aims to determine how the relationship conformity and consumer lifestyle with self-confidence in SMA Negeri 1 Samarinda. Data were collected by questionnaire and analyze using multiple regression analysis to determine how much the relationship and the predictive ability of the independent variables on the dependent variable. Population in this study is 329 students in SMA Negeri 1 Samarinda. The sample in this study was 100 students in SMA Negeri 1 Samarinda obtained using purposive sampling. Technique data analyze in this study using SPSS version 22.0 for windows 7. The results showed a positive and very significant relationship between peer conformity and consumer lifestyle with self-confidence with F calculate $> F$ table = $17.409 > 3.150$, $R^2 = 0.264$, dan $p = 0.000 < 0.050$. There was a negative and significant relationship between peer conformity with self confidence with $\beta = -0.288$, t calculate $> t$ table = $-3.232 > 1.985$, dan $p = 0.002 < 0.050$. Then there was a positive and significant relationship between consumer lifestyle with self-confidence with $\beta = 0.370$, t calculate $> t$ table = $4.150 > 1.984$, dan $p = 0.000 < 0.050$.*

Keywords: *Self Confidence, Peer Conformity, Consumer Lifestyle.*

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan konformitas dan gaya hidup konsumen dengan kepercayaan diri di SMA Negeri 1 Samarinda. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda untuk mengetahui seberapa besar hubungan dan kemampuan prediksi variabel independen terhadap variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah 329 siswa di SMA Negeri 1 Samarinda. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 siswa di SMA Negeri 1 Samarinda yang diperoleh dengan menggunakan purposive sampling. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 22.0 for windows 7. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang positif dan sangat signifikan antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup konsumen dengan kepercayaan diri dengan F hitung $> F$ tabel = $17.409 > 3.150$, $R^2 = 0.264$, dan $p = 0,000 < 0,050$. Ada hubungan negatif dan signifikan antara konformitas teman sebaya dengan kepercayaan diri dengan $\beta = -0,288$, t hitung $> t$ tabel = $-3,232 > 1,985$, dan $p = 0,002 < 0,050$. Kemudian terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara gaya hidup konsumen dengan kepercayaan diri dengan $\beta = 0,370$, t hitung $> t$ tabel = $4,150 > 1,984$, dan $p = 0,000 < 0,050$.

Kata Kunci: Keyakinan Diri, Kesesuaian Teman, Gaya Hidup Konsumen.

¹ Email: azhariulfa@yahoo.com

PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan periode transisi kehidupan manusia dari anak-anak menuju dewasa, yang di dalamnya terdapat proses pencarian jati diri, hal ini menyebabkan seorang remaja mudah untuk ikut atau terimbas hal-hal yang tengah terjadi di sekitarnya (Santrock, 2003). Kepercayaan diri merupakan salah satu unsur kepribadian yang memegang peranan penting bagi kehidupan manusia. Banyak ahli mengakui bahwa kepercayaan diri merupakan faktor penting penentu kesuksesan seseorang. Banyak tokoh-tokoh hebat yang mampu menggapai kesuksesan dalam hidup karena mereka memiliki karakter yang disebut kepercayaan diri. Sebagaimana pernyataan yang diungkap oleh Spencer (1993) bahwa *self confidence* atau kepercayaan diri merupakan model umum yang dimiliki para unggulan (*superior performers*). Surya (2009) menyatakan bahwa percaya diri ini menjadi bagian penting dari perkembangan kepribadian seseorang, sebagai penentu atau penggerak bagaimana seseorang bersikap dan bertingkah laku.

Tidak dapat disangkal lagi bahwa untuk mencapai suatu pencapaian dalam hidup manusia membutuhkan kepercayaan diri, namun permasalahannya banyak orang yang tidak memiliki rasa percaya diri meski pandai secara akademik. Hal ini dikarenakan kepercayaan diri ini bukan sesuatu yang dapat tumbuh dan ada dalam diri seseorang dengan sendirinya. Sebagaimana yang dikatakan oleh Afiatin (1998) bahwa kepercayaan diri berkembang melalui interaksi individu dengan lingkungan. Lingkungan psikologis dan sosiologis yang kondusif akan menumbuhkan dan meningkatkan kepercayaan diri seseorang. Demikian pula yang diungkap oleh Surya (2009) yang menyatakan bahwa perkembangan percaya diri ini sangat tergantung dari pematangan pengalaman dan pengetahuan seseorang. Dengan demikian untuk menjadi seseorang dengan kepercayaan diri yang kuat memerlukan proses dan suasana yang mendukung.

Percaya diri tidak muncul begitu saja pada diri seseorang. Percaya diri timbul dalam diri pribadi seseorang melalui proses belajar, memahami diri sendiri, orang lain dan lingkungan. Jadi, percaya diri merupakan hasil dari proses pembelajaran dan lingkungan. Salah satu langkah pertama dan utama dalam membangun rasa percaya diri adalah dengan

memahami dan meyakini kelebihan dan kelemahan masing-masing. Kelebihan yang ada didalam diri seseorang harus dikembangkan dan dimanfaatkan agar menjadi produktif dan berguna bagi orang lain (Hakim, 2005).

Kepercayaan diri merupakan sesuatu yang penting untuk dimiliki setiap individu. Kepercayaan diri diperlukan baik oleh seorang anak maupun orang tua secara individual maupun kelompok (Gufron dan Risnawita, 2010). Kepercayaan diri seseorang merupakan salah satu aspek kepribadian yang menunjukkan kualitas dari individu itu sendiri. Kepercayaan diri berfungsi penting untuk mengatualisasikan potensi yang dimiliki seseorang.

Terkait dengan pembelajaran, kepercayaan diri merupakan hal utama yang harus dimiliki oleh seorang siswa dalam belajar juga dalam kehidupan sehari-hari. Tingkat kepercayaan diri yang baik memudahkan dalam mendapatkan teman, membangun hubungan, dan meningkatkan prestasi. Begitu pentingnya kepercayaan diri bagi seorang siswa demi menunjang pendidikannya.

Fenomena yang terjadi pada sebuah sekolah di Samarinda menunjukkan bahwa adanya pengaruh-pengaruh dari luar dirinya yaitu terutama lingkungan sekolah yang dapat menentukan tinggi atau rendahnya kepercayaan diri. Pengaruh tersebut berasal dari yang dilakukan oleh teman-temannya serta apa yang digunakan oleh lingkungan sekitarnya.

Baron dan Byrne (2005) mengemukakan bahwa konformitas teman sebaya adalah jenis perilaku sosial dimana individu merubah sikap dan tingkah laku agar sesuai dengan norma sosial. Konformitas mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan remaja seperti pilihan terhadap aktivitas sekolah atau sosial yang akan diikuti, penampilan, bahasa yang digunakan, sikap dan nilai-nilai yang dianut. Melakukan konformitas pada remaja umumnya terdiri atas keinginan untuk dilibatkan di dalam dunia teman sebaya, berpakaian seperti teman-teman dan keinginan untuk meluangkan waktu dengan anggotanya. Pada kelompok sosial formal seperti pada lingkungan sekolah, dunia kerja atau organisasi lain mereka memahami perilaku yang bisa diterima dalam kelompok ini, sehingga perilaku mereka pun terpengaruh oleh norma kelompok. Dalam hal membeli produk maupun jasa, konsumen juga berkiblat pada kelompoknya (Prasetijio, 2005).

Penelitian yang dilakukan oleh Damayanti (2014) bahwa terdapat hubungan yang positif dan sangat signifikan antara perilaku konformitas dan kepercayaan diri remaja putri dengan gaya hidup konsumtif. Sejalan pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Martini (2015) bahwa kepercayaan diri melakukan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh konformitas teman sebaya sebesar 23.9%.

Pada usia remaja, pilihan-pilihan konsumsi sangat dipengaruhi aktivitas yang ditekuninya, teman-temannya dan penampilan generasi itu (Santrock, 2003). Karakter ini menjadikan remaja merupakan pasar yang paling potensial untuk menjual dan memasarkan berbagai macam produk. Hal ini menyebabkan remaja tersebut berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat dewasa ini. Kebiasaan dan gaya hidup sekarang ini cepat mengalami perubahan dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah yang kian mewah dan berlebihan.

Sumartono (dalam Al-Ghifari, 2003) menyatakan bahwa seseorang yang konsumtif mempunyai karakteristik membeli produk untuk menjaga status, penampilan, dan gengsi, memakai sebuah produk karena adanya unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk tersebut, adanya penilaian bahwa dengan memakai atau membeli produk dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri, membeli produk dengan pertimbangan harga bukan karena manfaat dan kegunaannya, membeli karena kemasan produk yang menarik, membeli produk karena iming-iming hadiah dan mencoba produk sejenis dengan dua merk yang berbeda.

Gaya hidup konsumtif ini cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan. Keinginan tersebut yang membuat seseorang menjadi lebih percaya diri di hadapan orang-orang sekitarnya. Pembelian suatu produk ini bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan (*need*) melainkan karena keinginan (*want*). Barang yang dijadikan gaya hidup remaja biasanya bersifat *fashionable* dan sedang trend saat ini.

Acharya dan Gupta (2016) dalam penelitiannya menemukan bahwa pengaruh utama adanya gaya hidup konsumtif karena rasa kurang percaya diri

dalam diri remaja. Murbani (2010) mengatakan dalam penelitiannya mengenai pengaruh kepercayaan diri terhadap gaya hidup konsumtif menyebutkan bahwa terdapat korelasi negatif dan signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi kepercayaan diri remaja, maka perilaku konsumtifnya semakin rendah. Sebaliknya, semakin rendah kepercayaan diri remaja maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri yang dikemukakan oleh McClelland (Luxori, 2005) adalah sebuah kontrol internal, perasaan akan adanya sumber kekuatan dalam diri, sadar akan kemampuan-kemampuan dan bertanggung jawab terhadap keputusan-keputusan yang telah ditetapkannya. Pendapat lain mengungkapkan bahwa kepercayaan diri adalah suatu keyakinan dalam diri seseorang bahwa individu mampu meraih kesuksesan dengan berpijak pada usahanya sendiri (Lie, 2008).

Hurlock (1999) menjelaskan bahwa perkembangan kepercayaan diri pada masa remaja dipengaruhi oleh:

- a. Pola Asuh
Pola asuh yaitu pola asuh yang demokratis dimana anak diberikan kebebasan dan tanggung jawab untuk mengemukakan pendapatnya dan melakukan apa yang sudah menjadi tanggung jawabnya
- b. Kematangan Usia
Remaja yang matang lebih awal, yang diperlakukan seperti orang yang hampir dewasa, mengembangkan konsep diri yang menyenangkan, sehingga dapat menyesuaikan diri dengan baik
- c. Jenis Kelamin
Jenis kelamin terkait dengan peran yang akan dibawakan. Laki-laki cenderung merasa lebih percaya diri karena sejak awal masa kanak-kanak sudah disadarkan bahwa peran pria memberi martabat yang lebih terhormat daripada peran wanita, sebaliknya perempuan dianggap lemah dan banyak peraturan yang harus dipatuhi
- d. Penampilan Fisik
Penampilan fisik sangat mempengaruhi pada rasa percaya diri, daya tarik fisik yang dimiliki sangat mempengaruhi dalam pembuatan penilaian tentang ciri kepribadian seorang remaja,

- e. Hubungan Keluarga
Remaja yang mempunyai hubungan yang erat dengan seorang anggota keluarga akan mengidentifikasi diri dengan orang ini dan ingin mengembangkan pola kepribadian yang sama.
- f. Teman sebaya
Teman sebaya mempengaruhi pola kepribadian remaja dalam dua cara, yaitu: pertama, konsep diri remaja dan kedua, ia berada dalam tekanan untuk mengembangkan ciri-ciri kepribadian yang diakui oleh kelompok.
- Menurut Ghuffron (2010) aspek-aspek dalam kepercayaan diri adalah:
- Keyakinan akan kemampuan diri yaitu sikap positif seseorang tentang dirinya bahwa individu mengerti sungguh-sungguh akan apa yang dilakukannya.
 - Optimis yaitu sikap positif individu yang selalu berpandangan baik dalam menghadapi segala hal tentang diri, harapan dan kemampuannya.
 - Obyektif yaitu individu yang percaya diri memandang permasalahan atau sesuatu sesuai dengan kebenaran yang semestinya.
 - Bertanggung jawab yaitu kesediaan individu untuk menanggung segala sesuatu yang telah menjadi konsekuensinya.
 - Rasional yaitu analisa terhadap sesuatu masalah, hal dan kejadian dengan menggunakan pemikiran yang dapat diterima oleh akal dan sesuai dengan kenyataan.

Konformitas Teman Sebaya

Istilah gaya hidup (*lifestyle*) sekarang ini kabur. Sementara istilah ini memiliki arti sosiologis yang lebih terbatas dengan merujuk pada gaya hidup yang khas dari berbagai kelompok status tertentu, dalam budaya konsumen kontemporer istilah ini mengkonotasikan individualitas, ekspresi diri, serta kesadaran diri yang semu. Tubuh, busana, bicara, hiburan saat waktu luang, pilihan makanan dan minuman, rumah, kendaraan, dan pilihan hiburan, dan seterusnya di pandang sebagai indikator dari individualitas selera serta rasa gaya dari pemilik atau konsumen (Featherstone, 2005).

Menurut Baron & Bryne (2005), faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas adalah:

- Kohesivitas dan Konformitas
Kohesivitas merupakan derajat ketertarikan yang dirasa oleh individu terhadap suatu kelompok. Ketika kohesivitas tinggi, artinya adalah ketika

seseorang menyukai dan mengagumi suatu kelompok orang-orang tertentu maka tekanan untuk melakukan konformitas bertambah besar, dan sebaliknya.

- Konformitas dan Ukuran Kelompok
Asch dan peneliti lainnya dalam Baron dan Bryne (2005) menemukan bahwa konformitas meningkat sejalan dengan bertambahnya jumlah anggota kelompok hingga delapan orang anggota tambahan atau lebih yang mana sebelumnya hanya 3 orang atau lebih.
- Norma Sosial Deskriptif dan Norma Sosial Injungtif
Norma deskriptif adalah norma yang hanya mendeskripsikan apa yang sebagian besar orang lakukan pada situasi tertentu. Sedangkan norma injungtif menetapkan apa yang harus dilakukan dan tingkah laku apa yang diterima atau yang tidak diterima pada situasi tertentu.

Taylor, dkk (2004) membagi aspek konformitas menjadi lima, yaitu:

- Peniruan
Keinginan individu untuk sama dengan orang lain baik secara terbuka atau ada tekanan (nyata atau dibayangkan) menyebabkan konformitas.
- Penyesuaian
Keinginan individu untuk dapat diterima orang lain menyebabkan individu bersikap konformitas terhadap orang lain. Individu biasanya melakukan penyesuaian pada norma yang ada pada kelompok.
- Kepercayaan
Semakin besar keyakinan individu pada informasi yang benar dari orang lain semakin meningkat ketepatan informasi yang memilih *conform* terhadap orang lain.
- Kesepakatan
Sesuatu yang sudah menjadi keputusan bersama menjadikan kekuatan sosial yang mampu menimbulkan konformitas.
- Ketaatan
Respon yang timbul sebagai akibat dari kesetiaan atau ketertundukan individu atas otoritas tertentu, sehingga otoritas dapat membuat orang menjadi conform terhadap hal-hal yang disampaikan.

Gaya Hidup Konsumtif

Konformitas adalah pengaruh sosial dalam bentuk penyamaan pendapat atau pola tingkah laku seorang terhadap orang lain yang mempengaruhinya

(Prayitno, 2009). Suryawati dan Maryati (2006) mendefinisikan konformitas sebagai bentuk interaksi yang didalamnya seseorang berperilaku sesuai dengan harapan kelompok atau masyarakat dimana ia tinggal, yang berarti konformitas adalah suatu proses penyesuaian diri dengan masyarakat dengan cara mentaati norma dan nilai-nilai masyarakat. Konformitas biasanya menyebabkan timbulnya kepatuhan dan ketaatan.

Menurut Well dan Tigert (2012) aspek-aspek dari gaya hidup konsumtif adalah:

a. Minat

Minat diartikan sebagai apa yang menarik dari suatu lingkungan individu tersebut memperhatikannya. Minat dapat muncul terhadap suatu objek, peristiwa atau topik yang menekankan pada unsur kesenangan hidup.

b. Aktivitas

Aktivitas yang dimaksud adalah cara individu menggunakan waktunya yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat.

c. Opini

Opini adalah pendapat seseorang yang diberikan dalam merespon situasi ketika muncul pertanyaan-pertanyaan atau tentang isu-isu sosial dan produk-produk yang berkaitan dengan hidup.

Menurut Kotler (2012) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal).

a. Faktor internal, adapun faktor internalnya sebagai berikut:

- 1) Sikap, sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku.
- 2) Pengalaan dan pengamatan, dapat dipengaruhi pengalaman sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman, hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.
- 3) Kepribadian, adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

4) Konsep diri, konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan *image* merek.

5) Motif, perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap *prestise* merupakan beberapa contoh tentang motif.

6) Persepsi, adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenali lingkungannya.

b. Faktor eksternal, adapun faktor eksternal nya sebagai berikut:

1) Kelompok acuan. Kelompok acuan adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang.

2) Keluarga. Keluarga memegang peran terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu.

3) Kelas sosial. Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang dan para anggota dalam setiap jenjang memiliki nilai, minat dan tingkah laku yang sama.

4) Kebudayaan, kebudayaan meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasi. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 orang siswa SMA Negeri 1 Samarinda. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala likert. Alat pengukuran atau instrumen yang digunakan terdapat tiga macam, yakni: skala kepercayaan diri, gaya hidup konsumtif, konformitas teman sebaya. Selain itu, pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan uji coba terpakai atau *try out* terpakai, yaitu pengambilan data satu kali namun digunakan untuk dua keperluan sekaligus yaitu uji coba alat ukur (perhitungan validitas dan reliabilitas) dan uji hipotesis. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji regresi

linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 22.0 for windows.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas teman sebaya dengan kepercayaan diri, hubungan antara gaya hidup konsumtif dengan kepercayaan diri dan hubungan antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup konsumtif dengan kepercayaan diri siswa-siswa SMA Negeri 1 Samarinda dengan jumlah sampling sebanyak 100 siswa dan menggunakan teknik *non probability sampling*. Adapun hasil penelitian dengan perhitungan statistik yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Hubungan antara Konformitas Teman Sebaya dan Gaya Hidup Konsumtif dengan Kepercayaan Diri

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup konsumtif dengan kepercayaan diri siswa-siswa SMA Negeri 1 Samarinda dengan $F_{hitung} > F_{tabel} = 17.409 > 3.150$, $R^2 = 0.264$, dan $p = 0.000 < 0.050$. Hal ini berarti bahwa hipotesis pertama dalam pengujian regresi model penuh diterima artinya semakin tinggi konformitas teman sebaya dan gaya hidup konsumtif, maka semakin tinggi pula kepercayaan diri yang dimiliki siswa SMA Negeri 1 Samarinda.

Sumbangan efektif yang diberikan variabel konformitas teman sebaya dan gaya hidup konsumtif dengan kepercayaan diri usaha sebesar 26.4%. Dengan demikian masih ada 73.6% faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepercayaan diri. Faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi kepercayaan diri yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti yang dikemukakan oleh Hurlock (1999) dan Hakim (dalam Polpoke, 2004), yakni: pola asuh, kematangan usia, jenis kelamin, penampilan fisik, hubungan keluarga, teman sebaya, lingkungan keluarga, pendidikan formal, pendidikan non formal, lingkungan kerja.

Konformitas terhadap tekanan teman sebaya pada remaja dapat menjadi positif ataupun negatif. Remaja yang terlibat dengan tingkah laku akibat dari *konform* yang negatif seperti menggunakan bahasa asal-asalan, mencuri, coret-mencoret, dan memperlakukan orang tua dan guru. Konformitas pada remaja tidak semuanya berpengaruh negatif, namun adapula yang berpengaruh positif. Konformitas

pada remaja yang tidak negatif dan merupakan keinginan untuk terlibat dalam dunia teman sebaya, misalnya berpakaian seperti teman-temannya dan ingin menghabiskan waktu dengan teman perkumpulannya (Camerana dalam Santrock, 2003).

Myers (2005) menyatakan bahwa terdapat dua dasar pembentuk konformitas yaitu pengaruh normatif dan pengaruh informasional. Menurut Carmen (2008), kedua pengaruh diatas memiliki peranan dalam diri seseorang di saat melakukan proses konsumsi.

Rasimin (dalam Hidayati, 2001) menyatakan bahwa seseorang menjadi konsumtif karena adanya *inferiority complex*, yaitu perasaan kecil dan rendah diri. Untuk menutupi hal tersebut mereka cenderung membeli barang yang mempunyai arti simbolik sehingga dapat meningkatkan gaya hidup konsumtifnya. Harter (dalam Santrock, 2003) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara penampilan diri dengan gaya hidup konsumtif pada remaja. Berkaitan dengan perilaku konsumtifnya, remaja putri yang memiliki gaya hidup konsumtif tinggi dapat mengontrol perilaku tersebut karena tidak harus memikirkan pemakaian barang-barang yang dapat meningkatkan gaya hidup konsumtifnya. Sebaliknya, remaja putri yang memiliki gaya hidup konsumtif rendah, akan memikirkan pemakaian barang-barang yang dapat meningkatkan gaya hidup konsumtifnya sehingga mereka cenderung berperilaku konsumtif.

Penelitian yang dilakukan oleh Damayanti (2014) bahwa terdapat hubungan yang positif dan sangat signifikan antara perilaku konformitas dan kepercayaan diri remaja putri dengan gaya hidup konsumtif. Menurut Iswidharmajaya & Agung (2004), individu dapat mempunyai percaya diri yang baik apabila individu tersebut cenderung realistis terhadap kemampuan diri sendiri dan menghargai diri sendiri tanpa terpengaruh oleh sikap atau pendapat orang lain, merasa optimis, berpikir positif, tenang, aman, tidak mudah cemas dan tidak ragu-ragu menghadapi permasalahan.

Kepercayaan diri akan menyebabkan individu menjadi optimis dalam hidup, setiap persoalan yang datang akan dihadapi dengan tenang dan mempunyai keyakinan untuk berhasil (Rubbin, 1989). Menurut Thursan Hakim (2005) rasa percaya diri tidak muncul begitu saja pada diri seseorang ada proses tertentu didalam pribadinya sehingga terjadilah pembentukan rasa percaya diri.

2. Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya dengan Kepercayaan Diri

Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara konformitas teman sebaya dengan kepercayaan diri siswa-siswa SMA Negeri 1 Samarinda dengan perolehan $\beta = -0.288$, $t_{hitung} > t_{tabel} = -3.232 > 1.985$, dan $p = 0.002 < 0.050$. Hal ini berarti bahwa hipotesis kedua dalam pengujian regresi model bertahap pertama diterima, artinya semakin tinggi konformitas teman sebaya maka semakin tinggi pula kepercayaan diri yang dimiliki oleh siswa SMA Negeri 1 Samarinda.

Maukar (2013) menyatakan bahwa usia remaja rentan terhadap perilaku konformitas. Suatu konformitas biasanya lebih rentan terjadi pada remaja usia 12 tahun sampai 18 tahun, yaitu pada usia remaja awal hingga remaja tengah. Adapun Gerrard, et al dan Gibbons, et al (dalam Teunissen, et al, 2012) telah mengemukakan bahwa remaja yang paling memungkinkan untuk melakukan konformitas terhadap norma-norma teman sebaya jika teman sebaya memiliki citra sosial yang diinginkan dan jika remaja percaya bahwa dengan beradaptasi dengan norma-norma tersebut mereka bisa mendapatkan karakteristik yang sama dengan teman sebaya.

Selama masa remaja, tekanan untuk melakukan konformitas meningkat (Anastasia, 2006). Remaja dalam hal ini mendapatkan pengaruh kuat dari teman sebaya, dimana remaja mengalami perubahan-perubahan tingkah laku sebagai salah satu usaha penyesuaian. Dalam hal ini remaja dihadapkan pada segala macam kepribadian dan pergaulan yang berbeda-beda, sehingga remaja berusaha akan mencari teman yang mempunyai minat yang sama. Saat menemukan teman maupun kelompok yang nyaman bagi remaja tersebut, remaja akan sulit untuk melepaskan diri dari kelompok sebaliknya remaja akan mulai mengadopsi nilai-nilai yang ada dalam suatu kelompok tersebut.

Konformitas terjadi pada remaja karena pada perkembangan sosialnya, remaja melakukan dua macam gerak yaitu remaja mulai memisahkan diri dari orangtua dan menuju ke arah teman-teman sebaya. Kuatnya pengaruh kelompok dalam lingkungan sekolah akan mempengaruhi perilaku dan sifat konformitas dalam diri siswa. Bahkan apabila sikap konformitas yang dilakukan siswa dalam rentang waktu yang relatif lama akan menjadi bagian dari kepribadian siswa Monks (2004).

Penelitian yang dilakukan oleh Martini (2015) bahwa kepercayaan diri melakukan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh konformitas teman sebaya sebesar 23.9%. Menurut Al-Ghifari (2003) kepercayaan diri merupakan modal utama untuk mencapai sukses serta dalam menghadapi kehidupan yang kompleks dan kompetitif. Lauster (2003) mengemukakan bahwa kepercayaan diri merupakan salah satu ciri kepribadian yang mengandung arti keyakinan akan kemampuan diri sendiri, sehingga individu tidak mudah terpengaruh oleh orang lain. Rasa percaya diri yang kuat sebenarnya hanya merujuk pada adanya beberapa aspek dari kehidupan individu tersebut dimana ia merasa memiliki kompetensi, yakin, mampu dan percaya bahwa dia bisa, karena didukung oleh pengalaman, potensi aktual, prestasi serta harapan yang realistis terhadap diri sendiri.

Siswa yang memiliki rasa percaya diri akan antusias, memiliki tekad, proaktif, tekun, rajin dan pantang menyerah (Syaiyfullah, 2010). Jika sudah tertanam rasa percaya diri pada siswa maka siswa merasa senang, tidak terbebani dan dengan penuh perhatian mengikuti pelajaran.

3. Hubungan antara Gaya Hidup Konsumtif dengan Kepercayaan Diri

Hasil uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara gaya hidup konsumtif dengan kepercayaan diri siswa-siswa SMA Negeri 1 Samarinda dengan perolehan $\beta = 0.370$, $t_{hitung} > t_{tabel} = 4.150 > 1.984$, dan $p = 0.000 < 0.050$. Hal ini berarti bahwa hipotesis ketiga dalam pengujian regresi model bertahap kedua diterima, artinya semakin tinggi gaya hidup konsumtif maka semakin tinggi pula kepercayaan diri yang dimiliki siswa SMA Negeri 1 Samarinda.

Keadaan ekonomi tiap individu yang berbeda dapat mempengaruhi diri mereka untuk mengkonsumsi barang yang berlebihan sebagai bentuk bahwa remaja dapat mengikuti perkembangan yang terjadi saat ini. Proses tersebut berawal dari modal dari seseorang, yaitu diantaranya (1) kondisi objektif seorang remaja terhadap suatu hal, (2) habitus yaitu kebiasaan seseorang dalam kehidupan sehari-harinya, (3) disposisi, (4) gaya hidup, (5) sistem tanda, dan (6) selera seseorang terhadap hal baru. Dari proses inilah kemudian timbul adanya dimensi gaya hidup yang berhubungan dengan aktivitas (bagaimana seseorang dapat melakukan aktivitas dalam menghabiskan waktu

luangnya), minat (apa yang menarik atau yang paling penting dari diri seseorang), dan opini (pendapat dan pandangan mereka terhadap dunia mereka dan dunia sekitarnya) (Sumarwan, 2011).

Predikat konsumtif biasanya melekat pada seseorang bila orang tersebut telah membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, sebab pembelian tidak lagi didasarkan berdasarkan faktor kebutuhan, tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan (Lina dan Rosyid, 1997).

Acharya dan Gupta (2016) dalam penelitiannya menemukan bahwa pengaruh utama adanya gaya hidup konsumtif karena rasa kurang percaya diri dalam diri remaja. Koentjoraningrat dan Martaniah (1998) hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa indikator dari kepercayaan diri salah satunya individu merasa kuat terhadap tindakan yang dilakukan ini terjadi karena adanya keyakinan terhadap kekuatan, kemampuan dan keterampilan yang dimiliki. ia merasa optimis, cukup ambisius, tidak selalu memerlukan bantuan orang lain dan sanggup bekerja keras.

Lie (2003) mengungkapkan bahwa melambungkan rasa percaya diri merupakan salah satu fasilitator untuk mengevaluasi diri bagi jiwa seseorang. Seseorang yang percaya diri dapat menyelesaikan tugas atau pekerjaan yang sesuai dengan tahapan perkembangan dengan baik, merasa berharga, mempunyai keberanian, dan kemampuan untuk meningkatkan prestasinya, mempertimbangkan berbagai pilihan, serta membuat keputusan sendiri merupakan perilaku yang mencerminkan percaya diri.

Kepercayaan diri membawa kekuatan dalam mengatur langkah individu. Kepercayaan diri yang besar akan mendorong pikiran berpikir besar. Kepercayaan diri akan menjadikan individu mampu merasakan tentang diri sendiri dan individu akan merefleksikan perilakunya tanpa disadari. Individu yang percaya diri lebih *independent*, tidak tergantung orang lain, mampu memikul tanggung jawab yang diberikan, bisa menghargai diri sendiri, tidak mudah mengalami frustrasi, serta memiliki emosi yang lebih hidup dan stabil (Santrock, 2003).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan positif dan sangat signifikan antara konformitas teman sebaya dengan kepercayaan diri pada siswa SMA Negeri 1 Samarinda.
2. Terdapat hubungan negatif dan sangat signifikan antara gaya hidup konsumtif dengan kepercayaan diri pada siswa SMA Negeri 1 Samarinda.
3. Terdapat hubungan positif dan sangat signifikan antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup konsumtif dengan kepercayaan diri pada siswa SMA Negeri 1 Samarinda.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan hasil yang diperoleh, sehingga dengan ini penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Remaja
Remaja disarankan untuk berpikir realistis terhadap kemampuan diri sendiri dan menghargai diri sendiri tanpa terpengaruh oleh sikap atau pendapat orang lain, merasa optimis, berpikir positif, tenang, aman, tidak mudah cemas dan tidak ragu-ragu menghadapi permasalahan-permasalahan masa remaja.
2. Bagi Orang Tua
Orang tua disarankan untuk terus membimbing anaknya dan memberikan semangat. Tidak memberikan uang jajan secara berlebihan agar anaknya dapat menggunakannya untuk membeli kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan sekolah.
3. Bagi Guru
Guru disarankan untuk memberikan pengawasan dan mengontrol perilaku anak didiknya. Memperhatikan perubahan-perubahan tingkah laku yang mengarah kepada kenakalan remaja dan mengalihkan perilakunya untuk bersaing dalam pelajaran dengan teman-temannya agar bisa berprestasi.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama, disarankan untuk melakukan penelitian tidak terbatas pada siswa sekolah saja akan tetapi juga pada remaja akhir maupun dewasa awal.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiatin, T., & Martinah S. M. (1998). *Peningkatan Kepercayaan Diri Remaja Melalui Konseling Kelompok*. *Jurnal Psikologiku*, 6, (2).
- Al-Ghifari. (2003). *Remaja Korban mode*. Bandung: Mujahid.
- Anastasia, A., & Urbina, S. (2006). *Tes Psikologi*. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Acharya., & Gupta. (2016). Self-Image Enhancement through Branded Accessories among Youths: A Phenomenological Study in India. *The Qualitative Report Article 2*. Vol. 21 No. 7 1203-1215.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). *Psikologi Sosial (10th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Featherstone, M. (2005). *Posmodernisme dan Budaya Konsumen (Penerjemah Misbah Zulfa Elizabeth)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghufro, N. M., & Rini, R. S. (2010). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hakim, T. (2005). *Mengatasi Rasa Tidak Percaya Diri*. Jakarta, Puspa Swara.
- Hidayati. (2001). *Pendidikan Ilmu Sosial Dasar*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hurlock, E. B. (1999). *Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan, Edisi 5*. Surabaya: Gelora Aksara Pratama Erlangga.
- Iswidharmajaya., & Agung. (2004). *Suatu Hari Menjadi Lebih Percaya Diri*. Jakarta PT. Elex Media Komputindo.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Prehalindo.
- Lautser, P. (2006). *Tes Kepribadian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Lie, A. (2003). *101 Cara menumbuhkan Rasa Percaya Diri Anak*. Jakarta: Elek Media Kumpulan Do Gramedia.
- Lina., & Rosyid. (1997). Perilaku Konsumtif berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putri. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*. Vol 4 (11), Pp. 5-13.
- Luxori, Y. (2005). *Percaya Diri*, Jakarta: Khalifa.
- Martini. (2015). Metode Ceramah dan Diskusi, Problem Solving Terhadap Perubahan Pengetahuan, Sikap Dan Prilaku Seks Pranikah. *Jurnal Kebidanan dan Keperawatan*, Vol. 11, No. 1, Juni 2015: 26-35.
- Maukar, D. C. (2013). Hubungan Konformitas Remaja dan Identitas Sosial dengan Brand Loyalty pada Merek Starbucks Coffee. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. Vol. 2 (2).
- Monks, F. J. (2004). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya – Cet. 14*. Yogyakarta: Gajah mada University Press.
- Polpoke, M. (2004). Pengaruh MLM (*Multi Level Marketing*) HD (*High Disert*) terhadap kepercayaan diri mahasiswa selaku distributor HD. *Skripsi*. Fakultas Psikologi UIN Malang.
- Prasetyo, R., & John, I. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Santrock, J. W. (2003). *Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Spencer, L., & Signe M. S. (1993). *Competence at Work, Models For Superior Performance* Canada: John Wiley & Sons Inc.
- Taylor, et al. (2009). *Psikologi Sosial Edisi 12*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Teunissen, H. A., Spijkerman, R., Prinstein, M. J., Cohen, G. L., Engels, R. C. M. E., & Scholte, R. H. J. (2012). Adolescents' Conformity to Their Peers' Pro-Alcohol and Anti Alcohol Norms: The Power of Popularity. *Alcohol Clin Exp Res*. Vol. 36 (7), Pp. 1257–1267.