

**PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF PADA SISWA SMA DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

¹ Dyanti Mahrunnisya, ²Mintasih Indriayu ³Dewi Kusuma Wardani
¹²³Universitas Sebelas Maret
dyantianis@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of peer conformity on consumptive behavior in students in the city of Bandar Lampung. The method used in this research is descriptive verification method with ex post facto and survey approaches. Data collection techniques were carried out using a questionnaire. The population in this study were all students of class XI IPS of Senior High School in Bandar Lampung, which consisted of 17 schools. The sample in this study was taken by dividing 17 schools based on the ranking strata namely high, medium, low, based on the value of passing grade to enter the school, then selected three schools randomly to represent each rank. Then the researchers had a population of 414 people. The sampling technique in this study was Proportional Stratified Random Sampling, with a total sample of 165 students. The questionnaire used in this study uses a Likert scale, which is a measurement scale used to measure people's attitudes, opinions, and perceptions about social phenomena. The results showed the influence of peer conformity on consumptive behavior by 32.4%. Conformity is one factor a person becomes consumptive, the higher a person's conformity, the higher the consumptive behavior.

Keywords: *conformity, consumptive, student*

PENDAHULUAN

Peradaban dunia semakin berkembang dan dibarengi dengan teknologi yang semakin canggih merupakan padupadan suatu keadaan yang istimewa. Namun, tidak semua hal yang istimewa ini memberikan dampak yang positif, ada beberapa dampak negatif yang terjadi salah satunya adalah perubahan budaya, yaitu budaya konsumtif. Menurut Soebiakto seorang pengamat digital *lifestyle*, internet telah mengambil peran yang sangat signifikan dalam kehidupan masyarakat Indonesia, dari seluruh pengguna internet tersebut, sekitar 49 persen berasal dari kalangan generasi milenial yang menggunakan internet untuk melakukan segala jenis transaksi, dari transportasi, membeli makanan, jalan-jalan, hingga berbelanja pakaian dan kebutuhan sehari-hari. Kebutuhan tidak lagi sekedar berkaitan

dengan manfaat suatu benda, akan tetapi berkaitan dengan unsur simbolik untuk menandai simbol sosial tertentu, seperti yang diungkapkan oleh Goldsmith, Flynn, dan Clark (2012) untuk menunjukkan status sosial seorang konsumen, salah satu cara adalah melalui pembelian dan memamerkan suatu produk.

Ada banyak alasan perilaku konsumtif lebih cenderung dilakukan oleh remaja, diantaranya adalah secara psikologis remaja masih berada dalam proses mencari jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh luar baik itu yang positif atau negatif, seperti yang diungkapkan oleh Scully dan Moital (2016) pengaruh sosial berdampak terhadap pikiran, perasaan dan tindakan individu, beberapa aktivitas yang dilakukan dipengaruhi oleh orang lain. Salah satu pengaruh yang dominan pada remaja yang

pada umumnya merupakan siswa pada suatu tingkatan satuan pendidikan adalah teman sebaya. Usia remaja merupakan usia dimulainya seseorang ingin diakui keberadaannya, remaja melakukannya dengan berbagai cara untuk berusaha menjadi bagian dari lingkungan. Batasan usia remaja yang umumnya menurut Deswita (2006) adalah 12 hingga 21 tahun. Rentang usia remaja ini biasanya dibedakan atas tiga fase yaitu fase remaja awal (12-15 tahun), fase remaja pertengahan (15-18 tahun), fase remaja akhir (18-21 tahun).

Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti atribut yang sedang trendi. Fenomena konformitas merupakan hal yang kerap terjadi pada remaja khususnya di lingkungan sekolah. Menurut Erikson (dalam Gunarsa, 2004), masa remaja adalah masa pencarian identitas diri, dimana identitas diri ini dibentuk dari hubungan psikososial remaja dengan individu lain yaitu dengan teman dan sahabat. Hubungan psikososial sesama remaja dalam mengidentifikasi diri dan merasa nyaman disebut dengan istilah kelompok teman sebaya (Larson & Richard dalam Papalia, 2005).

Berdasarkan hasil wawancara dengan remaja dengan status siswa SMA Kota Bandar Lampung, terdapat indikasi adanya perilaku konsumtif, hal ini dibuktikan dengan adanya remaja yang memiliki kecenderungan suka membeli suatu produk tanpa rencana, seorang remaja mencontohkan pergi ke suatu pusat perbelanjaan dengan tujuan mengisi ulang parfum. Namun, pada akhirnya tanpa perencanaan membeli suatu produk *fashion*. Vohs & Faber (2007: 1-14) menyatakan konsumtif dapat didefinisikan sebagai keinginan spontan untuk membeli, tanpa mempertimbangkan alasan mengapa dan untuk apa seseorang harus memiliki produk tersebut. Adapula yang suka membeli produk yang berlabel diskon, dan membeli produk yang unik dan lucu bukan atas dasar manfaat barang tersebut.

Kuatnya pengaruh kelompok dalam lingkungan sekolah akan mempengaruhi perilaku dan sifat konformis pada diri remaja. Sikap konformis dalam rentang waktu yang relatif lama akan menjadi bagian dari

kepribadian seseorang remaja. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif dikalangan remaja merupakan salah satu fenomena yang sedang marak terjadi. Perilaku konsumtif dapat terus mengakar di dalam gaya hidup remaja, dan menjadi masalah ketika kecenderungan yang sebenarnya wajar dilakukan secara berlebihan. Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti remaja yang masih berstatus sebagai pelajar dengan judul *Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sudut pandang deskriptif metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan *ex post facto* dan *survey*. Metode deskriptif adalah metode yang bertujuan untuk menggambarkan atau melukiskan keadaan objek atau subjek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya, sedangkan verifikatif menunjukkan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Pendekatan *ex post facto* adalah salah satu pendekatan yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara mengambil data secara langsung di area penelitian yang dapat menggambarkan data-data masa lalu dan kondisi lapangan sebelum dilaksanakannya penelitian lebih lanjut. Sedangkan pendekatan *survey* adalah pendekatan yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya. (Sugiyono, 2012).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XI IPS SMA Negeri se Kota Bandar Lampung yang terdiri dari 17 sekolah. Sampel pada penelitian ini diambil dengan membagi 17 sekolah berdasarkan strata peringkat yaitu tinggi, sedang, rendah, berdasarkan nilai *passing grade* untuk masuk ke sekolah tersebut, kemudian dipilih tiga sekolah secara acak untuk mewakili masing

masing peringkat. Maka peneliti memiliki jumlah populasi sebanyak 414 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan sesuai dengan penjelasan Arikunto (2006: 112), bahwa “apabila subjek penelitian kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya, jika jumlah subjeknya besar, dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasi”. Penentuan jumlah sampel tersebut akan di rumuskan sebagai berikut:

$$S = 15 \% + \frac{1000-n}{1000-100} \times (50\% - 15\%)$$

Keterangan :

S = Jumlah sampel yang diambil

n = Jumlah anggota Populasi

$$S = 15 \% + \frac{1000-414}{1000-100} \times (50\% - 15\%)$$

$$S = 15 \% + \frac{586}{900} \times (50\% - 15\%)$$

$$S = 15 \% + 0, 65 (35\%)$$

$$S = 15\% + 22,75 \% = 37,75 \%$$

Dengan demikian sampel diperoleh sebesar $33,75 \times 414 = 156$ orang

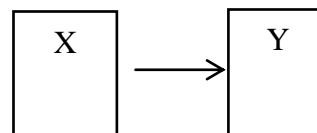
Untuk mendapatkan data yang diperlukan, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi ,merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2012: 329) dan angket yaitu pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat pernyataan maupun pertanyaan tertulis. Angket yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Skala *likert*, yaitu skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2013: 134).

Semua variabel angket yang digunakan adalah angket tertutup dalam bentuk *cheklist*, yakni angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden hanya memberikan tanda *cheklist* (✓) pada kolom jawaban yang sesuai. (Arikunto, 2006: 112). Penelitian ini menggunakan teknik

analisis data dengan analisis regresi linear sederhana untuk melihat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif dengan terlebih dahulu menguji normalitas dan linearitas data penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Konformitas Teman Sebaya terhadap Perilaku konsumtif



Gambar 1.

Pengaruh X terhadap Y

Berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 4,120 dan tingkat signifikansi (sig.) sebesar 0,000. Sedangkan t_{tabel} dengan $dk = 165-2$ dengan $\alpha = 0,05$ diperoleh 1,97. Dengan demikian, $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,120 > 1,97$ dan (sig.) sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti konformitas teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Siswa. Hasil perhitungan dengan SPSS diperoleh koefisien jalur ρ_{YX1_2} sebesar 0,324 berarti besarnya pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif sebesar 32,4%, sisanya 67,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Berdasarkan analisis data berarti ada pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 0,324 berarti besarnya pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif sebesar 32,4%. Siswa yang memiliki konformitas yang tinggi terhadap suatu kelompok, akan memiliki perilaku konsumtif yang tinggi. Hal membuktikan perilaku konsumtif yang dilakukan oleh siswa sebenarnya tidak lepas dari pengaruh lingkungan sosial dalam berinteraksi dengan kelompoknya hal ini dikarenakan di dalam suatu kelompok memiliki kekompakan, ketaatan, dan kesepakatan. Hal ini sesuai dengan pendapat Nitisusastro (2012: 49) perilaku konsumtif yang dilakukan oleh remaja sebenarnya tidak lepas dari

pengaruh lingkungan sosial remaja dalam berinteraksi dengan kelompoknya.

Siswa yang memiliki konformitas tinggi akan memiliki rasa kompak yang tinggi sehingga menyebabkan siswa banyak menghabiskan waktu untuk berbelanja dengan teman-teman, serta memiliki tujuan membentuk kelompok agar mudah dikenal di lingkungannya. Siswa yang memiliki konformitas tinggi dalam ketaatan dalam kelompok juga akan membeli suatu produk yang disarankan oleh teman kelompoknya meskipun produk tersebut tidak dibutuhkan, lebih cenderung untuk menaati peraturan yang ada pada kelompoknya, dan suka menghindari perselisihan di dalam kelompok dengan mengikuti keinginan kelompoknya misalnya berbelanja bersama-sama. Siswa yang memiliki konformitas yang tinggi akan memiliki kesepakatan yang tinggi pula di dalam kelompoknya, hal ini ditandai dengan siswa selalu membeli produk yang dibeli oleh teman sekelompok dan memiliki kepercayaan penuh kepada kelompoknya untuk penampilan yang terbaik.

Seseorang membutuhkan pengakuan dari orang lain terhadap faktor psikologis internal yang melekat pada dirinya, seperti kebutuhan untuk dihormati, kebutuhan untuk disegani, kebutuhan untuk dipatuhi. Kebutuhan tersebut meluas dan memiliki posisi di lingkungan sosial. Lingkungan sosial yang dimaksud adalah lingkungan tempat para siswa menghabiskan banyak waktu mereka dengan teman-temannya. Penelitian ini mendukung pendapat Papalia & Olds (2002: 267) yang menyatakan apabila teman-teman dalam kelompok remaja cenderung memiliki perilaku konsumtif, maka karena adanya interaksi, remaja tersebut juga cenderung mengikuti perilaku konsumtif dari kelompoknya.

Penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan Mowen dan Minor (2002) yang menyatakan bahwa remaja yang berbelanja bersama temannya cenderung akan mengunjungi lebih banyak toko dan melakukan lebih banyak pembelian yang tidak terencana. Akan tetapi tidak semua remaja selalu mengikuti

aturan kelompok teman-temannya, remaja tersebut mampu mengambil keputusan sesuai keinginannya. Jika remaja memiliki tingkat konformitas yang tinggi, maka remaja akan cenderung memiliki perilaku konsumtif, begitu juga sebaliknya, jika remaja memiliki tingkat konformitas yang rendah, maka remaja akan memiliki perilaku konsumtif yang rendah pula.

Ada banyak alasan seseorang memilih untuk melakukan konformitas. Pertama, keinginan untuk disukai, seseorang melakukan konformitas agar mendapatkan persetujuan dari banyak orang. Persetujuan diperlukan untuk mendapatkan pujian. Oleh karena itu pada dasarnya banyak orang senang dengan pujian maka banyak orang berusaha untuk konform dengan keadaan. Kedua, rasa takut akan penolakan. Konformitas penting dilakukan agar individu mendapatkan penerimaan dari kelompok atau lingkungan tertentu. Jika individu memiliki pandangan dan perilaku yang berbeda maka dirinya akan dianggap bukan termasuk dari anggota kelompok dan lingkungan tersebut. Ketiga, keinginan untuk merasa benar. Banyak keadaan menyebabkan individu berada dalam posisi yang dilematis karena tidak mampu mengambil keputusan. Jika ada orang lain dalam kelompok atau kelompok ternyata mampu mengambil keputusan yang dirasa benar maka dirinya akan ikut serta agar dianggap benar.

Ada banyak cara yang dapat dilakukan untuk mengatasi konformitas. Beberapa diantaranya yaitu, bimbingan kelompok, yang dimaksudkan untuk mencegah berkembangnya masalah atau kesulitan pada diri remaja dalam lingkungan sosialnya. Ada beberapa teknik yang dapat dilakukan saat bimbingan kelompok, salah satunya adalah teknik sosiodrama. Sebagai salah satu strategi bimbingan dan konseling kelompok, teknik sosiodrama berakar pada dimensi pribadi dan sosial. Ditinjau dari dimensi pribadi teknik ini berusaha membantu siswa menemukan makna dari lingkungan sosial yang bermanfaat bagi dirinya dan siswa diajak untuk belajar memecahkan masalah pribadi yang sedang dihadapinya

dengan bantuan kelompok sosial yang beranggotakan teman-teman sekelas. Ditinjau dari dimensi sosial teknik ini memberikan kesempatan kepada siswa untuk bekerjasama dalam menganalisis situasi sosial, terutama masalah yang menyangkut hubungan antar pribadi siswa.

Selain itu terdapat teknik *Shaping*. *Shaping* adalah membentuk tingkah laku baru yang sebelumnya belum ditampilkan dengan memberikan penguatan secara sistematis dan langsung setiap kali tingkah laku ditampilkan. Tingkah laku diubah secara bertahap dengan memperkuat unsur-unsur kecil tingkah laku baru yang diinginkan secara berturut-turut sampai mendekati tingkah laku akhir. Menurut Chaplin (2008:461) *Shaping* adalah mengajarkan suatu reaksi yang diinginkan dengan jalan memperkuat seri langkah yang berturut-turut yang menuju ke arah reaksi akhir. Titik berat dalam mengurangi sikap konformitas adalah memodifikasi sikap dengan mengurangi setiap langkah sikap konformitas dengan teknik konseling yang disebut *Shaping*.

KESIMPULAN

Konformitas merupakan tuntutan yang tidak tertulis dalam suatu kelompok tetapi memiliki pengaruh yang kuat terhadap anggotanya. Konformitas remaja ditandai dengan adanya kekompakan, kesepakatan dan ketaatan. Dalam penelitian ini terdapat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif sebesar 32,4 % dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas di dalam penelitian ini. Konformitas merupakan salah satu faktor seseorang menjadi konsumtif, semakin tinggi konformitas seseorang maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2007). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Aksara.
- Chaplin, J. P. (2002). *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

- Deswita. (2006). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Gunarsa, S.D., & Gunarsa, Y.SD.2004. *Psikologi Praktis Anak, Remaja dan Keluarga*. Jakarta: PT. Gunung Mulia.
- Golsmith, R. E., Flynn, L. R., Clark, R. A. (2012). Matrealistic, Brand Engaged and Status Consuming Consumers and Clothing Behaviors. *Journl of Fashion Marketing and Management*, 6 (1), 102-119.
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta.
- Minor, M., Mowen, J. C. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Papalia, D. E., Old, S. W., Feldman, R. D. (2002). *Perkembangan Manusia*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Papalia, D. E., & Feldman, R. D. (2005). *A Child's Word: Infancy Through Adolescence, International Ed*. New York. Mc Grow Hill.
- Scully, K., Moital, M. (2016). Peer Influence Strategis in Collectively Consumed Products. *Young Consumer*, 17 (1), 46-63.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vosh. K. D., Faber. B. R. (2007). Self Regulation, Egodepletion, and Motivation. *Socialand Personality Psychology Compas*, 1 (10), 1-14.