

HUBUNGAN HARGA DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DI BANDA ACEH

Jasmadi¹, Aulia Azzama¹

¹Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh
Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran
Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh

Email : jas_madi@yahoo.com ¹ dan auliaazzama@gmail.com ²

ABSTRAK

Beberapa kalangan remaja di Banda Aceh belum mampu menerima fisiknya sendiri baik itu kelebihan maupun kekurangan dalam dirinya sehingga remaja tersebut meniru orang lain sebagai model (idola) dengan cara berperilaku konsumtif agar dapat mengubah penampilan demi menutupi kekurangannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif remaja di Banda Aceh dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan yang negatif antara harga diri dengan perilaku konsumtif remaja di Banda Aceh. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 84 orang dan teknik pengambilan sampel tersebut menggunakan *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data, menggunakan skala psikologi yaitu Skala Harga Diri yang disusun dengan mengacu pada teori Coopersmith (1967) dan Skala Perilaku Konsumtif yang disusun mengacu pada teori Sumartono (2002). Analisis data menggunakan teknik korelasi Product Moment dengan koefisien korelasi (r)= -0,324 dan p = 0,003 ($p < 0,01$). Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif, hal ini berarti semakin tinggi harga remaja Banda Aceh, maka semakin rendah perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah harga remaja Banda Aceh, maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada siswa/i tersebut.

Kata kunci: harga diri, perilaku konsumtif, remaja

ABSTRACT

Some adolescence among at Banda Aceh could not to accept their physical self either excess or a deficiency in themself so that the adolescence doing the imitating behavior others people as a model (the idol) with consumptive behavior a manner in order to change the appearance for the sake of to cover their a deficiency. This objective research is to know the relationship between self esteem and consumptive behavior on adolescence at Banda Aceh and the hypothesis presented in this objective research are there is a negative relationship between self esteem and consumptive behavior on adolescence at Banda Aceh. The sample in this objective research involving 84 adolescence and sampling design by using simple random sampling. Data collected by using psychology scales is Self Esteem Scales compiled with reference to the Coopersmith theory (1967) and Consumptive Behavior Scales compiled with reference to the Sumartono theory (2002). Data to analys by using Product Moment correlation technique with correlation coefisient (r) was -0,324 and significant value (p) was 0,003 ($p < 0,01$). The result showed that there is a negative

relationship significantly between self esteem and consumptive behavior, it means the more higher self esteem for adolescence Banda Aceh, then the more lower consumptive behavior, Instead the more lower self esteem for adolescence Banda Aceh, then the more higher consumptive behavior for the student/girl student.

Keywords: *self esteem, consumptive behavior, adolescent*

Pendahuluan

Masa remaja (*adolescence*) merupakan periode peralihan perkembangan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa awal, yang dimulai pada usia 10 sampai 12 tahun dan diakhiri pada usia 18 sampai 22 tahun. Pada masa ini, remaja lebih sering menghabiskan banyak waktunya bersama teman-teman daripada bersama keluarga (Santrock, 2007).

Remaja dalam pencapaian identitas diri cenderung terlibat dalam pertemanan sebaya (*peer group*) sebagai kelompok sosial mereka. Hal ini diperkuat oleh Yusuf (2005) yang mengatakan terdapat beberapa tugas perkembangan remaja, diantaranya: (a) Menerima fisiknya sendiri beserta keragaman kualitasnya, (b) Menemukan manusia sebagai model yang dijadikan sebagai identitasnya, (c) Menerima dirinya sendiri dan memiliki kepercayaan terhadap kemampuannya sendiri. Oleh karena itu, tugas-tugas perkembangan remaja akan tercapai apabila remaja itu mampu menerima dirinya sendiri baik itu kelebihan maupun kekurangannya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa remaja di Banda Aceh diperoleh informasi bahwa masalah yang dihadapi beberapa remaja saat ini adalah mereka belum mampu menerima fisik dirinya baik itu kelebihan maupun kekurangan dalam dirinya. Tampilan remaja tersebut dalam kehidupan sosialnya cenderung merasa minder, malu, dan bersikap tertutup. Hal ini mendorong remaja untuk meniru orang lain sebagai model agar dapat dijadikan sebagai identitasnya. Remaja meniru orang lain sebagai model dengan cara berperilaku konsumtif agar dapat mengubah penampilannya demi menutupi kekurangannya. Selain itu, peneliti juga memperoleh data yang menunjukkan bahwa dalam kehidupan sehari-harinya khususnya remaja tersebut memiliki kebiasaan sering menghabiskan waktu bersama teman-temannya untuk bepergian ke

supermarket, distro atau *mall*, dan tempat makan. Pola hidup remaja ini mengarah pada pola kehidupan konsumtif (komunikasi personal, 2 Juli 2012).

Menurut James F. Engel (dalam Ajizah 2010), perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang atau jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Tinjauan Pustaka

Remaja yang berperilaku konsumtif cenderung mengikuti mode dengan membelanjakan uang untuk mengonsumsi barang-barang yang mendukung penampilannya. Banyak kalangan remaja yang menganggap kebutuhan seperti pakaian, sepatu, tas, kosmetik, aksesoris, *handphone*, dan barang-barang lainnya yang bermerek, membuat mereka mempunyai status sosial yang tinggi dan ditempatkan sebagai kebutuhan pokok, sehingga remaja cenderung membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang tersebut. Kebanyakan remaja membeli barang itu hanya demi status sosial atau hanya sekedar gengsi untuk mendapatkan status dalam lingkungan pergaulannya (Ajizah, 2010).

Dalam perkembangannya, setiap individu khususnya remaja memiliki kebutuhan untuk dihargai oleh orang lain karena harga diri sangat mempengaruhi remaja. Stuart dan Sundeen (dalam Heriyanto, 2010), mengatakan bahwa harga diri adalah penilaian individu terhadap hasil yang dicapai dengan menganalisa seberapa jauh perilaku yang memenuhi ideal dirinya sehingga dapat diartikan bahwa harga diri menggambarkan sejauhmana individu tersebut menilai dirinya sebagai orang yang memiliki kemampuan, keberartian, berharga, dan kompeten.

Remaja yang harga diri rendah biasanya akan melakukan berbagai upaya agar dapat diterima dalam lingkungan sosialnya. Hal ini sangat sesuai dengan data yang diperoleh dilapangan, yaitu sekolah menganjurkan siswa untuk memakai sepatu berwarna hitam, tetapi bagi siswa yang memakai sepatu hitam bermerek tertentu, siswa tersebut cenderung diejek oleh teman-temannya dan dianggap ketinggalan zaman serta kurang mengikuti *trend* dan mode yang berkembang di kalangan siswa saat ini sehingga siswa tersebut akan merasa malu, apabila bergaul dengan teman-temannya serta cenderung bersikap menyendiri. Individu yang sering

diejek penampilannya oleh teman, akan berusaha memperbaiki penampilannya dengan cara mengganti sepatu yang bermerek (komunikasi personal, 21 November 2012). Bagi individu yang berusaha mengganti sepatunya dengan merek lain dalam jangka waktu tertentu menandakan bahwa individu tersebut memiliki harga diri yang rendah. Harga diri yang rendah membuat individu tersebut kurang mampu bergaul dengan teman-temannya.

Pada umumnya remaja cenderung mengikuti kelompoknya, agar mereka dinilai mempunyai kedudukan dan identitas yang sama dengan kelompoknya, sehingga dapat diterima. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa remaja di Banda Aceh, mengenai aspek harga diri dapat disimpulkan bahwa dalam aspek kekuasaan, individu berani menghadapi lingkungan pertemanan yang lebih luas karena individu tersebut bergabung dengan kelompok yang hebat atau dominan. Aspek keberartian, individu mendapatkan perhatian dari orang lain, namun belum secara utuh, seperti dalam lingkungan sosial individu bergaul dengan kelompok yang populer di sekolah, sehingga individu itu merasa di perhatikan oleh orang lain. Hal ini disebabkan individu menilai ada orang lain yang lebih dominan darinya. Aspek kebajikan, individu mematuhi peraturan yang penting, akan tetapi ada beberapa aturan yang dilanggarnya juga seperti membolos sekolah, terlambat dan peraturan yang dianggap kurang penting bagi dirinya seperti memakai seragam sekolah yang lengkap (simbol sekolah). Individu akan merubah dirinya, bila ada tujuan yang ingin dicapai. Pada aspek kemampuan, individu kurang mampu untuk bergaul dengan kelompok lain karena individu kurang mampu berkomunikasi interpersonal yang baik. Dalam bidang akademis individu memiliki kemampuan yang cukup baik, tetapi dalam bidang olahraga individu memiliki kemampuan yang baik, khususnya basket (komunikasi personal, 3 April 2013). Hal ini sesuai dengan pernyataan Coopersmith (dalam Sandha, 2012) menyebutkan bahwa aspek harga diri terdiri dari kekuasaan, keberartian, kebajikan dan kemampuan.

Konsekuensi dari rendahnya harga diri pada remaja menyebabkan remaja itu akan memiliki perasaan yang negatif terhadap diri sendiri, termasuk hilangnya percaya diri dan kemampuannya, merasa gagal mencapai keinginan, mengkritik diri sendiri, penurunan produktivitas, destruktif yang diarahkan pada orang lain, perasaan tidak mampu, mudah tersinggung dan menarik diri secara sosial (Hariyanto, 2010).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dibutuhkan peran lingkungan dalam membentuk harga diri yang positif dalam diri remaja agar mampu menerima kekurangan dan kelebihan dalam dirinya yang dapat mendorong remaja tersebut untuk percaya terhadap dirinya sendiri tanpa mengandalkan orang lain. Oleh karena itu, peneliti merasa perlu mengadakan suatu penelitian yang membahas mengenai “Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja di Banda Aceh”.

Metodologi Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat hubungan harga diri dengan perilaku konsumtif remaja di Banda Aceh. Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi adalah seluruh subjek penelitian. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil secara representatif (Iskandar,2010). Teknik sampling yang digunakan yaitu *Simple Random Sampling*. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 84 orang dan mempunyai karakteristik sebagai berikut: Siswa (i) kelas X dan XI SMAN 4 Banda Aceh dan siswa (i) yang aktif disekolah dan tidak diskor.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui skala perilaku konsumtif yang terdiri dari 30 pernyataan dan skala harga diri terdiri dari 23 pernyataan. Skala perilaku konsumtif dan Skala harga diri menggunakan empat alternatif jawaban, yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Pemberian skor dari jawaban yang dipilih bergerak dari angka 4 (*favorable*) sampai 1 dan sebaliknya (*unfavorable*).

Perilaku konsumtif diukur dengan menggunakan skala perilaku konsumtif yang telah disusun oleh peneliti, berdasarkan indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002), yaitu: a) membeli produk karena iming-iming hadiah, b) membeli produk karena kemasannya menarik, c) membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, d) membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), e) membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, f) memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang

mengiklankan, g) membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri, dan h) mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Harga diri diukur dengan menggunakan skala harga diri yang telah disusun oleh peneliti, berdasarkan aspek harga diri dari Coopersmith (1967) yaitu: a) kekuasaan, b) keberartian, c) kebajikan, dan d) kemampuan.

Hasil Penelitian

Deskripsi Hasil Data Penelitian

Untuk mendapatkan gambaran umum mengenai data penelitian secara singkat dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1.
Deskripsi Hasil Data Penelitian

Variabel	Data Hipotetik				Data Empirik			
	Xmaks	Xmin	Mean	SD	Xmaks	Xmin	Mean	SD
Harga Diri	92	23	57	11	82	36	67	7
Perilaku Konsumtif	120	30	75	15	92	39	62	10

Berdasarkan hasil analisis statistik data penelitian, data deskriptif secara hipotetik menunjukkan skala harga diri terdiri dari 23 item dengan jumlah jawaban minimal subjek (Xmin) 23, jawaban maksimal subjek (Xmaks) 92, nilai rata-rata subjek (M) 57, serta standar deviasi subjek (SD) 11. Pada analisis deskriptif hipotetik skala perilaku konsumtif terdiri dari 30 item dengan jumlah jawaban minimal subjek (Xmin) 30, jawaban maksimal subjek (Xmaks) 120, nilai rata-rata subjek (M) 75, serta standar deviasi subjek (SD) 15.

Pada kenyataan dilapangan yaitu secara empirik, hasil analisis melalui SPSS versi 19,0 didapatkan pada skala harga diri yang terdiri dari 23 item dengan jumlah jawaban minimal subjek (Xmin) 36, jawaban maksimal subjek (Xmaks) 82, nilai rata-rata subjek (M) 67, serta standar deviasi subjek (SD) sebesar 7. Sedangkan hasil analisis empirik pada skala perilaku konsumtif yang terdiri dari 30 item dengan jumlah jawaban minimal subjek (Xmin) 39, jawaban maksimal subjek (Xmaks) 92, nilai rata-rata subjek (M) 62, serta standar deviasi subjek (SD) sebesar 10.

Setelah didapatkan hasil analisis empirik, mean (M) dan standar deviasi (SD) dapat digunakan untuk memperoleh kategori pada masing-masing variabel, sebagai berikut:

Tabel 2.
Kategorisasi Subjek Pada Siswa/i SMAN 4 Banda Aceh

Kategori	Rumus Kategori
Rendah	$X < M - 1,0 \text{ SD}$
Sedang	$M - 1,0 \text{ SD} \leq X < M + 1,0 \text{ SD}$
Tinggi	$M + 1,0 \text{ SD} \leq X$

Sumber: Azwar, 2010

Kategorisasi Perilaku Konsumtif

Setelah data diolah dengan program SPSS 19.0 *for windows*. Maka dapat diketahui nilai rata-rata dan standar deviasi perilaku konsumtif seperti tabel dibawah ini :

Tabel 3.
Kategorisasi Perilaku Konsumtif Pada Siswa/i SMAN 4 Banda Aceh

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 52$	11	13 %
Sedang	$52 \leq X < 72$	59	70 %
Tinggi	$72 \leq X$	14	17 %
Jumlah		84	100%

Berdasarkan tabel diatas dari 84 responden (siswa/i SMAN 4 Banda Aceh) diketahui bahwa perilaku konsumtif pada responden, paling dominan berada pada kategori sedang dengan jumlah siswa sebanyak 59 orang dan dengan skor 70%, skor tersebut memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan dua kategori lainnya. Sedangkan sisanya 25 siswa berada pada kategorisasi tinggi dan rendah.

Kategorisasi Harga Diri

Setelah data diolah dengan program SPSS 19.0 *for windows*. Maka dapat diketahui nilai rata-rata dan standar deviasi harga diri seperti tabel dibawah ini :

Tabel 4.
Kategorisasi Harga diri Pada Siswa/i SMAN 4 Banda Aceh

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Rendah	$X < 59$	9	10 %
Sedang	$59 \leq X < 75$	59	75 %
Tinggi	$75 \leq X$	16	15 %
Jumlah		84	100%

Berdasarkan tabel diatas dari 84 responden (siswa/i SMAN 4 Banda Aceh) diketahui bahwa harga diri pada responden, paling dominan berada pada kategori sedang dengan jumlah siswa sebanyak 59 orang dan dengan skor prosentase 75%,

skor tersebut memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan dua kategori lainnya. Sedangkan sisanya 25 siswa berada pada kategorisasi tinggi dan rendah.

Diskusi

Berdasarkan hasil analisis data diatas menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh hasil korelasi antara harga diri dengan perilaku konsumtif dengan angka sebesar : -0,324 dengan $p=0,003$, dinyatakan sangat signifikan karena $p<0,01$. Artinya, apabila harga diri individu tinggi maka perilaku konsumtif rendah begitu juga sebaliknya jika harga diri individu rendah maka perilaku konsumtif tinggi yang berarti bahwa hipotesis diterima.

Sampel dalam penelitian ini dilakukan pada SMAN 4 Banda Aceh dengan jumlah responden 84 orang, hasil yang didapat menunjukkan bahwa tingkat harga diri remaja berada dalam kategori sedang berjumlah 59 orang dengan skor persentase 75%, sedangkan perilaku konsumtif berada dalam kategori sedang dengan jumlah 59 orang skor persentase 70%. Hal ini menunjukkan bahwa remaja cenderung berperilaku konsumtif untuk diakui oleh kelompok sebaya, seperti yang dikemukakan oleh Hurlock (1980) kelompok sebaya merupakan dunia nyata kawula muda yang menyiapkan panggung di mana individu dapat menguji diri sendiri dan orang lain.

Salah satu faktor terjadinya perilaku konsumtif pada remaja disebabkan oleh kelompok referensi dan gaya hidup, remaja lebih senang untuk mengikuti tren yang ada dilingkungan sosialnya, hal ini sesuai dengan pendapat Glock (dalam Sumartono, 2002) remaja pada masa transisinya memiliki kondisi emosional yang labil, sehingga mudah dipengaruhi oleh kelompoknya. Kebanyakan remaja menganggap bahwa penampilan dan gaya hidup mewah merupakan simbol status yang lebih tinggi dalam kelompoknya.

Menurut Morrisian (2007) banyak remaja yang larut dalam pembiusan (terpengaruh) dengan keadaan yang hanya bersifat sementara untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain dan dapat diterima dalam lingkungannya. Oleh karena itu remaja tidak hanya membuang-buang waktu saja, melainkan juga melakukan pemborosan materi tanpa mereka sadari yang telah dilakukannya.

Gejala ini menimbulkan perilaku konsumtif di kalangan remaja, untuk mengikuti kecenderungan konsumtif, remaja membutuhkan uang dengan jumlahnya banyak, sehingga perilaku konsumtif lebih terlihat pada remaja dengan uang saku yang cukup banyak. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Lubis (dalam Sumartono 2002) yaitu konsumsi yang berlebihan sangat ditentukan oleh sikap mudah terpengaruh oleh kelompok referensi. Remaja sebagai konsumen yang masih dalam masa transisi mempunyai karakteristik mudah dipengaruhi oleh kelompok sebaya serta memiliki kontrol eksternal lebih tinggi daripada kontrol internal.

Remaja yang memiliki harga diri yang rendah akan membeli barang-barang yang diinginkannya untuk mencari kesenangan mereka semata, sehingga menghabiskan waktunya untuk berbelanja. Hal ini sesuai dengan pendapat Haditono (dalam Sumartono 2002), remaja mempunyai kemampuan membeli yang tinggi, sebab pada umumnya remaja dalam berpakaian, berdandan, tingkah laku mempunyai karakteristik tersendiri, sehingga mereka terlihat menarik dalam kelompoknya, dan menampakan mereka dari kelas sosial yang tinggi.

Untuk dapat mengikuti kelompoknya dan mendapatkan perhatian dari teman sebayanya remaja cenderung bersaing dalam penampilannya seperti pakaian, sepatu, gaya rambut, dan barang-barang mewah lain. Hal ini sesuai dengan pendapat Cross dan Cross (dalam Hurlock, 1980) mengemukakan bahwa konsumen remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, tingkah laku, kesenangan musik, dalam pertemuan dan pesta. Remaja selalu ingin berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain terutama teman sebaya, sehingga remaja kebanyakan membelanjakan uangnya untuk keperluan tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa remaja cenderung mengikuti kelompok sebayanya agar mereka dapat diterima dan pengakuan dari orang lain, yang ditunjukkan dengan perilaku konsumtif demi meningkatkan harga dirinya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif, yang mana remaja sebagai subjek penelitian, lebih mengikuti temannya dalam menunjukkan

eksistensinya. Hal ini berarti semakin tinggi harga diri individu, maka semakin rendah perilaku konsumtifnya, dan sebaliknya semakin rendah harga diri individu, maka semakin tinggi perilaku konsumtif individu tersebut.

Daftar Pustaka

- Ajizah, E. (2010). Perilaku Konsuntif Pada Remaja. Diakses 10 agustus 2012, dari <http://shareppba.wordpress.com/2010/01/18/perilaku-konsumtif-pada-remaja/>.
- Arsy, M. (2006). Kebutuhan atau Gaya Hidup Konsumtif. Sriwijaya Post
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedent of Self Esteem*. University of California, Davis.
- Haspari, M Ratna dan Retningsih. (2007). Perilaku Asertif dan Harga Diri PadaKaryawan. Universitas Gunadarma. *Jurnal Psikologi 1(1)*
- Heriyanto. (2010). Pengertian harga diri. Diakses 8 September 2012, dari <http://belajarpsikologi.com/pengertian-harga-diri/28-januari-2010>.
- Hurlock, E. B. (1980). Edisi kelima. Psikologi Perkembangan (suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan). Jakarta: Erlangga
- Iskandar. (2010). Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif). Gaung Persada Press (GP Press): Jakarta.
- Morissan. (2007). Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Tangerang: Ramdina Prakarsa
- Nisfiannoor, M. (2009). Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial. Jakarta: Salemba Humanika.
- Priyatno, D. (2011). Buku Saku SPSS Analisis Statistika Data Lebih Cepat, Lebih Efisien dan Akurat. Yogyakarta: MediaKom
- Sandha, T. (2012). Hubungan Antara Self Esteem Dengan Penyesuaian Diri Pada siswa Thaun Pertama SMA Kristina Mitra Semarang. Universita Diponegora Fakultas Psikologi. *Jurnal Psikologi*. Vol 1, No1.
- Santrock, J. W. (2007). Jilid 1. Edisi sebelas. *Remaja*. Jakarta: Erlangga
- Sumartono. (2002). Terperangkap Dalam Iklan :Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi. Bandung Alfabeta
- Yusuf, S. (2005). Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja. PT. REMAJA ROSDAKARYA: Bandung