
PERAN INTENSITAS INTERAKSI DENGAN TEMAN DI LINGKUNGAN PERGAULAN SEKOLAH TERHADAP SIKAP KONSUMTIF

Mahdalela

Universitas Gadjah Mada

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran intensitas interaksi remaja SMU dengan teman sekolah terhadap sikap konsumtifnya, khususnya remaja SMU BOPKRI I Yogyakarta yang berusia antara 15 tahun sampai 18 tahun. Siswa-siswi SMU BOPKRI I Yogyakarta dipilih sebagai subjek penelitian dengan pertimbangan bahwa SMU BOPKRI I Yogyakarta terletak di pusat kota Yogyakarta yang dikelilingi oleh pusat-pusat hiburan maupun pusat pertokoan, sehingga memungkinkan siswa-siswinya lebih cepat terpengaruh dengan informasi yang ditawarkan para produsen. Jumlah subjek sebanyak 200 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan angket. Data yang diperoleh dianalisis dengan analisis korelasional. Hasil analisis menunjukkan korelasi negatif ($r = -0.115$; $p = 0.053$). Peran intensitas interaksi terhadap sikap konsumtif tidak signifikan.

Kata Kunci: Intensitas interaksi, sikap konsumtif, kelompok referensi konsep diri positif, konsep diri negatif

Mahdalela adalah alumnus Fakultas Psikologi UGM Yogyakarta.

PENGANTAR

Perkembangan zaman telah membawa implikasi pada perilaku membeli seseorang. Membanjirnya barang-barang di pasaran mempengaruhi sikap seseorang terhadap pembelian dan pemakaian barang. Pembelian suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan (*need*), melainkan karena keinginan (*want*).

Adanya kemajuan ini secara implisit menyebabkan hasrat konsumtif dan daya beli juga bertambah. Apa yang dulu tidak dikenal, sekarang telah menjadi barang yang biasa. Gejala konsumtivisme yang terbawa oleh berhasilnya pembangunan juga menghasilkan kesenjangan antara bertambahnya

barang konsumsi dalam segala bentuk atau bertambah luasnya persepsi tentang kebutuhan dan daya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Kebiasaan dan gaya hidup juga berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah semakin mewah dan berlebihan. Pola konsumsi seperti ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat, meskipun dengan kadar yang berbeda-beda. Hampir tidak ada golongan yang luput dari hal tersebut (Dahian, 1978).

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 ingin selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain terutama teman sebaya, sehingga remaja kebanyakan membelanjakan uangnya untuk keperluan tersebut (Monks, dkk., 1989).

Masa remaja merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak menuju usia dewasa. Pada masa remaja individu mulai mengalami perubahan dalam sikap dan perilakunya sejajar dengan tingkat pertumbuhan fisiknya. Remaja sangat mudah dipengaruhi oleh faktor yang ada di luar dirinya seperti keluarga, lingkungan pergaulan, teman sebaya dan teman sekolah. Sifat-sifat seperti inilah yang mengakibatkan remaja dianggap sebagai sasaran pasar yang paling menguntungkan. Sehubungan dengan itu, Yatman (1987) menganalisis keadaan di Indonesia dengan mengungkapkan pandangan bahwa remaja merupakan kelompok sasaran pasar yang paling potensial.

Remaja, yang berada pada posisi transisi dalam perkembangan hidup manusia, mengalami berbagai perubahan, baik yang berkaitan dengan perubahan fisik, interaksi sosial ataupun pencarian identitas dirinya. Remaja mulai mengarahkan gerakannya menuju kelompok sebaya yang dianggap mem-

punyai kesamaan pandangan. Kebutuhan untuk diterima kelompok sebaya sangat penting bagi remaja (Palmer dalam Mappiare, 1983). Dalam usahanya untuk dapat diterima kelompok, remaja harus membuat penampilannya sama dengan pola-pola dan harapan-harapan sesama remaja, sehingga perhatiannya seringkali difokuskan pada diri sendiri. Mereka biasanya mulai sadar akan penampilan dirinya, penampilan wajah, pakaian, rambut dan penampilan fisik lainnya. Karena mereka berpendapat bahwa penampilan diri memainkan peranan penting dalam penerimaan sosial terutama penerimaan dari teman sebaya.

Berdasarkan hasil penelitian Glock (dalam Loudon dan Bitta, 1984), diketahui bahwa konsumsi yang berlebihan sangat ditentukan oleh sikap mudah terpengaruh oleh kelompok referensi. Kekuatan pengaruh tersebut berkaitan dengan ciri sifat kepribadian yang dimiliki oleh masing-masing individu. Monks dkk. (1989) menyatakan bahwa remaja memiliki kontrol eksternal lebih tinggi daripada kontrol internal sehingga lebih peka terhadap pengaruh kelompok. Remaja mempunyai kepekaan terhadap apa yang sedang *in*, remaja mengikuti mode yang sedang beredar. Mode itu sendiri terus menuntut rasa tidak puas pada konsumen yang memakainya, sehingga mendorong konsumen untuk mengkonsumsinya karena takut ketinggalan. Kenyataan ini membuat remaja mempunyai pola konsumsi yang menunjukkan pada keeksklusivan, sifat lebih mahal dan lebih mewah. Manifestasinya tampak pada penampilan remaja dengan mode yang mutakhir dan lekat dengan hasrat untuk memperoleh pengakuan dari teman-temannya. Ketakutan remaja ketinggalan mode karena pengaruh teman-temannya dan ingin selaras (konform) dengan lingkungannya.

Arus konsumtivisme yang telah melanda kalangan remaja, memungut gaya hidup seperti ini merupakan cara paling tepat untuk

dapat ikut masuk ke dalam kelompok sosial yang diinginkan.

Berdasarkan kenyataan yang ada diketahui bahwa remaja semakin berlomba-lomba dengan gaya hidup mewah dan selalu mengikuti mode yang sedang trend. Dengan gaya hidup ala modern remaja akan dipandang oleh teman-teman sebayanya sebagai sosok individu yang modern. Sehubungan dengan itu penulis menganggap perlunya diadakan penelitian apakah sikap konsumtif yang ada di kalangan remaja SMU dipengaruhi oleh intensitas interaksi dengan teman sekolah.

DASAR TEORI

Sikap konsumtif adalah sikap hidup di mana manusia dikendalikan oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan duniawi semata-mata (Grinder, 1978). Konsumtivism adalah pola-pola konsumsi yang bersifat foya-foya, pemborosan, kepuasan yang dapat ditunda menjadi kepuasan yang harus segera dipenuhi (Lamaro, 1985). Sikap konsumtif menyebabkan seseorang selalu merasa tidak puas, tanpa peduli bagaimana cara mendapatkannya (Serviam, 1983).

Menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, sikap konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan penggunaan konsumsi tiada batas. Manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi sikap konsumtif berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Engel dkk (1973) mengatakan bahwa pada penelitian tentang konsumtivism dapat digunakan pendekatan perilaku konsumen, antara lain:

Pertama, Faktor eksternal. Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh berbagai lapisan masyarakat tempat orang tersebut

lahir dan dibesarkan. Konsumen yang berasal dari lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, pendapat, dan selera yang berbeda-beda (Swastha dan Handoko, 1987). Faktor-faktor eksternal meliputi (a) kebudayaan, (b) kelas sosial, (c) kelompok sosial dan kelompok referensi (d) keluarga.

Kedua, Faktor internal, yang termasuk dalam faktor ini adalah (a). motivasi, (b). pengamatan dan belajar, (c). kepribadian dan konsep diri.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa sikap konsumtif pada remaja merupakan suatu kecenderungan bertindak dengan keinginan untuk membeli barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan, kecenderungan untuk mengikuti orang lain, manusia dikuasai oleh hasrat kesenangan materiat semata. Adanya sikap seperti ini membuat orang selalu merasa tidak puas jika barang yang diinginkannya belum dimiliki.

INTERAKSI REMAJA DENGAN TEMAN SEKOLAH

Interaksi remaja dengan teman sekolahnya merupakan suatu hubungan antara dua individu atau lebih individu manusia. Perilaku individu yang satu mempengaruhi, mengubah atau memperbaiki perilaku individu yang lain. Interaksi remaja dengan teman sekolah senantiasa merupakan interaksi timbal balik saling mempengaruhi.

Kelompok sebaya, dalam hal ini teman sekolah, sangat besar pengaruhnya terhadap proses sosialisasi selama masa remaja. Kelompok teman sebaya tidak hanya berfungsi sebagai sumber pelindung perasaan, tetapi juga membuat acuan perilaku sosial yang dapat diterima dan diharapkan agar anggota-anggota kelompoknya dapat menyesuaikan diri dengan acuan-acuan tersebut. Kelompok meminta agar anggota-ang-

gota setia pada kelompok dan terikat pada tujuan kelompok yang telah ditetapkan. Remaja harus mengadakan penyesuaian baru dengan meningkatnya pengaruh kelompok sebaya, perubahan dalam perilaku sosial, pengelompokan sosial yang baru, nilai-nilai baru dalam dukungan dan penolakan sosial (Hurlock, 1993).

Remaja lebih banyak berada di luar rumah bersama teman-teman sebaya sebagai kelompok. Sebagai konsekuensinya pengaruh teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat penampilan dan perilaku remaja lebih besar daripada pengaruh keluarga. Misalnya, sebagian besar remaja mengetahui bahwa bila mereka memakai mode pakaian yang sama dengan anggota kelompok populer, maka kesempatan baginya untuk diterima kelompok menjadi lebih besar, maka remaja cenderung mengikutinya tanpa mempedulikan perasaan mereka sendiri (Hurlock, 1993).

Kelompok sebaya merupakan dunianya-ta kawula muda, yang menyiapkan panggung supaya individu dapat menguji diri sendiri dan orang lain. Kelompok sebaya merupakan wadah individu dinilai oleh orang lain yang sejajar dengan dirinya dan yang tidak dapat memaksakan sanksi-sanksi dunia dewasa yang justru ingin dihindari. Teman sebaya merupakan suatu dunia tempat kawula muda dapat memberikan sosialisasi dalam suasana di mana nilai-nilai yang berlaku bukanlah nilai-nilai yang ditetapkan oleh orang dewasa, melainkan oleh teman-teman seusianya (Hurlock, 1993).

Jadi di dalam masyarakat sebaya, dalam hal ini adalah teman sekolah inilah remaja memperoleh dukungan untuk emansipasi dan di situ pula individu dapat menemukan dunia yang memungkinkannya bertindak sebagai pemimpin apabila ia mampu melakukannya. Kecuali itu kelompok sebaya merupakan hiburan utama bagi individu yang berusia belasan tahun. Berdasarkan alasan

tersebut tampak bahwa kepentingan vital masa remaja adalah kelompok sebaya, terdiri dari anggota-anggota tertentu dari teman-temannya yang dapat menerimanya dan kepadanya individu bergantung (Hurlock, 1993).

Uraian di atas dapat disimpulkan bahwa interaksi remaja dengan teman sekolah merupakan hubungan antara individu satu dengan individu satu dengan individu lain atau hubungan individu dengan kelompok terjadi saling mempengaruhi satu sama lain dalam pikiran, perasaan, sikap dan perilaku. Masing-masing yang tergabung dalam kelompok tersebut harus menyesuaikan diri dengan norma-norma yang berlaku dalam kelompoknya. Dengan demikian remaja tersebut diakui keberadaannya.

Penyesuaian diri yang dilakukan remaja terhadap teman sekolah berlangsung karena adanya kontak sosial yang berlangsung terus-menerus dalam frekuensi sering untuk waktu yang relatif panjang. Selain itu proses penyesuaian diri melibatkan bermacam-macam bentuk kegiatan atau peristiwa sehingga menimbulkan hubungan yang erat. Penelitian ini akan mengukur aspek-aspek yang merupakan indikator intensitas interaksi remaja dengan teman sekolahnya. Kegiatan atau aktivitas apa saja yang melibatkan individu berinteraksi dengan teman sekolah dan seberapa jauh pengaruh dari teman sekolah dalam sikap dan perilakunya sehari-hari.

Beberapa di antara bentuk interaksi dengan teman sekolah yang dijabarkan di atas, diambil menjadi aspek pembentuk alat pengukur intensitas interaksi dengan teman sekolah yang digunakan dalam penelitian ini. Aspek tersebut adalah: kontak sosial secara langsung, frekuensi/kekerapan, waktu relatif panjang, berbagai aktivitas/kegiatan. Dengan pertimbangan bahwa hal tersebut ditemukan dalam interaksi remaja sehari-hari.

PERAN INTERAKSI REMAJA DENGAN TEMAN SEKOLAH TERHADAP SIKAP KONSUMTIF

Kuatnya pengaruh interaksi dengan teman sekolah sangat menentukan sikap konsumtif di kalangan remaja. Masing-masing individu dalam kelompok akan selalu mendapatkan informasi tentang model-model pakaian, gaya rambut, film dan barang-barang lain yang sedang in. Kondisi ini menimbulkan remaja berlomba-lomba untuk tampil modern agar disukai keberadaannya di tengah teman-teman sebayanya.

Remaja pada masa transisinya, memiliki kondisi emosional yang masih labil, sehingga mudah dipengaruhi oleh kelompoknya. Kebanyakan remaja menganggap bahwa penampilan dan gaya hidup mewah merupakan simbol status lebih tinggi dalam kelompoknya. Hal ini mengakibatkan adanya sikap untuk bersaing dalam penampilan dirinya, seperti pakaian, sepatu, gaya rambut dan barang-barang mewah lainnya (Hurlock, 1993).

Pencarian identitas diri serta pengakuan dari lingkungan sosialnya, didukung oleh kondisi psikis yang belum matang, menyebabkan remaja memiliki kecenderungan lebih mudah terpengaruh oleh faktor-faktor eksternal seperti kelompok sebaya atau dukungan eksternal lainnya. Remaja kurang memiliki keyakinan pada diri sendiri, sehingga apa yang baik menurut orang lain, juga baik bagi dirinya tanpa pertimbangan mendalam. Kecenderungan tersebut merupakan usaha *konform* dengan lingkungan sosial, khususnya lingkungan remaja.

Berdasarkan hasil penelitian Glock (dalam Loudon dan Bitta, 1984) diketahui bahwa konsumsi yang berlebihan sangat ditentukan oleh sikap mudah terpengaruh oleh kelompok referensi berkaitan dengan ciri sifat kepribadian yang dimiliki oleh masing-masing individu. Monks dkk (1989) menyatakan

bahwa remaja memiliki kontrol eksternal lebih tinggi daripada kontrol internalnya, sehingga remaja lebih peka terhadap pengaruh kelompoknya. Remaja yang berada dalam kelompok yang sama dapat menyebabkan mereka mempunyai prinsip-prinsip dasar yang sama dalam sikap konsumtifnya. Sikap konsumtif yang merupakan sikap yang dihasilkan atas pertimbangan yang tidak rasional mempunyai kemungkinan dilakukan oleh remaja, sebagai salah satu usaha mendapatkan penghargaan dari lingkungan teman sekolah.

Uraian di atas dapat disimpulkan bahwa intensitas interaksi dengan teman sekolah merupakan salah satu faktor yang berpengaruh penting terhadap pembentukan sikap konsumtif pada remaja. Adanya interaksi yang dekat dan berlangsung terus-menerus dalam frekuensi interaksi relatif sering menjadikan remaja saling mempengaruhi dan menyesuaikan diri satu sama lain, sehingga terbentuk sikap dan perilaku yang sama dalam kelompok tersebut. Demikian halnya dengan sikap konsumtif yang terjadi pada remaja tidak lepas dari pengaruh interaksi dengan teman sekolahnya.

HIPOTESIS

Berdasarkan teori-teori maupun hasil penelitian yang telah didapatkan di atas, maka penulis mengajukan hipotesis: semakin tinggi intensitas interaksi dengan teman sekolah akan diikuti oleh semakin tinggi sikap konsumtif pada remaja SMA.

METODE

Yang menjadi variabel penelitian adalah intensitas interaksi dengan teman sekolah dan sikap konsumtif. Intensitas interaksi dengan teman sekolah didefinisikan tingginya skor yang diperoleh dari angket intensitas interaksi yang terjadi dengan teman sekolah.

Sikap konsumtif adalah sikap yang mengarah pada pola hidup dengan keinginan untuk membeli barang-barang yang kurang/ tidak diperlukan dan perasaan tidak puas selalu menyertai bila barang-barang yang diinginkan belum dimiliki. Sikap konsumtif akan diungkap dengan angket pengukur sikap konsumtif pada remaja. Makin tinggi nilai skor yang diperoleh makin tinggi sikap konsumtif.

Subjek penelitian ini adalah 200 siswasiswi SMU BOPKRI I Daerah Istimewa Yogyakarta yang merupakan kelompok remaja pertengahan yang berusia antara 15 tahun sampai dengan 18 tahun.

Selanjutnya akan diterangkan tentang metode pengumpulan data. Intensitas interaksi dengan teman sekolah diukur melalui skala yang dibuat oleh peneliti. Skala terdiri dari 55 butir pernyataan yang merupakan manifestasi tiga aspek yang menentukan tingginya intensitas interaksi teman sekolah, yaitu (1) kontak sosial secara langsung, (2) frekuensi (kekerapan), (3) berbagai aktivitas.

Skala berbentuk model skala Likert dengan lima alternatif jawaban, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak dapat menentukan (E), tidak sesuai (TS) dan sangat tidak sesuai (STS). Pemberian skornya tergantung dari *favorable* atau tidaknya suatu butir. Skor jawaban bergerak dari nilai 5 sampai 1 pada butir yang *favorable* dan 1 sampai 5 pada butir *unfavorable*.

Seleksi butir dilakukan dengan analisis *internal consistency*. (Azwar, 1988).

Dalam skala ini, butir yang dapat dipakai adalah butir yang memiliki koefisien (nilai *rbt*) antara 0,207 hingga 0,714. Ternyata dari 80 butir, yang layak dipakai berjumlah 55 butir. Koefisien reliabilitas skala intensitas interaksi dengan teman sekolah sebesar 0,928:

Sikap Konsumtif diukur dengan skala sikap konsumtif. Skala ini disusun oleh Wilujeng (1992), mengukur sikap konsumtif

(Swastha dan Handoko, 1987), yang mengarah pada pola hidup dengan keinginan untuk membeli barang-barang yang kurang/ tidak diperlukan dan perasaan tidak puas selalu menyertai bila barang-barang yang diinginkan belum dimiliki.

Skala ini terdiri dari lima alternatif jawaban, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak dapat menentukan (E), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS).

Pemberian skornya tergantung dari *favorable* atau *unfavorable* suatu butir. Skor jawaban bergerak dari nilai 5 sampai 1. Pada butir *favorable* dan nilai 1 sampai 5 pada butir yang *unfavorable*.

Seleksi butir, validitas dan reliabilitas dilaksanakan seperti skala intensitas interaksi dengan teman sebaya 1992. Hasil seleksi butir menunjukkan terdapat 45 butir yang memiliki koefisien korelasi antara 0.221 hingga 0.866. Koefisien reliabilitas 0.935.

HASIL

Gambaran umum data intensitas interaksi dengan teman di lingkungan pergaulan sekolah dan data sikap konsumtif disajikan secara deskriptif pada Tabel 1.

Uji korelasi antara intensitas interaksi dengan teman sekolah dengan sikap konsumtif menunjukkan korelasi negatif ($r = -0.115$; $p = 0.053$). Hubungan intensitas interaksi dan sikap konsumtif tidak signifikan. Dengan demikian hipotesis ditolak.

Hasil analisis tambahan yang menunjukkan indikator sikap konsumtif pada subjek penelitian disajikan secara deskriptif pada Tabel 2.

Hasil analisis tambahan menunjukkan dari 200 subjek yang memiliki sikap konsumtif adalah sebagai berikut:

1. Belanja kebutuhan penunjang penampilan (pakaian, sepatu, tas, parfum, asesoris) dengan frekuensi lebih dari 5 x 1 bulan sebanyak 1.5%.

Tabel1
Statistik Deskriptif
Intensitas Interaksi dan Sikap Konsumtif
(n=200)

Variabel	Skor yang dimungkinkan			Skor yang diperoleh			
	Min	Maks	Mean	Min	Maks	Mean	SD
Intensitas interaksi	55	275	165	147	280	212	22.89
Sikap konsumtif	45	225	135	53	152	91.22	18.08

Tabel2
Hasil analisis tambahan Sikap Konsumtif
(n = 200)

Butir	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	Belanja kebutuhan penunjang penampilan	di atas 5 x 1 bulan	1.5
2.	Nonton di bioskop	Lebih dari 4 x 1 bulan	7
3.	Makan di restoran	Lebih dari 4 x 1 bulan	11.5
4.	Ke diskotik	Lebih dari 4 x 1 bulan	3.5
5.	Tabungan	Lebih dari Rp. 50.000 perbulan.	9.5

2. Nonton di bioskop lebih dari 4 x 1 bulan sebanyak 7%.
3. Makan di restoran lebih dari 4 x 1 bulan sebanyak 11.5%.
4. Mengunjungi diskotik lebih dari 4 x 1 bulan sebanyak 3.5%.
5. Tabungan lebih dari Rp 50.000 per bulan (berarti tidak konsumtif sebanyak 9.5%.

DISKUSI

Hasil analisis menunjukkan bahwa hipotesis ditolak. Ada dua kemungkinan hubungan dengan tidak tampaknya hubungan antara intensitas interaksi dengan teman di lingkungan pergaulan sekolah dengan sikap konsumtif pada remaja SMU pada penelitian ini, yaitu: (1) subjek penelitian ini tidak memiliki sikap konsumtif yang tinggi; (2) variabel-variabel lain yang berperan terhadap sikap konsumtif tidak ikut diteliti.

Pertama, subjek penelitian tidak memiliki sikap konsumtif yang tinggi. Hal ini dapat disebabkan gaya hidup lingkungan pergaulan subjek sehari-hari turut mempengaruhi sikap subjek. Subjek yang digunakan pada penelitian ini adalah remaja yang dipengaruhi oleh pola hidup di kota Yogyakarta pada umumnya mempunyai prinsip gaya hidup sederhana. Gaya hidup sederhana menyebabkan orang puas dengan apa yang dimilikinya. Mereka berprinsip untuk tidak terlalu berlebihan dalam materi, sehingga apa yang dimilikinya adalah hal yang perlu disyukuri, diterima dengan senang hati, sehingga mereka tidak memandang perlu berlomba-lomba dalam mengejar kesenangan hidup.

Penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar subjek tidak memiliki kecenderungan sikap konsumtif yang tinggi. Hal ini dapat dilihat pada mean skala sikap konsumtif dari data yang diperoleh = 91.22, sedangkan mean dimungkinkan = 135. Tampak bahwa mean hasil penelitian lebih

rendah dari skor mean yang dimungkinkan. Sikap konsumtif rendah pada subjek didukung pula oleh hasil analisis tambahan dari persentase jumlah subjek yang tergolong memiliki sikap konsumtif rendah. Menabung lebih dari Rp 50.000 per bulan berarti tidak konsumtif.

Kedua, variabel-variabel lain yang berperan terhadap sikap konsumtif. Penelitian ini tidak mengikutsertakan variabel-variabel lain yang juga berkaitan dalam pembentukan sikap konsumtif pada remaja SMU seperti penghasilan orang tua, uang saku, gaya hidup keluarga subjek, tempat tinggal (bersama orang tua dengan subjek yang tinggal di pondokan) dan konsep diri.

Gaya hidup dalam keluarga akan mempengaruhi pembentukan sikap dan perilaku manusia terutama yang ditanamkan oleh orangtua, akan diajari oleh anak, karena anak pertama kali mengenal lingkungan sosial adalah lingkungan keluarganya sendiri, dalam hal ini adalah orangtua sangat mendominasi dalam mempengaruhi sikap hidup anak. Oleh karena itu remaja cenderung mempunyai sikap hidup yang sama dengan orang tua mereka (Swastha & Handoko, 1987).

Tiap orang mempunyai konsep diri yang berbeda-beda yang menyebabkan perbedaan dalam menanggapi lingkungan di mana ia berada. Orang yang mempunyai konsep diri positif selalu mempertimbangkan motivasi, tujuan dan kemampuannya sebelum membuat suatu keputusan, karena mereka memiliki orientasi pada kontrol internal, artinya individu memiliki kendali yang kuat dalam menanggapi pengaruh luar yang menentukan besar kecilnya perubahan atau pembentukan sikap. Mereka tidak mudah terpengaruh oleh pengaruh eksternal seperti media massa ataupun pengaruh interpersonal dalam interaksi sosial. Sebaliknya, orang yang mempunyai konsep diri negatif lebih berorientasi pada kontrol eksternal (Witkins

dalam Burns, 1979). Mereka lebih mudah dipengaruhi oleh faktor dari luar, karena mereka kurang yakin terhadap dirinya sendiri sehingga dalam mengambil suatu keputusan mereka cenderung mengandalkan opini orang lain. Hasil penelitian Humprey (dalam Burns, 1979) menyimpulkan bahwa remaja yang memiliki konsep diri negatif cenderung lebih tertarik untuk membeli pakaian dan sangat memperhatikan pakaian daripada remaja yang memiliki konsep diri positif. Remaja yang memiliki konsep diri negatif menggunakan pakaian sebagai ekspresi diri, menarik perhatian dan memperoleh penghargaan dari orang lain. Remaja yang memiliki konsep diri negatif menunjukkan penolakan diri, khususnya berkaitan dengan perubahan fisik yang terjadi pada masa remaja. Penolakan diri ini menyebabkan remaja melakukan berbagai usaha untuk memperoleh penghargaan dari orang lain. Hal ini dapat ditinjau dari perbedaan penerimaan diri terutama membuat penampilannya sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian orang lain. Usaha tersebut merupakan sarana untuk memperoleh penghargaan dari orang lain karena mereka memiliki konsep diri positif tidak perlu berusaha menarik perhatian dengan penampilan yang berlebihan-lebihan karena mereka telah memiliki penerimaan diri dengan baik.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa interaksi dengan teman sekolah remaja SMU tidak memiliki peran yang meyakinkan terhadap sikap konsumtif. Diduga bahwa terdapat variabel-variabel lain yang berperan terhadap sikap konsumtif, antara lain variabel internal seperti konsep diri, maupun variabel eksternal seperti penghasilan orang tua, uang saku dan gaya hidup keluarga.

Selanjutnya ada beberapa saran yang perlu peneliti sampaikan. *Pertama*, penelitian selanjutnya agar menyertakan variabel-variabel lain yang mungkin mempengaruhi sikap konsumtif, baik variabel internal seperti konsep diri maupun variabel eksternal lainnya seperti penghasilan orangtua, uang saku, gaya hidup keluarga. *Sebaiknya* diteliti juga perbedaan sikap konsumtif remaja yang tinggal di perkotaan dengan remaja yang tinggal di luar kota.

Kedua, bagi siswa-siswi SMU supaya mempertahankan sikap konsumtif yang rendah dan intensitas interaksi yang tinggi seperti hasil penelitian ini. ●

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. 1988. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Liberty.
- Azwar, S. 1992. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Sigma Alpha.
- Burns, R.B. 1979. *The Self Concept: in The Measurement, Development and Behavior*, New York: Logman Inc.
- Calhoun, J.F. & Acocello, J.R. 1990. *Psychology of Adjustment and Human Relationships* Third Edition. New York: Mc Graw - Hill Publishing Company.
- Conger, J.J. 1977. *Adolescence and Youth Psychological Development in A Changing World*. New York: Harper and Row.
- Dahlan, A.M. 1978. Sosialisasi Pola Hidup Sederhana. *Majalah Prisma*, 10, 11-15.
- Engel, J.F. Kollat, D.T., & Blackwell, R.D. 1973. *Consumer Behavior*. Second Edition. New York: Holt Rinehart and Winston, Inc.
- Gerungan, R.E. 1978. *Adolescence*. New York: John Wiley and Sons.

- Hadji, S. 1984. *Metodologi Research II*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM.
- Hadji, S. 1992. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hurlock, E.B. 1993. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (terjemahan). Edisi 5. Jakarta: Erlangga.
- Jersild, A.T. 1965. *The Psychology of Adolescence*. Second Edition. New York: The Macmillan Company.
- Lamarto, Y. 1995. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Littler, M.B. & J.B. Eicher. 1973. Clotching Opinion and The Social Acceptance Process among Adolescents. *Adolescence*, 8, 197-212.
- Loudon, D.L. & Bitta, Della, A.J. 1984. *Consumer Behavior*. Second Edition. New York: Mc Graw Hill Book Company.
- Mappiere, A. 1983. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Mar'at. 1981. *Sikap Manusia Perubahan serta Pengukurannya*. Edisi 2. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Monks, F.J., Knoers, A.M.P. & Haditono, S.R. 1989. *Psikologi Perkembangan Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Musa, K.E., & Roach, M.E. 1973. Adolescent Appearance and Self Concept. *Adolescence*, 8, 385-393.
- Moschis, G.P. & Churchill, G.A. 1979. An Analysis of the Adolescence. *Journal of Marketing*, 43, 137-146.
- Nashori, F. 1991. Konsumtivism Masyarakat Indonesia. *Majalah Psikomedia*. Edisi 7.
- Newcomb, T.C. 1985 (terjemahan). *Psikologi Sosial*. Bandung: Diponegoro.
- Sears, D.O, Freedman, J.L, & Peplau, L.A. 1992. *Psikologi Sosial*(terjemahan), Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Serviam. 1983. *Konsumerisme: Perlu atau Malu*. Jakarta: Sinar Harapan.
- Swastha, B., & Handoko, H. 1987. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Wilujeng, H.D. 1982. Hubungan Konsep Diri dan Sikap Konsumtif Pada Remaja. *Skripsi*. (tidak diterbitkan). Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Wirawan, S. 1976. *Pengantar Ilmu Psikologi*. Cetakan I. Jakarta: Bulan Bintang.
- Yatman, D. 1987. Remaja Incaran Iklan. *Kedaulatan Rakyat*. 10 September. Yogyakarta.

