

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sikap konsumtif ialah kemauan dalam mengkonsumsi barang-barang yang sesungguhnya kurang dibutuhkan secara kelewatan untuk menggapai kepuasan optimal (Tambunan, 2001: 1). Menurut Sumartono sikap konsumtif ialah aksi seseorang membeli sesuatu produk tanpa terdapatnya pertimbangan yang masuk ide, dimana orang tersebut dalam membeli sesuatu benda tidak didasarkan pada aspek kebutuhan. Setelah itu dalam riset A'yun (2019: 62) dipaparkan kalau konsumerisme ialah ekspresi budaya serta perwujudan dari aksi mengkonsumsi. Uraian kata konsumerisme mengacu kepada suatu hidup yang dipadati dengan mengkonsumsi secara kelewatan sehingga berakibat negatif.

Dari sebagian penafsiran diatas, peneliti merumuskan mengenai sikap konsumtif ialah, suatu tindakan seseorang dalam mengkonsumsi ataupun membeli suatu barang secara kelewatan serta tidak didasarkan pada aspek kebutuhan. Namun, hanya karna memuaskan keinginannya sehingga berakibat negatif. Sikap konsumtif timbul sebab orang menjajaki *fashion* yang tersebar, ingin terlihat berbeda serta cenderung tidak puas dengan apa yang telah dipunyai (A'yun, 2019: 64).

Tidak dapat dipungkiri di era globalisasi seperti sekarang ini perkembangan media massa yang begitu pesat secara tidak langsung menumbuhkan perilaku konsumtif pada masyarakat termasuk pada kalangan remaja putri di desa Pranggong, Kaum wanita tak terkecuali remaja putri kerap dijadikan sebagai sasaran dalam berbagai macam produk industri karna karakteristik mereka yang lebih gampang dipengaruhi. Masa remaja ialah periode peralihan kehidupan manusia dari kanak-kanak menuju dewasa, yang di dalamnya ada proses pencarian jati diri. Oleh sebab itu, hal ini menyebabkan seorang anak remaja mudah untuk terimbas terhadap hal-hal yang tengah terjalin pada lingkungan pertemanannya, mereka menjadi

lebih mudah terayu iklan (Santrock, 2003: 321).

Online shop ialah salah satu agen komersial yang turut andil besar dalam menimbulkan konsumerisme global di Indonesia saat ini. Perihal ini bisa di rasakan dengan terus bertambahnya pengguna smartphone yang berupaya melakukan transaksi online, keeksistensian *online shop* pula dapat kita amati pada web jual beli online yang semakin banyak bermunculan di media sosial (A'yun, 2019: 67). Karna kemudahan yang disajikan dalam mengakses informasi dan didukung dengan maraknya *online shop* di *facebook* tidak sedikit remaja putri yang melakukan belanja online. Oleh karna itu, hadirnya inovasi belanja online juga menimbulkan perilaku konsumtif pada remaja putri di desa Pranggong.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, setelah melihat kondisi remaja putri di desa Pranggong yang gemar melakukan belanja online di *facebook* cukup menarik, karena beberapa remaja putri yang berperilaku konsumtif diantaranya dari latarbelakang keluarga yang kurang mampu akan tetapi tetap memaksakan mengikuti mode fashion yang sedang tren, terus membeli barang tanpa memikirkan kondisi keuangannya dan tidak mempertimbangkan manfaat dari barang tersebut. Remaja putri yang berperilaku konsumtif mayoritas dari kalangan pelajar dan mahasiswi yang notabennya belum bekerja, sehingga mereka tidak mempunyai penghasilan sendiri. Namun, ada juga remaja putri dari kalangan usia remaja tengah yakni berusia 19-22 tahun yang belum bekerja atau berhenti bekerja juga ikut terbawa arus globalisasi inovasi belanja *online* tersebut.

Umumnya remaja putri di desa Pranggong yang gemar melakukan belanja *online* adalah remaja putri yang duduk dibangku Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan rentang usia 15 sampai dengan 18 tahun, dimana rentang usia tersebut termasuk kedalam rentang usia remaja tengah. Kemudian ada juga dari kalangan remaja akhir dengan rentang usia mulai dari 19 tahun sampai dengan 22 tahun, remaja putri yang termasuk kedalam rentang usia ini, kebanyakan belum atau berhenti bekerja dan hanya segelintir orang yang melanjutkan pendidikan ke tingkat sarjana.

Desa Pranggong sendiri merupakan salah satu desa di daerah Kecamatan Arahan letaknya di sebelah barat dengan luas wilayah 651,7 hektar yang terdiri dari 9 blok dengan 3 Rukun Warga (RW) dan 17 Rukun Tetangga (safitri, 2016). Di desa Pranggong juga tidak sedikit remaja putri yang gemar berbelanja *online*, remaja putri yang gemar belanja *online* mereka hanya memenuhi ego sendiri untuk membeli semua barang keluaran terbaru tanpa mempertimbangkan manfaat dari barang tersebut. “Biar foto *OOTD* nya bagus”, itulah salah satu jawaban beberapa remaja putri SMA yang pernah saya temui, ketika ditanya seputar “kenapa sering membeli produk model baru?”. Selain untuk berfoto ria, alasan lainnya juga karna para penjual *online* selalu menawarkan produk-produk baru yang khas dengan gaya remaja. Harganya juga bersaing dari pasar *offline* serta mengikuti tren di lingkungan pertemanannya. Ketika teman-temannya memiliki atau mengenakan fashion model baru maka mereka akan mengikutinya biar terlihat eksis. Atas dasar ke-eksistensian di lingkungan dan media sosial mereka mengubah gaya hidupnya menjadi konsumtif.

Dalam melakukan *online shopping* biasanya mereka menggunakan metode pembayaran *Cash On Delivery (COD)* atau bayar setelah barang diterima, dikarenakan keamanan lebih terjamin sehingga bisa mengantisipasi penipuan dalam melakukan *online shopping*. Barang-barang yang mejadi incaran mereka dalam berbelanja online diantaranya: *t-shirt*, sweater, gamis, celana kulot, jeans, hijab dan berbagai macam aksesoris dengan model baru seperti tas, sepatu dan kacamata. Untuk seusia remaja belanja online sangat berdampak buruk terhadap gaya hidup konsumtif pada mereka. Secara mereka belum bekerja karena mereka masih duduk di bangku sekolah, ketika mereka melakukan belanja online, mereka hanya mengandalkan atau meminta uang dari orang tuanya, tanpa orang tuanya tahu mereka membeli barang yang tidak mereka butuhkan.

Dari pengakuan salah satu remaja putri, dia pernah ditegur orang tuanya lantaran sering belanja *online*, akan tetapi orang tuanya hanya memberi teguran dalam bentuk verbal saja tanpa dibarengi dengan

tindakan. Jadi, tidak memberikan efek jera terhadap anaknya. Salah satu tindakan orang tua untuk menekan perilaku konsumtif belanja online pada anaknya bisa dilakukan dengan mengurangi uang jajan anaknya ketika anaknya masih sering melakukan belanja *online*, selain itu para orang tua juga harus memberikan pemahaman kepada anaknya bahwa berbelanja tidak sesuai dengan kebutuhan merupakan perilaku mubadzir yang tidak baik jika terus dibiarkan.

Perilaku konsumtif pada remaja putri jika terus dibiarkan hal ini akan menimbulkan kebiasaan buruk, dalam jurnal Lestriani, et. al. (2017:4) kebiasaan buruk pada remaja putri yang disebabkan oleh perilaku konsumtif meliputi: Pemborosan dalam belanja (*Wasteful Buying*), kebiasaan tersebut seiring waktu akan melekat pada remaja, dalam belanja *online* mereka terus menghambur-hamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas, akibatnya mereka sudah tidak lagi memikirkan dana untuk ditabung. Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*), seorang remaja dalam membeli sesuatu karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya. Mencari kesenangan (*Non Rational Buying*), tujuan mereka dalam belanja online hanya untuk mencari kesenangan, salah satu cara yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya terlihat trendy.

Oleh karena itu peneliti tertarik dengan remaja putri di desa Pranggong yang menggunakan media sosial *facebook*, dikarenakan adanya *online shop* di *facebook* serta didukung dengan tingginya intensitas penggunaan media sosial *facebook* menimbulkan perilaku konsumtif pada remaja putri di desa pranggong sehingga berdampak pada psikologis mereka. Mereka menjadi terpengaruh kecemburuan sosial yang berujung pada selalu memuaskan keinginannya demi keeksistensian di lingkungannya, membeli sesuatu tidak lagi berdasarkan pada faktor kebutuhan, akan tetapi pada taraf keinginan yang berlebihan. Mereka juga menjadi lebih sering berbohong pada orang tuanya lantaran ketika

meminta uang mereka beralasan untuk membeli kebutuhan atau keperluan sekolahnya yang sebenarnya tidak mereka gunakan untuk membeli kebutuhan tersebut. Dampak lain yang ditimbulkan dari perilaku konsumtif pada remaja putri yaitu kurangnya kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang.

Dari latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang perilaku konsumtif pada remaja putri dalam belanja online dengan judul “Perilaku Konsumtif Remaja Putri Dalam Belanja Online di *Facebook*” (Studi Kasus Pada Remaja Putri di Desa Pranggong Kec. Arahman Kab. Indramayu).

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah dapat difungsikan sebagai wadah untuk memaparkan profil masalah yang menjadi acuan dalam penulisan ini, sekaligus menjadi sarana dalam menjelaskan pendekatan penulisannya. Oleh karena itu, disajikan dibagian identifikasi masalah, pembatasan masalah dan pertanyaan penelitian.

1. Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian latar belakang di atas, terdapat identifikasi masalah terkait perilaku konsumtif remaja putri dalam belanja online di *facebook*. Adapun identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Kaun wanita menjadi salah satu target produk industry sebagiannya adalah kalangan remaja putri
2. Maraknya remaja putri di desa Pranggong dalam mengakses media sosial *facebook* dan didukung pula maraknya penjual *online* di *facebook* menyebabkan remaja putri berperilaku konsumtif
3. Motif remaja putri di desa Pranggong dalam melakukan belanja *online* di *facebook* sehingga menimbulkan perilaku konsumtif
4. Perilaku konsumtif pada remaja putri di desa Pranggong terjadi karena untuk mencapai kepuasan maksimal

2. Pembatasan Masalah

Penulis akan fokus meneliti terkait Perilaku Konsumtif Remaja Putri dalam Belanja Online di *Facebook* yang menjadi pembatasan masalahnya. Penulis tertarik pada remaja putri di desa Pranggong yang menggunakan media sosial *facebook* dengan rentang usia 15 sampai dengan 22 tahun yang dimana remaja putri dengan rentang usia tersebut memiliki intensitas yang cukup tinggi dalam mengakses media sosial *facebook*. Kemudian, motif remaja putri dalam melakukan belanja online di *facebook* karena adanya *online shop* di *facebook* mereka menjadi konsumtif serta perilaku konsumtif pada remaja putri di desa Pranggong Kec. Arahkan Kab. Indramayu.

3. Pertanyaan Penelitian

Dilihat dari segi latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana perilaku remaja putri di desa Pranggong dalam menggunakan media sosial *facebook*?
- b. Bagaimana motif remaja putri di desa Pranggong dalam melakukan belanja *online* di *facebook*?
- c. Bagaimana perilaku konsumtif remaja putri di desa Pranggong dalam belanja online di *facebook*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah yang sudah diuraikan di atas, yaitu :

- a. Untuk mengetahui perilaku remaja putri dalam menggunakan media sosial *facebook*
- b. Untuk mengetahui motif remaja putri dalam melakukan belanja online di *facebook*
- c. Untuk mengetahui perilaku konsumtif remaja putri dalam belanja online di *facebook*

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat atau kegunaan dari penelitian ini ada dua aspek, yaitu :

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini semoga bermanfaat untuk:

- a. Menjadi kontribusi bagi khasanah pengembangan keilmuan, pengetahuan serta kajian di bidang Komunikasi Penyiaran Islam khususnya pengembangan kajian bidang perilaku konsumtif remaja putri dalam belanja online di *facebook*.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan sumber informasi bagi audiens agar dapat digunakan sebagai sumber data dalam penulisan khususnya tentang perilaku konsumtif remaja putri dalam belanja online di *facebook*.
- c. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai kajian teoritis di bidang Komunikasi Penyiaran Islam khususnya yang berhubungan dengan perilaku konsumtif remaja putri dalam belanja online di *facebook*.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini sebagai sarana atau bahan informasi untuk mengetahui perilaku konsumtif remaja putri dalam belanja online di *facebook*.

b. Bagi Masyarakat di Desa Pranggong Kec. Arahan-Indramayu

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi masyarakat khususnya remaja putri di desa Pranggong agar tidak berperilaku konsumtif serta dapat menerapkan gaya hidup sederhana.

c. Bagi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai masukan yang sangat berguna dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan perilaku konsumtif remaja putri dalam belanja online di *facebook*.

d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang bermanfaat bagi masyarakat umum dalam mengikuti perkembangan trend globalisasi atau pembelian sebuah produk agar dapat lebih selektif dan sesuai dengan kebutuhannya.

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu suatu jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis/lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti yaitu menggunakan studi kasus. Menurut Burhan Bungin (2011: 132) studi kasus merupakan studi yang mendalam hanya pada satu kelompok atau peristiwa.

3. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi penelitiannya dilakukan di desa Pranggong Kec. Arahan Kab. Indramayu Jawa Barat.

4. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data yang dibutuhkan dalam penulisan, dalam penelitian ini sumber data terbagi menjadi dua macam, yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari tempat penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dan observasi langsung pada remaja di desa Pranggong yang pernah atau sering melakukan belanja online di *facebook*.

b. Data sekunder

Pada penelitian ini data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan berupa sumber-sumber dari buku, jurnal, *e-book* dan

media *online* yang relevan berkaitan dengan perilaku konsumtif remaja putri dalam belanja *online* di *facebook*.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Penelitian ini dalam teknik pengambilan data menggunakan metode observasi yaitu mengumpulkan data tentang keadaan dan kegiatan yang dilakukan oleh subjek penelitian.

b. Wawancara Mendalam

Wawancara dalam penelitian ini yaitu menggunakan wawancara mendalam. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara mendalam pada remaja putri dengan rentang usia 15 tahun sampai 22 tahun di desa Pranggong yang pernah atau sering melakukan belanja online di *facebook*.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah mencari data dengan melakukan telaah dokumen yang terkait. Tujuannya, untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian (Kuncoro, 2013).

6. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan susunan analisis dari Miles dan Huberman (1994) dalam (Harahap, 2020: 69-71) terdapat beberapa langkah dalam analisis data diantaranya sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Setelah direduksi maka data yang sesuai dengan tujuan penelitian dideskripsikan dalam bentuk kalimat sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah penelitian.

b. Display Data (Penyajian Data)

Bentuk analisis ini dilakukan dengan menyajikan data dalam bentuk narasi, di mana peneliti menggambarkan hasil temuan data dalam bentuk uraian kalimat, bagan, hubungan antar kategori yang sudah berurutan dan sistematis.

c. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan ditarik dengan teknik induktif tanpa mengeneralisir satu temuan terhadap temuan-temuan lainnya. Disamping itu, kesimpulan pun perlu untuk diverifikasi agar cukup mantap dan benar-benar bisa dipertanggungjawabkan.

7. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di desa Pranggong Kecamatan Arahman Kabupaten Indramayu Jawa barat.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini berlangsung selama kurang lebih 3 (tiga) bulan, terhitung dari bulan Maret 2022 sampai dengan bulan Mei 2022.

