

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Masa remaja adalah masa peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa. Pada masa ini, seseorang sudah tidak bisa disebut sebagai anak-anak, tetapi juga tidak bisa disebut sebagai orang yang sudah dewasa. Masa remaja ini merupakan masa dimana remaja seringkali bimbang dan ragu-ragu dalam setiap pengambilan keputusan dalam hidupnya. Meskipun masa remaja adalah masa menuju kematangan dan kemasakan, tetapi mereka belum bisa memaksimalkan fungsi fisik dan psikisnya. Remaja yang mampu melewati masa peralihan ini dengan baik, maka akan terhindar dari hal-hal negatif yang mempengaruhi dirinya dengan cara mengenali bakat dan potensi dari dalam diri. Akan tetapi, tidak semua perkembangan remaja itu sama, masih ada sebagian besar remaja yang masih terlibat dalam hal-hal negatif.

Tindakan negatif remaja ini termasuk ke dalam kenakalan remaja. Dalam (Mantiri, 2014) perilaku menyimpang adalah hal-hal yang tidak sesuai dengan norma-norma dan nilai-nilai yang ada di masyarakat. Hal ini sekitar remaja. Perilaku konsumtif pembelian barang dan jasa dilakukan secara berlebihan juga perlu perhatian dan bimbingan dari orang-orang terdekat remaja. Tindakan negatif dan perilaku konsumtif ini erat kaitannya dengan kontrol diri. Kontrol diri memungkinkan remaja agar hidupnya menjadi lebih terarah. Apabila kontrol diri tinggi, maka semakin turun tingkat tindakan negatif siswa. Sebaliknya, apabila kontrol diri rendah, maka tingkat perilaku negatif remaja akan lebih tinggi.

Perkembangan teknologi memberikan kemudahan dalam mengakses dan mencari informasi mengenai budaya-budaya yang ada di negara lain. Menurut Roll (2020) salah satu budaya yang banyak peminatnya pada masa sekarang ini adalah budaya dari Korea Selatan, yang biasa disebut dengan *Korean Wave* atau biasa disebut juga dengan *hallyu*. *Korean Wave* sendiri mengacu pada perkembangan budaya yaitu, musik.

Budaya K-pop sendiri diterima dengan baik dan penuh antusias oleh masyarakat Indonesia, hal ini dibuktikan dengan unggahan twitter

#KpopTwitter tahun 2020 yang menyebutkan bahwa Indonesia jadi negara nomor satu yang mencuit tentang K-pop. Informasi yang diumumkan pada tanggal 4 Februari 2020 ini menyebutkan bahwa dari 20 negara, Indonesia menjadi negara dengan jumlah twit paling banyak mengenai K-pop sepanjang tahun 2020. Berdasarkan hasil survei yang dilansir *idn.times* pada 26 Februari 2019 pada 580 penggemar K-pop di Indonesia. Dari data tersebut diperoleh hasil bahwa penyebaran K-pop di Jakarta sebanyak 15.9%, Jawa Timur sebesar 32.1%, Jawa Tengah sebesar 5.9%, Jawa Barat sebesar 17.8%, Banten 5%, dan lainnya sebanyak 23.3% (online).

Pada usia awal 20 tahun biasanya para remaja memiliki minat yang tinggi untuk berbelanja. Terlebih, fenomena *online shop* sedang marak pada saat sekarang ini. Beberapa *online shop* yang menawarkan *merchandise* Kpop juga bukan hal baru di Indonesia. Hal inilah yang juga memicu remaja menjadi aktif dalam melakukan pembelian *merchandise* Kpop karena mereka tidak perlu membeli langsung dari Korea, melainkan bisa melalui jasa titip/*online shop*. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh kumparan (2017) para penggemar setidaknya mengeluarkan 500 ribu per bulan untuk membeli hal-hal berbau Kpop atau yang berhubungan dengan *idol* mereka (online). Barang-barang yang mereka beli dapat berupa album, kosmetik, tiket konser, *merchandise*, dan lain-lain.

Pada hari Senin, 7 Oktober 2019 melalui akun instagramnya, tokopedia mengunggah sebuah postingan “*Dengan bangga kami persembahkan BTS sebagai Brand Ambassador Tokopedia!*” tulisnya pada akun instagram @Tokopedia. Melalui akun twitternya, tokopedia juga menulis hal yang sama “*Dengan ini Tokopedia secara resmi mengumumkan BTS sebagai Brand Ambassador terbaru! #TokopediaXBTS #TokopediaSaja*”, demikian cuitan dari akun twitter @Tokopedia. Hal tersebut tentu membuat para penggemar BTS yang biasa akun sosial media Tokopedia, meng*install* aplikasi Tokopedia dan sebagian besar berpindah *platform* belanja (*Idn Times*, 2019).

disebut Army sangat antusias. Para penggemar tentu saja langsung mengikuti Karena antusiasme para penggemar sangat tinggi, pihak tokopedia memberikan penawaran yang menarik untuk para penggemar yang akan berbelanja. Penawaran tersebut adalah bagi siapa yang berbelanja sesuai dengan syarat dan ketentuan dari pihak tokopedia, maka akan mendapatkan satu buah photocard member BTS. Hal tersebut tentu saja mengundang para penggemar untuk berbelanja, mereka yang awalnya masih ragu untuk berbelanja, karena adanya photocard menjadi tertarik dan membeli barang di tokopedia.

Pada tanggal 9 Juni 2021, BTS berkolaborasi dengan McDonald's yang menghasilkan produk dengan nama BTS *meal*. Hasil kolaborasi ini membuat konsumen membeludak, karena paket makanan ini hanya dijual dalam jangka waktu tertentu. Karena membeludaknya konsumen dan menyebabkan kerumunan, maka beberapa gerai McDonald's dikenakan denda puluhan juta dan penutupan gerai selama 1-3 hari (Liputan6.com, 2021). Dilansir kompasiana, pada tanggal 25 Januari 2022 lemonilo mengumumkan kolaborasi dengan NCT Dream, lemonilo mengeluarkan produk dengan kemasan NCT Dream. Pada kemasan spesial lemonilo dan NCT Dream ini, penggemar bisa mendapatkan *photocard* jika beruntung. Sehingga, para penggemar akan membeli agar mendapatkan *photocard*, bagi yang belum beruntung maka akan membeli lagi sampai dirasa mereka cukup puas dengan apa yang didapatkannya. Dilansir dari Idn Times, alasan produk lokal menggaet *idol* Korea sebagai *brand ambassador* adalah karena para *fans* dari mereka sangat royal terhadap *idol*nya. Mereka rela mengeluarkan uang untuk membeli sesuatu yang berkaitan dengan *idol*nya.

Berdasarkan studi pendahuluan yang telah dilakukan di MA Shirojul Hikmah dengan guru BK Bapak Ali Imron, S.Ag., S.Pd di Kabupaten Bojonegoro, diperoleh hasil bahwa sebagian besar siswa masih banyak yang memiliki tingkat kontrol diri yang rendah dalam hal pembelian barang dan jasa. Para siswa sebagian besar masih mudah tergoda untuk membeli barang-barang yang diiklankan oleh idola mereka. Selain itu, mereka juga masih belum terlalu bisa untuk mengatur prioritas mereka dalam hal kebutuhan. Seringkali mereka bingung, jika memiliki uang akan digunakan untuk membeli sesuatu berdasarkan kebutuhannya atau hanya menuruti keinginannya saja.

Studi pendahuluan di MAN 2 Bojonegoro dengan guru BK Ibu Afiah Fajarina, S.Pd juga diperoleh hasil bahwa sebagian siswa juga masih memiliki perilaku konsumtif yang relatif tinggi. Mereka masih beranggapan bahwa keinginan lebih penting daripada kebutuhan karena dirasa dapat memenuhi rasa kepuasan diri. Selain itu, potongan harga untuk beberapa barang dengan iklan artis Korea juga menarik perhatian siswa.

Selanjutnya, berdasarkan studi pendahuluan di SMA Plus Al-Amanah Bojonegoro dengan guru BK Ibu Khoirul Hidayati, S.Psi, diperoleh hasil bahwa sebagian siswa juga masih memiliki tingkat perilaku konsumtif tinggi. Sebagian siswa masih beranggapan bahwa produk yang diiklankan oleh artis idola harus mereka beli. Selain itu, penampilan yang menarik juga mendukung mereka untuk selalu membeli barang yang sedang *trending* agar tidak kalah dengan teman-teman yang lain.

Menurut Sumartono (2002: 117) perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Dapat dikatakan bahwa dalam hal ini, seseorang membeli barang sudah bukan menurut kebutuhannya, tetapi hanya mengikuti keinginannya yang bisa saja sebatas mengikuti *trend*. Gaya hidup hedonis atau berperilaku konsumtif adalah gaya hidup mewah, gaya hidup yang mencari kesenangan dan lebih mementingkan keinginan dibandingkan kebutuhan serta mengeluarkan uang untuk hal-hal yang kurang bermanfaat, (Rachmadani 2021).

Menurut Averril dalam ( Ghufron M. Nur & Risnawita 2020: 29) kontrol diri adalah kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang diinginkan dan tidak diinginkan, sekaligus kemampuan individu untuk memilih salah satu tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakininya (Ghufron, M. Nur & Risnawita 2020). Sedangkan menurut Calhoun dan Acocella, kontrol diri adalah pengaturan proses fisik, psikologis, dan perilaku seseorang dalam membentuk dirinya sendiri (Ghufron, M. Nur & Risnawita 2020: 26). Sedangkan menurut Thalib (2010) kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan-dorongan, baik dari dalam (internal) maupun dari luar (eksternal). Tidak jarang

remaja pada usia awal 20 tahunan tidak memiliki kontrol diri yang baik dalam membeli barang-barang yang berhubungan dengan *idol* mereka. Mereka sering kali hanya memikirkan kesenangan sesaat daripada memikirkan konsekuensi kedepannya.

Munculnya perilaku konsumtif yang disebabkan oleh meningkatnya fenomena yang terjadi ini karena para penggemar *Korean Wave* ingin memenuhi kebutuhan akan dirinya sendiri. Perilaku ini hanya muncul seketika untuk memenuhi kebutuhan akan kepuasan terhadap dirinya sendiri karena terlalu mencintai idol yang sudah dipilihnya. Dari pemaparan di atas, perilaku konsumtif erat kaitannya dengan kontrol diri. Kontrol diri adalah bagian penting dari pengaruh diri karena dapat membantu seseorang untuk menyalurkan energinya dan membimbing kehidupannya. Jika kontrol diri rendah, maka keinginan untuk melakukan sesuatu tanpa mempertimbangkannya sangat tinggi. Dari penelitian yang dilakukan oleh (Handayani 2020) pada mahasiswa Uin Suska Riau diperoleh hasil bahwa Mahasiswa Uin Suska Riau terpengaruh oleh budaya luar dalam kehidupan sehari-harinya. Salah satunya adalah membeli barang-barang Kpop untuk mengikuti *trend* yang ada. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Andiani 2020) diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan negative antara *self control* dengan perilaku konsumtif pada KLOSS *Community*. Dari penelitian yang dilakukan oleh Hersika, Elsa Irmeiyanti dkk diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan antara kontrol diri dengan hubungan hedonis remaja di kota Padang. Adapun sumbangan efektif dari variabel gaya hidup hedonisme terhadap kontrol diri adalah 68% artinya gaya hidup hedonism menyumbang sebanyak 68% terhadap kontrol diri, sedangkan 32% dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku hedonisme, sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku hedonisme.

Bedasarkan data yang diperoleh, maka dibutuhkan teknik yang efektif untuk mengurangi perilaku konsumtif siswa. Mengingat pentingnya pemenuhan kebutuhan teknik tersebut, maka disusunlah panduan pelatihan teknik *self control* untuk mengurangi perilaku konsumtif siswa. Dengan judul Pengembangan Panduan Pelatihan *Self Control Group* untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif

Remaja Penggemar Kpop diharapkan mampu memberikan perubahan ke arah yang lebih baik kepada siswa.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana mengembangkan teknik *self control* untuk mengurangi perilaku konsumtif pada siswa.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan teknik *self control* mengurangi perilaku konsumtif pada siswa.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

#### **1.4.2.1 Bagi Siswa**

Menambah pengetahuan pada siswa/remaja bagaimana cara mengatur kontrol diri dalam melakukan sesuatu.

#### **1.4.2.2 Bagi Guru**

Memberikan pedoman bagi guru untuk mempermudah memberikan layanan dalam mengurangi perilaku konsumtif siswa.

#### **1.4.2.3 Bagi Peneliti**

Menambah wawasan untuk merancang suatu bahan ajar pembelajaran.

**UNUGIRI**

### **1.5 Batasan Masalah**

Cakupan penelitian ini memfokuskan pada teknik *self control* untuk mengurangi perilaku konsumtif pada remaja dan siswa penggemar musik Korea. Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang/jasa yang dilakukan secara berlebihan, hanya menuruti keinginan bukan kebutuhan. *Self control* adalah kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan konsekuensi positif. Penelitian ini dilakukan pada jenjang SMA/MA di kabupaten Bojonegoro. Penelitian ini nantinya akan menghasilkan produk yaitu berupa teknik *self control* untuk mengurangi perilaku konsumtif siswa dan buku panduan dari teknik *self control* untuk mengurangi perilaku konsumtif siswa.

### **1.6 Spesifikasi Produk yang Diharapkan**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan suatu produk yang berupa modul pelatihan *self control* untuk mengurangi perilaku konsumtif dengan spesifikasi sebagai berikut:

- 1) Rasional,
- 2) Tujuan umum,
- 3) Langkah-langkah,
- 4) Hal-hal yang perlu diperhatikan,
- 5) Tema/topik,
- 6) Penggunaan instrumen pelatihan,
- 7) Evaluasi.

### **1.7 Pentingnya Pengembangan**

Hasil dari penelitian pengembangan panduan ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif oleh konselor untuk mengurangi perilaku konsumtif pada siswa. Selain itu pelatihan ini dapat digunakan sebagai upaya untuk mengurangi perilaku konsumtif yang terjadi pada siswa tingkat SMA/MA.

**UNUGIRI**



**UNUGIRI**