

HUBUNGAN *BODY IMAGE* DAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PUTRI DI SMA NEGERI 5 SAMARINDA

Sufrihana Rombe¹

*Program Studi Psikologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Mulawarman Samarinda*

ABSTRACT. *This study aims to determine the relationship between body image and self-confidence with the consumer behavior in adolescent girls in SMA 5 Samarinda. The sample of this study are young women who attend school in SMAN 5 Samarinda, amounting to 87 students. The file was collected by the scale Body Image, Confidence scale and the scale of Consumer Behavior. This research is a quantitative study using path analysis techniques. The results of this study indicate that there is a significant relationship between body image and self-confidence with the consumer behavior in adolescent girls in SMA 5 Samarinda with $F = 5356$ $R^2 = 0.113$ and $p = 0.006$, which means the research hypothesis is accepted. The results of subsequent studies show that there was a significant relationship between body image and self-confidence with $\beta = 0.830$ $t = 13.699$ and $p = 0.000$, then the results of subsequent studies showed that there is a negative and significant relationship between body image and consumer behavior with $\beta = -0.457$ $t = -2.484$ and $p = 0.015$, and the subsequent results showed that there is a positive relationship between self-confidence with the consumer behavior with $\beta = 0.598$ $t = 3.251$ and $p = 0.002$*

Keywords: *body image, self-confidence, consumer behavior*

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara citra tubuh dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA 5 Samarinda. Sampel penelitian ini adalah wanita muda yang bersekolah di SMAN 5 Samarinda, yang berjumlah 87 siswa. File dikumpulkan oleh skala citra diri, skala kepercayaan diri dan skala perilaku konsumtif. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis jalur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara citra tubuh dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumen pada remaja putri di SMA 5 Samarinda dengan $F = 5356$ $R^2 = 0,113$ dan $p = 0,006$, yang berarti hipotesis penelitian diterima. Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara citra tubuh dan kepercayaan diri dengan $\beta = 0,830$ $t = 13.699$ dan $p = 0,000$, maka hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa ada hubungan negatif dan signifikan antara citra tubuh dan perilaku konsumtif dengan $\beta = -0,457$ $t = -2,484$ dan $p = 0,015$, dan hasil selanjutnya menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumen dengan $\beta = 0,598$ $t = 3,251$ dan $p = 0,002$

Kata kunci: citra diri, kepercayaan diri, perilaku konsumtif

PENDAHULUAN

Remaja masa kini selalu berusaha untuk memiliki serta menggunakan barang-barang yang tengah populer, hal ini terjadi karena tidak terlepas dari pesatnya kemajuan teknologi dan globalisasi serta didukung oleh pola konsumsi seseorang yang terbentuk pada masa seseorang tersebut menginjak usia remaja. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan

Sumartono (2002) yang mengatakan bahwa perilaku konsumsi begitu dominan dikalangan remaja.

Tidak mengherankan jika para produsen menjadikan kelompok usia remaja sebagai salah satu pangsa potensial untuk menawarkan barang-barang produksi mereka. Hal ini juga terjadi karena remaja yang mudah sekali terbujuk rayuan iklan, meniru te-

¹ Email: sufrihanarombe@gmail.com

man, pengaruh konformitas, adanya rasa tidak realistis dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya dengan alasan hobi atau untuk kesenangan semata serta adanya keinginan untuk menunjukkan diri bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang tengah sedang beredar. Padahal tanpa disadari mode-mode atau barang-barang yang sedang beredar tersebut akan berubah seiring waktu sehingga akan dapat mengantarkan para remaja untuk selalu merasa tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya

Berdasarkan penelitian awal yang telah dilakukan oleh peneliti pada tanggal 03 September 2013 di SMAN 5 Samarinda, dari 10 siswa yang ada terdapat 9 siswa yang mengaku selalu berusaha untuk mengikuti dan memiliki barang-barang yang sedang *trend* seperti ponsel, sepatu dan model pakaian. Hal tersebut seperti yang dikemukakan oleh salah satu siswa SMAN 5 yang berinisial PIR dalam wawancara singkat pada tanggal 03 September 2013, yang mengatakan bahwa dirinya selalu berusaha untuk mengikuti kemajuan teknologi dengan berusaha membeli barang-barang yang sedang *trendy* tanpa memikirkan harga barang tersebut mahal atau tidak yang penting bersangkutan tidak disebut ketinggalan zaman oleh teman-temannya.

Selain PIR, dalam hasil wawancara pada tanggal 14 september 2013 pukul 19.30 wita disalah satu *cafe* yang bertempat di Jalan Pramuka dengan salah satu siswa yang berinisial MT yang juga merupakan salah satu murid di SMAN 5 tersebut mengungkapkan jika murid-murid di sekolahnya tersebut terkenal dengan sifat yang *gengsi-gengsian*. Sifat tersebut sudah merupakan gaya hidup pada siswa yang ada di sekolah tersebut meskipun dari kalangan keluarga yang berbeda-beda. Selain itu siswa-siswa di sekolah tersebut menurut penuturan MT jika ada suatu barang yang sedang *trendy*, maka siswa-siswa disekolah tersebut akan berusaha untuk memilikinya karena jika tidak mereka takut akan dianggap *kudet* atau kurang *update*.

Hal tersebut sependapat dengan guru bimbingan konseling SMAN 5 dalam wawancara singkat pada tanggal 04 September 2013 yang berinisial AN, ia mengatakan jika saat ini memang siswa-siswa remaja berusaha untuk mengikuti zaman, khususnya dalam hal penampilan luar seperti dalam bentuk kendaraan, mereka akan berusaha mendapatkan barang-barang yang sedang *booming* tersebut sehingga mereka tidak lagi berpikir panjang dalam berbelanja. Hal ini terjadi agar bisa tampil sesuai dengan keinginan mereka.

Dalam wawancara singkat dengan MT pada tanggal 14 September 2013 di salah satu *cafe* yang ada di jln. Pramuka tersebut, MT juga mengatakan bahwa ia suka berbelanja dan tidak tanggung-

tanggung jika sekali berbelanja bisa menghabiskan uang hingga ratusan ribu rupiah karena faktor ketertarikan pada barang yang dijual, MT juga mengungkapkan jika ia tidak membeli barang tersebut maka akan timbul rasa tidak puas dan akan menyesal, sehingga MT sering kali membeli barang lebih dari 3 hingga lebih dengan model yang sama. Pola Pembelian barang yang dilakukan oleh MT terkadang lewat media cetak seperti katalog juga internet seperti *instagram*. *Instagram* merupakan salah satu situs yang ada didalam *handphone*, namun diakui pula oleh MT tidak jarang ia juga berbelanja di *mall* serta distro yang ada di kota Samarinda hingga terkadang uang yang dimiliki habis tanpa tersisa dalam sekali berbelanja.

Perilaku semacam ini tentunya tidak lepas dari pengaruh iklan yang selalu menawarkan suatu produk dengan ikon idola-idola tertentu, serta pengaruh dari film ataupun sinetron-sinetron dengan menampilkan pola perilaku gaya hidup anak SMA yang terlihat mewah, selain itu terdapat pula pengaruh lain yaitu konformitas. Menurut Chaplin (2006) konformitas adalah kecenderungan untuk memperbolehkan satu tingkah laku seseorang dikuasai oleh sikap dan pendapat yang sudah berlaku. Lebih lanjut Chaplin menjelaskan konformitas sebagai ciri pembawaan kepribadian yang cenderung membiarkan sikap dan pendapat orang lain untuk menguasai hidupnya.

Akibat cara atau gaya hidup seperti itu disertai kemajuan teknologi yang tidak habis-habisnya dapat mengantarkan para remaja untuk kurang kontrol diri atau kurang dapat menahan diri dalam berbelanja dan terus mengkonsumsi barang-barang yang selalu *trendy* secara berlebihan tanpa memikirkan apakah barang-barang tersebut memang benar-benar dibutuhkan atau karena hanya keinginan, ketertarikan dan kepuasan semata sehingga remaja bisa berperilaku konsumtif. Menurut Piliang (dalam Heni, 2013) konsumtif merupakan aneka virus yang yang menulari masyarakat tidak lagi mendorong kearah prestasi yang lebih baik, melainkan kearah konsumsi yang berlebihan, kesenangan, pembentukan tubuh dan diri yang berlebihan dan produksi yang berlebihan. Jika pola perilaku konsumtif ini terus terjadi pada kalangan remaja tersebut, maka akan mengakibatkan keuangan yang tidak terkontrol serta akan menimbulkan pemborosan yang mengakibatkan penumpukan barang karena dilakukan secara berlebihan.

Berdasarkan hasil penelitian Sarwono (Kompas, 14 Januari 2005) yang berjudul “Anak Jakarta, *a sketch of youth identity*”, remaja dikota besar memiliki akses terhadap informasi yang lebih besar daripada remaja di daerah. Salah satu ciri remaja adalah

meniru semua hal tanpa mempertimbangkan akibatnya. Fenomena perilaku remaja dikota besar ini kemudian dikelompokkan oleh Sarwono menjadi tiga kelompok besar yaitu cara berpakaian, gaya hidup dan bahasa. Remaja sangat menggemari pakaian, gaya rambut dan aksesoris yang sesuai mode di barat. Remaja cenderung mengikuti mode di Amerika Serikat yang dicontoh melalui televisi, majalah, film dan internet. Akibat dipengaruhi oleh media, tubuh yang langsing menjadi dambaan remaja. Tato, tindik dan berganti-ganti telepon selular juga termasuk dalam gaya berpakaian remaja saat ini. Dalam berpakaian, remaja kota besar yang terutama berasal dari kelas sosial tinggi selalu mengutamakan merek dibandingkan dengan remaja kelas bawah yang memakai produk bermerek palsu. Dari segi gaya hidup, remaja kota besar menikmati waktu luang mereka dengan bersewang-senang atau berbuat sesuatu sesuka hati mereka (Kompas, 14 Januari 2005).

Didalam kehidupannya, remaja putri memiliki perilaku berbelanja yang lebih tinggi dari remaja putra sehingga perilaku konsumtif remaja putri cenderung lebih tinggi daripada remaja putra. Hal tersebut seperti yang dikatakan oleh Phares (1997) yang menyatakan bahwa dalam jumlah uang yang dibelanjakan, remaja putri membelanjakan uangnya hampir dua kali lebih banyak daripada remaja putra. Hal tersebut terjadi untuk menunjang penampilan dirinya mulai dari sepatu, pakaian, kosmetik, asesoris hingga alat-alat yang dapat menunjang kecantikannya dan penampilan dirinya.

Penunangan penampilan ini tentunya tidak lepas dari perkembangan perubahan bentuk tubuh yang dialami oleh remaja. Seperti yang diketahui, didalam perkembangannya, remaja dihadapkan oleh berbagai perubahan-perubahan dalam tubuh mereka. Perubahan tersebut mencakup perubahan biologis, kognitif dan sosial emosional. Perubahan biologis terdiri dari perubahan pada fisik. Al-Mighwar (2006) mengatakan bahwa remaja yang merasa gelisah akan tubuhnya yang berubah dan merasa tidak puas dengan penampilan dirinya akan sulit untuk menerima dirinya sendiri. Banyak kasus yang menunjukkan ketidakpuasan remaja putri terhadap bentuk tubuhnya. Hal ini dapat ditemukan dalam hasil wawancara awal pada salah satu subjek berinisial DP pada tanggal 11 September 2013 bertempat dilingkungan sekolah yang mengatakan bahwa subjek belum merasa puas terhadap bentuk tubuhnya karena masih merasa terlalu gemuk dan masih pendek. Perubahan kognitif yaitu perubahan yang terletak dalam pola pikir sedangkan perubahan secara sosial emosional merupakan perubahan yang berhubungan dengan individu lain dalam berinteraksi dan

dalam berkepribadian disuatu masyarakat. Salah satu dampak psikologis dari perubahan tubuh pada saat masa puber terhadap remaja yaitu adanya perasaan cemas dengan tubuh mereka sehingga membentuk *body image* mengenai kondisi tubuh mereka.

Body image merupakan suatu sikap atau perasaan puas dan tidak puas yang dimiliki oleh seseorang atau suatu individu tertentu terhadap tubuhnya sehingga dapat melahirkan suatu penilaian yang positif atau negatif pada dirinya tersebut. Menurut Honigam dan Castle (dalam Januar & Putri 2011) *body image* merupakan gambaran mental seseorang terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya, bagaimana seseorang mempresepsi dan memberikan penilaian atas apa yang dipikirkan dan dirasakan terhadap ukuran dan bentuk tubuhnya dan atas penilaian orang lain terhadap dirinya.

Pentingnya *body image* yang dimiliki oleh siswa remaja tidak lepas dari perhatian mereka melalui pengaruh-pengaruh media lewat sarana iklan di tv, majalah hingga internet yang memperlihatkan ikon-ikon pria yang berotot, badan yang tegap dan berisi serta ikon wanita yang memiliki *body* yang tinggi, putih, mulus, kurus. Sehingga tidak jarang terdapat sejumlah remaja yang melakukan berbagai macam cara untuk mencapai tubuh yang ideal yang diinginkan seperti melalui diet ketat, olahraga yang berlebihan hingga sedot lemak. Hal tersebut seperti hasil dari penelitian Hoyt (dalam Na'imah & Rahardjo, 2008) yang menemukan bahwa media massa memegang peran yang signifikan dalam membentuk perasaan remaja putri terhadap tubuhnya. Adanya rasa tidak puas tersebut dan makin banyaknya media menampilkan figur-figur remaja serta produk-produk remaja akan mempengaruhi remaja tersebut untuk menjadi konsumtif pada penampilan mereka, sehingga mereka akan semakin boros dalam pengeluaran uang sakunya demi mendapatkan penampilan yang menurutnya ideal, oleh karena itu didalam perkembangannya tidak jarang banyak remaja putri disibukkan dengan tubuh mereka dan mengembangkan citra individual mengenai gambaran tubuh mereka hingga masalah penampilan mereka yang menjadi hal utama sehingga berpengaruh terhadap perkembangan kepercayaan diri.

Berdasarkan hasil penelitian awal dalam bentuk wawancara pada salah satu subjek penelitian pada tanggal 16 September 2013, berinisial W, mengatakan bahwa subjek akan merasa percaya diri dalam bergaul dengan teman-teman disekolahnya apabila dapat mengikuti *trend-trend* yang sedang berlaku. Hal itu terjadi karena subjek takut dianggap *Kudet* atau kurang update. Selain subjek W, didalam wawancara singkat juga dengan subjek DP, subjek

mengakui jika berbelanja selalu dilakukannya untuk menunjang penampilannya serta demi rasa kepercayaan dirinya dilingkungan tempat ia berada terutama saat ia keluar rumah hanya sekedar untuk jalan-jalan atau *hangout* bersama teman-temannya. Kepercayaan diri dipengaruhi dari tiap tahap perkembangan psikososial individu terutama lingkungan tempat individu menghabiskan waktu. Perkembangan psikososial pada remaja dapat terbentuk melalui kemampuan mencapai identitas yang meliputi peran, tujuan pribadi dan ciri khasnya. Bila tidak tercapai kemampuan tersebut individu akan mengalami kebingungan dalam perannya yang bisa berdampak pada rapuhnya kepribadiannya. Hal ini mempengaruhi apakah individu tersebut bisa untuk dapat hidup bahagia, sehat dan bisa nyaman dalam menjalani kehidupannya. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Taylor (2006) yang mengatakan bahwa percaya diri merupakan kunci menuju kehidupan yang berhasil dan bahagia dalam menjalani hidup.

Bagi remaja putri penampilan dianggap penting dalam membentuk kepercayaan diri. Oleh karena itu dalam membantu meningkatkan atau mempertahankan kepercayaan dirinya tersebut remaja putri merasa perlu untuk menjaga tiap penampilan mereka mulai dari perawatan ekstra dari mulai menjaga badan, kulit hingga rambut agar terlihat sempurna. Akibat dari perilaku kebanyakan remaja putri yang seperti itu maka banyak bermunculan beragam kosmetik dan sarana lainnya seperti pakaian-pakaian yang sedang *trend* yang menjanjikan para remaja putri untuk bisa menunjang mempercantik dirinya. Tidak hanya kosmetik juga model pakaian namun berbagai barang yang sedang *booming* juga mempengaruhi kepercayaan diri para remaja tersebut seperti yang saat ini sedang *trend* yaitu *gadget* yang terdiri dari berbagai jenis dan bentuk.

Untuk mendapatkan juga bisa menggunakan berbagai barang tersebut demi menunjang rasa kepercayaan diri yang dimiliki itu maka para remaja tidak terlepas dari perilaku berbelanja dalam mengkonsumsi barang tersebut. Namun perilaku konsumsi tersebut bisa menjadi suatu perilaku konsumtif ketika para remaja terus-terusan mengkonsumsi barang-barang yang selalu *trend* tanpa memperhatikan apakah barang-barang tersebut memang diperlukan serta dibutuhkan atau hanya karena untuk menunjang rasa puas semata pada dirinya, karena seperti yang diketahui kemajuan teknologi dan globalisasi seiring waktu akan terus berkembang dan maju tanpa henti.

TINJAUAN PUSTAKA

Body Image

Body image menurut Honigman dan Castle dalam bukunya *berjudul living with your looks* (dalam Bestiana, 2012) mendefinisikan bahwa citra tubuh atau *body image* sebagai gambaran mental seseorang terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya, bagaimana orang tersebut akan mempersepsikan dan memberikan penilaian terhadap apa yang dia pikirkan dan rasakan terhadap ukuran dan bentuk tubuhnya, serta bagaimana kira-kira penilaian orang lain terhadap dirinya.

Kepercayaan Diri

Menurut Perry (2005) kepercayaan diri merupakan suatu kemampuan untuk memercayai kemampuan sendiri dan merasa positif tentang apa yang bisa dilakukan dan tidak mengkhawatirkan apa yang tidak bisa dilakukan.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002) adalah tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas yang artinya bahwa belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek yang lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak yang menggunakan produk tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang dimaksud pada penelitian ini adalah menggunakan data pribadi subjek dan alat pengukuran atau instrumen. Alat pengukuran atau instrumen yang digunakan ada tiga macam yaitu alat ukur *body image*, kepercayaan diri dan perilaku konsumtif. Teknik analisa data yang digunakan yaitu *path analisis* untuk mengetahui seberapa besar hubungan dan sumbangsih yang diberikan antara variabel bebas dan variabel tergantung. Sebelum dilakukan analisis data, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yang meliputi normalitas sebaran dan linearitas hubungan antara variabel bebas dan variabel tergantung. Keseluruhan teknik analisis data akan menggunakan program SPSS versi 16.0 *for windows*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. *Body image* (X_1) berhubungan secara simultan dan signifikan dengan kepercayaan diri (X_2)

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa ada hubungan positif dan sangat signifikan antara *body image* dengan kepercayaan diri pada remaja putri yang bersekolah di SMA Negeri 5 Samarinda, hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai $r = 0.830$ dan nilai $sig = 0.000$. Hal ini berarti bahwa apabila *body image* yang dimiliki oleh remaja putri positif maka akan menimbulkan kepercayaan diri yang tinggi dan apabila *body image* yang dimiliki oleh remaja putri negatif maka kepercayaan diri yang timbul akan rendah.

Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Putriana (2004) yang berjudul Hubungan Citra Diri dengan Kepercayaan Diri Pada Remaja Putri di SMU 3 Jambi, bahwa orang-orang yang menunjukkan *body image* positif maka akan memiliki rasa percaya diri yang tinggi sedangkan orang-orang yang menunjukkan *body image* negatif maka akan memiliki kepercayaan diri yang rendah pula. Demikian dapat dikatakan bahwa orang-orang yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi cenderung lebih bisa menerima diri sendiri termasuk kepuasan terhadap bagian-bagian tubuh dan keseluruhan tubuh, tidak menampilkan dirinya sebagai pribadi yang lemah dan pribadi yang tidak bisa melakukan apa-apa dan remaja tersebut akan berani memasuki lingkungannya yang baru dengan mengembangkan sikap diri yang yakin akan dirinya dan akan mampu melakukan penyesuaian diri sosial dengan baik.

Remaja putri yang memiliki *body image* yang positif akan melihat dan memandang tubuhnya sebagai sesuatu yang berharga dan baik serta tidak akan mengkritik dirinya sendiri ataupun membanding-bandingkan dirinya dengan orang lain dan selanjutnya ia akan mampu untuk memiliki rasa percaya diri. Berbeda jika remaja putri memandang tubuhnya tidak ideal seperti merasa wajahnya kurang menarik, badannya terlalu gemuk atau bahkan merasa badannya terlalu kurus, maka orang tersebut akan selalu merasa khawatir dan akan menimbulkan perasaan menyesal akan kondisi fisiknya tersebut sehingga *body image* yang terbentuk adalah negatif dan akan berdampak pada kepercayaan dirinya. Mighwar (2006) mengatakan bahwa tidak sedikit remaja mengalami ketidakpuasan akan sebagian tubuhnya, hal ini akan menjadi salah satu yang menyebabkannya merasa rendah diri. Hasil penelitian ini juga sama dengan hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Vebriana (2012) dalam penelitiannya pada siswi kelas X dan XI di SMK Negeri 4

Yogyakarta yang menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penerimaan *body image* dengan kepercayaan diri, hal ini ditunjukkan dengan adanya sumbangsih sebesar 20,9% keragaman kepercayaan diri pada siswi kelas X dan XI di SMK Negeri 4 Yogyakarta dipengaruhi oleh tingkat penerimaan *body image* siswi.

Hasil dalam penelitian ini juga dapat ditunjukkan melalui hasil wawancara dengan dengan salah satu subjek yang berinisial DP pada tanggal 11 september 2013 dilingkungan sekolah. Pada wawancara singkat tersebut subjek mengatakan jika saat ini subjek belum merasa percaya diri dengan dirinya terutama yang berhubungan dengan bentuk fisiknya. Hal ini terjadi karena subjek masih merasa terlalu gemuk dan pendek. Menurut Hakim (2002), pemahaman yang negatif dari seseorang terhadap dirinya sendiri cenderung akan selalu memikirkan kekurangan tanpa pernah meyakinkan dirinya memiliki kelebihan sehingga akan membentuk rasa tidak percaya diri. Salah satu ciri orang memiliki kepercayaan diri yaitu adalah orang mampu menghargai dirinya sendiri. Jika seseorang memiliki cara pandang yang baik terhadap tubuhnya maka ia akan memiliki kepercayaan diri. Remaja putri yang memiliki *body image* positif akan merasa puas dengan tubuhnya, sehingga remaja putri tidak akan malu dengan tubuh yang ia miliki bahkan ia dapat bersyukur keadaan dirinya serta akan mudah bergaul dengan keadaan sekelilingnya dengan rasa percaya diri yang yang dimilikinya.

2. *Body image* (X_1) berhubungan secara simultan dan signifikan dengan perilaku konsumtif (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa ada hubungan antara *body image* dengan perilaku konsumtif pada remaja putri yang bersekolah di SMA Negeri 5 Samarinda, hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai $p = 0.015$ atau $p < 0.05$ yang berarti bahwa hipotesa diterima. Adapun besarnya kontribusi *body image* yang secara langsung berkontribusi dengan perilaku konsumtif yaitu sebesar 20,89%.

Lebih lanjut hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara *body image* dengan perilaku konsumtif adalah sebesar -0.457 . Hal ini berarti bahwa terdapat hubungan yang negatif antara *body image* dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda. Hasil penelitian ini berarti bahwa apabila *body image* yang dimiliki oleh remaja putri positif maka perilaku konsumtif yang ada akan rendah, begitu pun sebaliknya apabila *body image* yang dimiliki remaja putri negatif maka perilaku konsumtif yang akan muncul akan tinggi. Data yang ditemukan sebagaimana yang telah

dikemukakan dalam hasil uji *path analysis* menunjukkan bahwa hipotesis dapat diterima, karena variabel bebas dan tergantung yang dihipotesiskan memiliki hubungan atau korelasi dengan nilai sig sebesar 0.015.

Penelitian hubungan antara perilaku konsumtif dan *body image* juga pernah dilakukan oleh Sari (2009). Dalam hasil penelitiannya tersebut menunjukkan besarnya sumbangan efektif oleh *body image* terhadap perilaku konsumtif sebesar 12% dan sisa lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Hasil dalam penelitian ini juga sejalan dengan pendapat Pratomo (2012), yang mengatakan bahwa untuk menjadi cantik, memesonakan, cerdas, berkarisma, memiliki pasangan hidup dan memiliki kehidupan yang serba sempurna merupakan idaman dan impian setiap wanita sehingga *entah* karena tren atau sekedar meningkatkan rasa percaya diri, banyak wanita yang rela *merogoh koceknya* lebih dalam untuk mendapatkan predikat cantik dan *sophisticated* dengan melakukan upaya mulai dari berbelanja pakaian dan perhiasan yang harganya *selangit*, membeli *make up* yang mahal, melakukan perawatan harian seperti luluran, *body massage*, hingga melakukan cara-cara instan.

Remaja putri tidak terlepas dari perhatian akan penampilannya mulai dari bentuk tubuh hingga tampilan luar, karena bagi remaja putri penampilan merupakan hal pertama yang harus diperhatikan seperti memiliki rambut yang lurus, mengkilau, kulit yang bersih dan putih serta gigi yang kuat merupakan suatu hal yang harus dimiliki wanita, selain itu disertai dengan tubuh yang langsing layaknya seorang model juga menjadi suatu dambaan tersendiri bagi remaja putri. Hal ini sesuai dengan pendapat Wade dan Tavis (2007) yang mengatakan bahwa pada umumnya, wanita yang memiliki lekukan tubuh yang elok dan payudara yang besar akan diasosiasikan memiliki sifat feminim, pengasuh dan keibuan. Adanya asumsi seperti ini yang ada ditengah masyarakat pada umumnya mengakibatkan remaja putri cenderung membandingkan dirinya sehingga seringkali membuat remaja putri tidak puas akan keadaan tubuhnya saat ini.

Didukungnya dengan makin hadirnya media massa berupa iklan di dalam tv dan internet serta majalah tabloid dapat mempengaruhi remaja untuk konsumtif. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Soekanto (2012), yang mengatakan bahwa peralatan modern di bidang *mass communication* seperti surat kabar, film, televisi dan lain-lain, memungkinkan orang kota mengikuti perubahan-perubahan diluar batas-batas daerahnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada salah satu

subjek berinisial P pada tanggal 14 Desember 2013, mengatakan bahwa dirinya sangat suka berbelanja karena sering tergoda oleh iklan-iklan yang ada di televisi maupun didalam majalah. Biasanya subjek tergoda pada iklan yang menawarkan produk pencerah/pemutih kulit, hal ini karena subjek ingin memiliki warna kulit yang lebih cerah.

Berbeda halnya dengan subjek yang berinisial D yang mengatakan bahwa subjek menginginkan bentuk tubuh seperti tokoh idolanya yaitu penyanyi Agnes Monica sehingga subjek sering membeli produk-produk penurunan berat badan dan penghilang lemak tubuh sebab menurut subjek tubuhnya saat ini masih sangat jauh berbeda dengan bentuk tubuh tokoh idolanya tersebut karena bentuk tubuh subjek yang masih agak terlihat gemuk. Hal ini dapat sering disebut sebagai modeling, dimana berarti seseorang membentuk dirinya serupa sosok orang lain (Friedman & Schustack, 2006). Perilaku modeling yang dimaksudkan disini yaitu perilaku yang meniru, dalam keadaan ini perilaku meniru tersebut terapkan dalam suatu keinginan untuk bisa membentuk tubuhnya sehingga bisa mendapatkan dan memiliki bentuk tubuh yang sesuai dengan tokoh idola yang dilihat dari suatu individu tersebut.

Hal ini seperti hasil penelitian dalam survey *psychology today* yang dilakukan oleh Thompson (dalam Na'imah & Rahardjo, 2008) yang menemukan bahwa 23% dari 3.542 responden menyatakan bahwa selebriti yang muncul dimedia massa mempengaruhi *body image* mereka, 22% responden menyatakan bahwa *body image* mereka dipengaruhi oleh model dalam majalah *fashion*, sehingga dengan demikian *public figure* yang dalam hal ini diwakili oleh model merupakan target komparasi sosial remaja dalam membentuk *body imagenya*.

Hal ini sependapat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zebua dan Nurdjayadi (dalam Triyaningsi, 2011) bahwa berdasarkan hasil pendekatan psikologi konsumen, remaja khususnya remaja putri merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik khas seperti mudah tertarik pada mode, mudah terbuju iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, kurang realistik, romantis, dan impulsif. Hal ini juga sejalan dengan dengan pernyataan Tanoto (dalam Sari, 2009) yang mengatakan bahwa media massa, baik itu tayangan iklan di televisi maupun majalah yang banyak menampilkan figur-figur ideal remaja dalam menawarkan produk-produk remaja akan mempengaruhi remaja tersebut sehingga remaja akan mudah sekali untuk tertarik dan menjadi konsumtif terhadap penampilan mereka. Remaja putri akan menjadi lebih boros membelanjakan uang sakunya untuk membeli barang-barang yang

dianggapnya dapat memenuhi kebutuhan akan kecantikan juga penampilan dirinya.

Hal ini sejalan dengan Al-Mighwar (2006) yang menyatakan bahwa salah satu minat terkuat pada remaja yaitu minat untuk menampilkan diri, dimana minat menampilkan diri tidak hanya mencakup pakaian, tetapi juga perhiasan, kerapian, daya tarik dan bentuk tubuh yang sempurna. Bagi remaja putri, perhatian terhadap penampilan diri ini tidak hanya dibatasi pada pakaian dan aksesoris saja tetapi model pada rambut, bentuk dan ukuran tubuh, wajah, kulit dan kuku juga merupakan hal yang sangat penting bagi remaja putri.

3. Kepercayaan Diri (X₂) berhubungan secara simultan dan signifikan dengan perilaku konsumtif (Y)

Hasil uji *path analysis* pada variabel bebas lainnya pada seluruh sample penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan diri memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai $p = 0.002$ atau $p < 0.05$ yang berarti bahwa hipotesa diterima.

Untuk mendukung kepercayaan diri yang dimiliki oleh remaja putri khususnya dalam hal penampilan dirinya, maka remaja putri akan berusaha untuk menjaga penampilannya dan mempertahankan kepercayaan dirinya dengan selalu mengikuti dan berusaha memiliki barang-barang mulai dari *trend fashion* hingga barang-barang *trend* lainnya serta akan berusaha untuk mendapatkannya, sehingga dapat membentuk pola konsumsi yang berlebihan. Hal ini terjadi karena berdasarkan pendekatan psikologi konsumen yang dilakukan oleh Zebua dan Nurdjayadi (dalam Triyaningsi, 2011), remaja khususnya remaja putri merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik khas seperti mudah tertarik pada *mode*, mudah terbuju iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, kurang realistis, romantis, dan impulsif.

Perilaku yang selalu mengikuti *trend fashion* serta selalu mengikuti tuntutan sosial maka dapat menimbulkan pola konsumsi yang cenderung berlebihan karena *fashion* akan selalu berubah serta perkembangan *fashion* juga teknologi akan selalu berjalan. Pola konsumsi yang berlebihan tersebut akan menyebabkan remaja untuk tidak bisa kontrol diri terhadap perilaku konsumsinya yang tentunya mengakibatkan remaja tersebut menjadi konsumtif.

Seperti yang diungkapkan oleh Tambunan (2001) itu sendiri, bahwa faktor-faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif pada remaja yaitu karena remaja ingin menunjukkan bahwa mereka dapat mengikuti *mode* yang sedang beredar, ikut-

ikutan teman, ingin tampak berbeda dengan orang lain dan cenderung tidak pernah puas dengan apa yang sudah dimilikinya. Adanya perilaku tersebut tentunya untuk membuat diri remaja tersebut bisa menempatkan diri dan bisa tampil percaya diri diantara teman-temannya serta merasa bisa diterima oleh lingkungan tempatnya berada. Hal ini seperti seperti dalam hasil penelitian dalam bentuk wawancara pada salah satu subjek pada tanggal 14 September 2013 pukul 19.30 wita disalah satu *cafe* yang bertempat di Jalan Pramuka dengan salah satu siswa yang berinisial MT yang juga merupakan salah satu murid di SMAN 5 tersebut mengungkapkan jika murid-murid di sekolahnya tersebut terkenal dengan sifat yang *gengsi-gengsian*. Sifat tersebut sudah merupakan gaya hidup pada siswa yang ada di sekolah tersebut. Selain itu siswa di sekolah tersebut menurut penuturan MT jika ada suatu barang yang sedang *trendy*, maka siswa-siswa di sekolah tersebut akan berusaha untuk memilikinya karena jika tidak mereka takut akan dianggap *kudet* atau kurang *update*.

Hal tersebut sesuai dengan hasil dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif adalah sebesar 0.598. Hal ini berarti bahwa kepercayaan diri yang dimiliki oleh remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda tinggi dengan adanya perilaku konsumtif yang tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan hasil penelitian skala kepercayaan diri yang dimiliki oleh remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda memiliki kontribusi langsung dengan perilaku konsumtif sebesar 35.77 %.

Selain itu dalam hasil penelitian dalam bentuk wawancara pada subjek yang berinisial W pada tanggal 14 Desember 2013 yang bertempat di sekolah subjek, subjek juga mengatakan bahwa subjek merasa termasuk sebagai seorang yang memiliki kepercayaan diri karena subjek berani-berani *aja* untuk tampil di depan umum, hanya saja untuk hal penampilan khususnya untuk memiliki barang-barang yang tengah populer atau yang sedang *in*, subjek juga akan berusaha untuk mendapatkan dan menggunakannya karena subjek tidak mau dianggap *kudet* atau kurang *update* yang dapat menyebabkan subjek akan merasa gengsi diantara teman-teman pergaulannya, itu sebabnya subjek akan selalu berusaha untuk tetap mengikuti dan menggunakan barang-barang yang sedang *trandy*. Adanya perasaan gengsi yang timbul dalam diri remaja tersebut serta perasaan takut dianggap kurang *update* tersebut merupakan faktor konformitas yang dialami pada remaja putri. Hal tersebut terjadi karena keinginan yang kuat pada remaja putri untuk tampil menarik, tidak berbeda

dengan rekan-rekannya dan dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya (Suyasa & Fransisca dalam Triyaningsih, 2005).

Hal ini sesuai dengan pernyataan Wade dan Tavris (2007) yang mengatakan bahwa konformitas merupakan suatu sikap melakukan suatu tindakan atau mengadopsi sikap sebagai hasil dari adanya tekanan kelompok yang nyata maupun yang dipresepikan. Menurut Suyasa dan Fransisca (dalam Triyaningsih, 2005), konformitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif selain hadirnya iklan, gaya hidup dan adanya kartu kredit. Adapun faktor lain menurut Sears (2004) yang menimbulkan konformitas diantaranya yaitu adanya rasa takut terhadap celaan sosial, rasa takut terhadap penyimpangan, kekompakan kelompok dan keterikatan pada penilaian bebas.

Hasil wawancara yang lain juga terdapat pada salah satu subjek yang berinisial DP pada tanggal 11 September 2013 di sekolah yang juga merupakan salah satu murid di SMA Negeri 5 Samarinda mengakui jika dirinya berbelanja selalu dilakukan untuk menunjang penampilannya agar rasa kepercayaan diri yang dimilikinya tetap tinggi dilingkungan tempat ia berada terutama saat ia akan keluar rumah hanya sekedar untuk jalan-jalan ataupun *hangout* bersama teman-temannya. Hal ini juga sesuai dengan hasil data dalam penelitian ini yang menjelaskan bahwa kepercayaan diri pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda yang tinggi ditandai dengan perilaku konsumtif yang tinggi pada diri remaja tersebut.

4. Body Image (X₁) dan Kepercayaan Diri (X₂) berhubungan secara simultan dan signifikan dengan perilaku konsumtif (Y)

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang sangat signifikan antara *body image* dengan kepercayaan diri. Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig 0.000 dengan nilai $r = 0.830$. Hal ini berarti bahwa semakin positif *body image* pada siswa remaja putri SMA Negeri 5 Samarinda maka semakin tinggi kepercayaan diri yang dimilikinya begitupun sebaliknya semakin negatif *body image* yang dimiliki oleh siswa remaja putri SMA Negeri 5 Samarinda maka semakin rendah pula kepercayaan dirinya.

Hasil dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara *body image* dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda. Hasil ini ditunjukkan dengan perolehan nilai sig 0.015. Hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya hubungan negatif antara

body image dengan perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai koefisien korelasinya sebesar -0.457, Hal ini berarti bahwa apabila *body image* yang timbul pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda positif maka perilaku konsumtif yang dimiliki akan rendah, begitupun sebaliknya bahwa semakin negatif *body image* yang dimiliki oleh remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda maka perilaku konsumtifnya akan menjadi tinggi.

Adapun hasil penelitian antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda menunjukkan terdapat hubungan signifikan dengan perolehan nilai sig 0.002 dan nilai beta 0.598, hal ini berarti kepercayaan diri yang dimiliki oleh remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda tinggi dengan adanya perilaku konsumtif yang tinggi.

Berdasarkan hasil uji *path analysis* pada ketiga variabel penelitian dalam penelitian ini menunjukkan hubungan yang sangat signifikan antara *body image* dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda dengan hasil $F = 5.356$, $R^2 = 0.113$, dan $p = 0.006$. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *body image* dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda. Kedua variabel bebas *body image* dan kepercayaan diri memiliki sumbangan efektif sebesar 11,30 persen terhadap variabel perilaku konsumtif. Hal ini berarti membuktikan bahwa variabel *body image* dan kepercayaan diri dapat dijadikan prediktor untuk memprediksi atau mengukur perilaku konsumtif pada remaja putri SMA Negeri 5 Samarinda. Sisanya 88,7 persen mengindikasikan adanya faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain faktor budaya, sosial, pribadi dan faktor psikologi (Kotler & Armstrong dalam Putri, 2003).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dihasilkan beberapa temuan penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang positif antara *body image* dengan kepercayaan diri pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda.
2. Terdapat hubungan yang negatif antara *body image* dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda.
3. Terdapat hubungan yang positif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda.

4. Terdapat hubungan yang positif antara *body image* dengan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi remaja putri SMA Negeri 5 Samarinda. Disarankan untuk menanamkan sikap lebih memandang positif pada keadaan fisik pada usia remaja saat ini, karena perubahan perkembangan bentuk fisik akan terus terjadi seiring masa pertumbuhan terjadi serta diharapkan untuk tidak terlalu memfokuskan diri pada model-model ideal yang ditampilkan oleh media-media massa, selain itu diharapkan juga untuk mengurangi sikap gengsi sehingga remaja putri tidak menjadi lebih boros dalam membelanjakan uang sakunya untuk membeli barang-barang yang dianggap akan dapat memenuhi keinginan akan penampilan dirinya.
2. Bagi orang tua. Disarankan untuk lebih memperhatikan dan juga mengontrol putrinya dalam hal pola berbelanja agar tidak terlalu mengikuti arus berbelanja untuk menghindari adanya pola berbelanja yang berlebihan sehingga putrinya lebih mengutamakan prestasi belajar terlebih dahulu.
3. Bagi peneliti selanjutnya. Peneliti selanjutnya diharapkan memperhatikan faktor-faktor lain yang berkaitan dengan perilaku konsumtif faktor budaya, sosial, pribadi, psikologi, hadirnya iklan, konformitas, kartu kredit, gaya hidup.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Mighwar, M. (2006). *Psikologi remaja: petunjuk bagi guru dan orang tua*. Bandung: Pustaka Setia.
- Bestiana, D. (2012). Citra tubuh dan konsep tubuh ideal mahasiswi FISIP Universitas Airlangga Surabaya. *Jurnal AntroUnairDotNet*, 1 (1).
- Chaplin, J. P. (2006). *Kamus Lengkap Psikologi* (terjemahan Kartini Kartono). Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Friedman, H. S., & Schustack, M. W. (2008). *Kepribadian teori klasik dan riset modern* (Jilid I). Jakarta: Erlangga.
- Januar, V., & Putri, D. E. (2011). Citra tubuh pada remaja putri menikah dan memiliki anak. *Jurnal Psikologi*, 1 (1).
- Na'imah, T., & Rahardjo, P. (2008). Pengaruh Komparasi Sosial pada Public Figure di Media Massa terhadap Body Image Remaja Di Kecamatan Patikraja, Kabupaten Banyumas, *Jurnal Psikologi Penelitian Humaniora*, 9 (2).
- Perry, M. (2005). *Confidence Boosters: Pendongkrak Kepercayaan Diri*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama
- Phares, E. J. (1997). *Locus of control in personality*. New Jersey: General Learning.
- Pratomo, D. Y. (2012). *HypnoBeauty: Sugesti Positif Agar Menjadi Cantik, Bahagia, dan Penuh Percaya Diri*. Bandung: PT. Mizan Publika.
- Putri, A. M. (2013). Kematangan Emosi Dengan Perilaku Konsumtif Pada Pria Metroseksual, *Jurnal Online Psikologi*, 1 (02), 383-399.
- Putriana, Y. A. (2004). *Hubungan citra diri dengan kepercayaan diri Pada remaja putri SMU 3 Jambi* (Naskah Publikasi tidak diterbitkan). Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Sari, T. Y. (2009). *Hubungan antara perilaku konsumtif dengan body image pada remaja putri*. (Skripsi tidak diterbitkan). Universitas Sumatra Utara, Medan.
- Sears, D. O., Freedman, J. L., & Peplau, L. A. (2005). *Psikologi sosial edisi Kelima* (terjemahan Michael Ardiyanto dan Savitri Soekrisno). Jakarta: Erlangga.
- Soekanto, S. (2012). *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. (2001). *Perekonomian Indonesia: teori dan temuan empiris*. Palu: Ghalia Indonesia.
- Taylor, R. (2006). *Mengembangkan kepercayaan diri*. Jakarta: Esensi.
- Triyaningsih, S. L. (2012). Dampak online marketing melalui facebook terhadap perilaku konsumtif masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11 (2), 172-177.
- Wade, C., & Tavis, C. (2007). *Psikologi edisi kesembilan* (jilid 2). Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama
- Vebriana, F. A. (2012). *Hubungan Penerimaan Body Image Dengan Kepercayaan Diri Pada Siswi Kelas X Dan XI SMK Negeri 4 Yogyakarta*. (Skripsi tidak diterbitkan). Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.