

## Hubungan *Body Image* Dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik Pada Remaja Putri

Duwi Diana<sup>1</sup>

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

**ABSTRACT.** *This research aims to know the Relationship Body Image with Cosmetic Consumptive Behavior On young women At SMK Negeri 4 Samarinda. This research consists of two variables, the variables bound Consumptive and behavior variable free cosmetics and body image. Data collection is done using a scale of body image and scale of consumptive behavior of cosmetics. The sample in this research is the grade 1 and 2 SMK Negeri 4 Samarinda (specifically young women department administration offices) as much as 108 students. Data analysis technique used is the analysis of the product moment test and partial. The results showed there is a strong connection between body image with cosmetic c Consumptive onsumer behavior in Office Administration major in young women with the highest correlation = 0755 and  $p = 0000$  ( $p < 0.05$ ). A partial test of the relationship aspect of variable body image have a strong connection with the impulsive purchase of a variable behaviour of the Consumptive, where as in the variable aspects of body image has strong relationships with waste from the Consumptive behavior variable, and the variable aspects of body image have a strong connection with the seeking of the variable behaviour of the Consumptive.*

**Keywords:** *Body Image, Cosmetic Consumptive Behavior*

**ABSTRAK.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Citra Tubuh Dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik Pada Remaja Putri Di SMK Negeri 4 Samarinda. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel terikat Konsumtif dan variabel perilaku bebas kosmetika dan citra tubuh. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala citra tubuh dan skala perilaku konsumtif kosmetik. Sampel dalam penelitian ini adalah siswa kelas 1 dan 2 SMK Negeri 4 Samarinda (khusus bagian administrasi jurusan wanita muda) sebanyak 108 siswa. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis uji product moment dan parsial. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara body image dengan kosmetik c. Perilaku konsumen pada jurusan Administrasi Perkantoran pada wanita muda dengan korelasi tertinggi = 0.755 dan  $p = 0.000$  ( $p < 0.05$ ). Uji secara parsial hubungan aspek variabel body image memiliki hubungan yang kuat dengan variabel pembelian impulsif terhadap variabel perilaku konsumtif, sedangkan pada variabel aspek body image memiliki hubungan yang kuat dengan pemborosan dari variabel perilaku konsumtif, dan variabel Aspek citra tubuh memiliki keterkaitan yang kuat dengan pencarian variabel perilaku Konsumtif.

**Kata Kunci:** Citra Tubuh, Perilaku Konsumtif Kosmetik

---

<sup>1</sup> Email: [yunix@gmail.com](mailto:yunix@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Remaja merupakan tahap pencarian jati diri yang mengoptimalkan segala fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka dan merupakan fase perkembangan yang berada pada masa amat potensial. Remaja menurut Piaget (dalam Ali dan Asrori, 2004) adalah suatu usia dimana individu menjadi terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa, suatu usia dimana anak tidak merasa bahwa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama, atau paling tidak sejajar.

Santrock (2003) mendefinisikan remaja sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial-emosional. Perubahan biologis mencakup perubahan-perubahan dalam hakikat fisik individu. Perubahan kognitif meliputi perubahan dalam pikiran, inteligensi dan bahasa tubuh. Sedangkan perubahan sosial-emosional meliputi perubahan dalam hubungan individu dengan manusia lain, dalam emosi, dalam kepribadian, dan dalam peran dari konteks sosial dalam perkembangan.

Tambunan (2001) menjelaskan bahwa bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial. Alasannya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja.

Monks, dkk. (2002) mengatakan bahwa pada umumnya konsumen remaja mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam pakaian, berdandan, gaya rambut, tingkah laku, kesenangan musik, dalam pertemuan dan pesta. Remaja selalu ingin berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain terutama teman sebaya, sehingga remaja kebanyakan membelanjakan uangnya untuk keperluan tersebut.

Perilaku membeli yang tidak sesuai kebutuhan dilakukan semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros, yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif (Anonymous, 2008). Pentingnya citra tubuh yang ideal tersebut tidak terlepas dari adanya provokasi media, baik itu media cetak ataupun media elektronik (Gina, 2018).

Lubis (dalam Lina dan Rosyid, 2000) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada

pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif ini terjadi pada remaja, baik remaja putra maupun remaja putri.

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.

Menurut Zebua dan Nurdjayadi (2001) berdasarkan pendekatan psikologi konsumen, remaja khususnya remaja putri merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik khas seperti mudah tertarik pada mode, mudah terbujuk iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, kurang realistis, romantis, dan impulsif. Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Suprana (dalam Agustina, 2002) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah sebagai kecenderungan seseorang yang berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana.

Lina dan Rasyid (2000) perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas. Ali (2001) mengatakan bahwa perilaku konsumtif sudah tidak lagi mengenali kebutuhan sejati, namun justru selalu tergoda untuk memuaskan keinginannya yang semu agar disebut orang *modern*.

Moitra (2008) mengatakan bahwa remaja putri sering merasa tidak puas terhadap penampilan mereka disebabkan karena adanya perubahan bentuk fisik yang dramatis pada masa remaja. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Levine dan Smolak (dalam Cash & Pruzinsky, 2002) yang mengatakan bahwa perubahan fisik yang terjadi pada remaja putri disertai dengan bertambahnya berat badan sekitar 50 pon dimana didalamnya meliputi 20-30 pon lemak, yang terletak disekitar daerah pinggang, paha, panggul dan bokong, sehingga mereka sering merasa tidak puas terhadap dua atau lebih dari bagian tubuh mereka seperti paha dan pinggang. Perasaan kurang

puas terhadap bagian tubuh dan berat badan ini yang disebut dengan *body image dissatisfaction* (Marcia, 1966).

Beberapa indikator perilaku konsumtif dari Sumartono (2002) seseorang yang lebih memperhatikan *body image*-nya dikarenakan remaja putri tersebut memberikan penilaian bahwa *body image*-nya positif dan sudah mengetahui bahwa orang lain pun mengevaluasi (*body image*-nya) positif sehingga ia termotivasi untuk membeli produk-produk yang lagi *trend* untuk menjaga penampilan dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, serta mencoba produk lebih dari dua.

*Body image* adalah sikap yang dimiliki seseorang terhadap tubuhnya yang dapat berupa penilaian positif dan negatif, dari hasil penelitian Putriana (2011) yaitu bahwa remaja menunjukkan *body image* positif maka akan memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Kepercayaan diri yang tinggi pada seseorang dimana mereka pantas untuk menggunakan produk yang bagus maka minat membeli produk bagus akan tinggi. Hurlock (2002) *body image* merupakan evaluasi dan persepsi diri terhadap keadaan fisik. Jika seorang remaja mempunyai *body image* yang tinggi maka akan merasa percaya diri dan dapat melakukan penyesuaian diri yang baik karena tidak ada hambatan dalam diri remaja tersebut.

Penelitian ini akan lebih mengerucut pada hubungan *body image* dengan perilaku konsumtif kosmetik pada remaja putri. Perilaku konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2001)

Bedasarkan uraian pembahasan diatas akan di pahami bahwa seberapa besar dukungan perilaku konsumtif kosmetik pada remaja putri belum dapat diketahui pasti, untuk itu penulis mencoba mengadakan penelitian lebih mendalam tentang 'Hubungan *Body Image* Dengan Perilaku konsumtif Pada Remaja Putri di SMKN 4 Samarinda'.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal

(Tambunan, 2001). Perilaku konsumtif merupakan tindakan seorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dimana seorang tersebut dalam membeli suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan. (Sumartono, 2002).

Menurut Dahlan (dalam Lina dan Rosyid, 2000) perilaku konsumtif adalah kehidupan mewah yang berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal sehingga identik dengan pemborosan dan memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik yang berlebihan. Grinder (dalam Lina dan Rosyid, 2000) memberikan pengertian bahwa pola hidup manusia dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan saja disebut sebagai perilaku konsumtif.

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (2000) adalah:

- Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*). Aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba / keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.
- Pemborosan (*Wasteful buying*). Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.
- Mencari kesenangan (*Non rational buying*). Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana para remaja dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman
- ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya lain daripada yang lain dan membuatnya merasa *trendy*.

Menurut Suyasa & Fransisca (2005) faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif ialah hadirnya iklan, konformitas, gaya hidup, kartu kredit.

### Body Image

Menurut Schilder (dalam Carsini, 2002), *body image* adalah gambaran mental yang terbentuk tentang tubuh seseorang secara keseluruhan, termasuk karakteristik fisik dan fungsional dan sikap terhadap karakteristik tersebut. Widiatmojo (2006) menjelaskan bahwa citra tubuh (*Body Image*)

meliputi persepsi mengenai daya tarik fisik, persepsi mengenai ukuran dan berat tubuh, serta persepsi mengenai kepuasan terhadap aspek-aspek fisik tubuh.

Cash (dalam Jones, 2001) berpendapat bahwa *body image* adalah tingkat kepuasan seseorang terhadap fisiknya yang sekarang (ukuran, bentuk, penampilan secara umum). Grogan (2008) *body image* adalah persepsi, pikiran dan perasaan seseorang tentang tubuhnya. Davison dan McCabe (2005) *body image* mempunyai pengertian persepsi dan sikap seseorang terhadap tubuhnya sendiri.

Aspek-aspek *body image* menurut Cash (dalam Jones, 2001) adalah:

- a Evaluasi penampilan. Mengukur perasaan menarik atau tidak menarik, kepuasan atau ketidakpuasan terhadap penampilan.
- b Orientasi penampilan. Mengukur perhatian individu terhadap penampilannya.
- c Kepuasan area tubuh. Mengukur kepuasan individu terhadap aspek-aspek tertentu dari penampilannya. Adapun aspek-aspek tersebut adalah wajah, rambut, tubuh bagian bawah (pantat, paha, pinggul, kaki), tubuh bagian tengah (pinggang, perut), tampilan otot, berat, tinggi, dan penampilan secara keseluruhan.
- d Kecemasan menjadi gemuk. Menggambarkan kecemasan terhadap kegemukan, kewaspadaan akan berat badan, kecenderungan melakukan diet untuk menurunkan berat badan dan membatasi pola makan.
- e Persepsi terhadap ukuran tubuh. Menggambarkan bagaimana seseorang mempersepsi dan menilai

berat badannya, dari yang sangat kurus sampai dengan yang sangat gemuk.

Menurut Thompson (dalam Henggaryadi & Fakhrurrozi, 2008) *body image* dipengaruhi oleh beberapa factor adalah tahap perkembangan, berat badan dan persepsi derajat kekurusan dan kegemukan, tren yang berlaku di masyarakat, dan sosialisasi.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan metode korelasi. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 652 siswi dan sample dalam penelitian ini berjumlah 108 siswi SMKN 4 Samarinda. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi *product moment* (Uji hubungan) dengan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 21.00 terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas, linearitas.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan *body image* dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMKN 4 samarinda (khusus siswi jurusan Administrasi Perkantoran). Teknik penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dimana data akan didapatkan melalui penyebaran angket yang diberikan kepada responden khusus siswi-siswi jurusan Administrasi Perkantoran yang dijadikan sample dengan jumlah sample sebanyak 108 siswi semua angket itu diterima kembali.

Hasil Uji Korelasi *Product Moment*

Variabel	Korelasi	P	Keterangan
Perilaku Konsumtif – <i>Body Image</i>	0.755	0.000	Kuat

Berdasarkan hasil uji hipotesis hasil penelitian ini menunjukkan memiliki hubungan yang kuat antara perilaku konsumtif dengan dukungan *body image*, dengan korelasi ( $r$ ) = 0.755 dan  $p = 0.000$  ( $p < 0.05$ ). Dahlan (dalam Lina dan Rosyid, 2000) perilaku konsumtif adalah kehidupan mewah yang berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal sehingga identik dengan pemborosan dan memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik yang berlebihan seperti tingkat kepuasan seseorang terhadap fisiknya yang sekarang (ukuran, bentuk, penampilan secara umum (Cash dalam Jones, 2001).

Hasil uji deskriptif perilaku konsumtif pada seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran SMKN 4 Samarinda berada pada katagori tinggi dengan 34.3 persen atau sebanyak 52 dari 108. Sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada subyek L siswi SMKN 4 Samarinda pada tanggal 30-01-2019, pukul 10.00 menyatakan bahwa L mengaku cepat terpengaruh oleh teman-temannya khususnya dalam menggunakan kosmetik, tidak hanya satu produk kosmetik saja, tetapi L juga sering membeli produk kosmetik lainnya meskipun L tidak terlalu membutuhkannya tapi L tetap saja membeli untuk di koleksi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagai

besar remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran SMKN 4 Samarinda memiliki perilaku konsumtif yang sangat tinggi, dimana perilaku tersebut juga nampak dari sisi tindakannya. Yang berarti sebagian subyek membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana para remaja dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya lain daripada yang lain dan membuatnya merasa trendy (Lina dan Rosyid, 2000)

Hasil uji deskriptif yang memperlihatkan bahwa variabel body image pada seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran SMKN 4 Samarinda berada pada katagori tinggi dengan 51.9 persen atau sebanyak 56 orang dari 108 orang. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara perilaku konsumtif dengan body image.

Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh nilai  $r$  hitung sebesar  $0.496 > r$  tabel sebesar  $0.189$  dengan nilai  $p$  sebesar  $0.000$  ( $p > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan aspek evaluasi penampilan mempunyai hubungan yang signifikan dengan aspek pembelian impulsif yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMK N 4 Samarinda. Aspek orientasi penampilan dengan aspek pembelian impulsif diperoleh nilai  $r$  hitung sebesar  $0.449 > r$  tabel sebesar  $0.189$  dengan nilai  $p$  sebesar  $0.000$  ( $p > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan aspek orientasi penampilan mempunyai hubungan yang signifikan dengan aspek pembelian impulsif yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMK N 4 Samarinda.

Pada aspek kepuasan area tubuh dengan aspek orientasi penampilan diperoleh nilai  $r$  hitung sebesar  $0.467 > r$  tabel sebesar  $0.189$  dengan nilai  $p$  sebesar  $0.000$  ( $p > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan aspek kepuasan area tubuh mempunyai hubungan yang signifikan dengan aspek orientasi impulsif yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMK N 4 Samarinda. Sedangkan pada aspek kecemasan menjadi gemuk dengan aspek orientasi impulsif diperoleh nilai  $r$  hitung sebesar  $0.521 > r$  tabel sebesar  $0.189$  dengan nilai  $p$  sebesar  $0.000$  ( $p > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan aspek kecemasan menjadi gemuk mempunyai hubungan yang signifikan dengan aspek orientasi impulsif yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMK N 4

Samarinda. Kemudian pada aspek persepsi terhadap ukuran tubuh dengan aspek orientasi impulsif diperoleh nilai  $r$  hitung sebesar  $0.606 > r$  tabel sebesar  $0.189$  dengan nilai  $p$  sebesar  $0.000$  ( $p > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan aspek persepsi terhadap ukuran tubuh mempunyai hubungan yang signifikan dengan aspek orientasi impulsif yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMK N 4 Samarinda.

Kedua, berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa semua aspek dari variabel body image dengan aspek pembelian impulsif dari variabel perilaku konsumtif mempunyai hubungan yang signifikan yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMKN 4 Samarinda. Artinya para remaja siswi-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMKN 4 Samarinda yang memiliki body image yang tinggi maka akan tinggi pula perilaku membeli yang semata-mata karena hasrat atau keinginan sesaat demi mencapai kepuasan maksimal, lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan (Tambunan, 2001).

Kedua hasil uji parsial diperoleh nilai  $r$  hitung sebesar  $0.508 > r$  tabel sebesar  $0.189$  dengan nilai  $p$  sebesar  $0.000$  ( $p > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan aspek evaluasi penampilan mempunyai hubungan yang signifikan dengan aspek pemborosan yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMK N 4 Samarinda. Aspek orientasi penampilan dengan aspek pembelian impulsif diperoleh nilai  $r$  hitung sebesar  $0.527 > r$  tabel sebesar  $0.189$  dengan nilai  $p$  sebesar  $0.000$  ( $p > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan aspek orientasi penampilan mempunyai hubungan yang signifikan dengan aspek pemborosan yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMK N 4 Samarinda.

Pada aspek kepuasan area tubuh dengan aspek orientasi penampilan diperoleh nilai  $r$  hitung sebesar  $0.613 > r$  tabel sebesar  $0.189$  dengan nilai  $p$  sebesar  $0.000$  ( $p > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan aspek kepuasan area tubuh mempunyai hubungan yang signifikan dengan aspek pemborosan yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMK N 4 Samarinda. Sedangkan pada aspek kecemasan menjadi gemuk dengan aspek pemborosan diperoleh nilai  $r$  hitung sebesar  $0.475 > r$  tabel sebesar  $0.189$  dengan nilai  $p$  sebesar  $0.000$  ( $p > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan aspek kecemasan menjadi gemuk mempunyai hubungan

yang signifikan dengan aspek pemborosan yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMK N 4 Samarinda. Kemudian pada aspek persepsi terhadap ukuran tubuh dengan aspek pemborosan diperoleh nilai  $r$  hitung sebesar  $0.598 > r$  tabel sebesar  $0.189$  dengan nilai  $p$  sebesar  $0.000$  ( $p > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan aspek persepsi terhadap ukuran tubuh mempunyai hubungan yang signifikan dengan aspek pemborosan yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMK N 4 Samarinda.

Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa semua aspek dari variabel body image dengan aspek pemborosan dari variabel perilaku konsumtif mempunyai hubungan yang signifikan yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMKN 4 Samarinda. Artinya para remaja siswi-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMKN 4 Samarinda yang memiliki body image yang tinggi maka akan tinggi pula perilaku boros atau perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas dan bukan hanya mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya (Suyasa dan Fransisca, 2005).

Ketiga hasil uji parsial diperoleh nilai  $r$  hitung sebesar  $0.468 > r$  tabel sebesar  $0.189$  dengan nilai  $p$  sebesar  $0.000$  ( $p > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan aspek evaluasi penampilan mempunyai hubungan yang signifikan dengan aspek mencari kesenangan yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMK N 4 Samarinda. Aspek orientasi penampilan dengan aspek pembelian impulsif diperoleh nilai  $r$  hitung sebesar  $0.680 > r$  tabel sebesar  $0.189$  dengan nilai  $p$  sebesar  $0.000$  ( $p > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan aspek orientasi penampilan mempunyai hubungan yang signifikan dengan aspek mencari kesenangan yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMK N 4 Samarinda.

Pada aspek kepuasan area tubuh dengan aspek orientasi penampilan diperoleh nilai  $r$  hitung sebesar  $0.552 > r$  tabel sebesar  $0.189$  dengan nilai  $p$  sebesar  $0.000$  ( $p > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan aspek kepuasan area tubuh mempunyai hubungan yang signifikan dengan aspek mencari kesenangan yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMK N 4 Samarinda. Sedangkan pada aspek kecemasan menjadi gemuk

dengan aspek pemborosan diperoleh nilai  $r$  hitung sebesar  $0.423 > r$  tabel sebesar  $0.189$  dengan nilai  $p$  sebesar  $0.000$  ( $p > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan aspek kecemasan menjadi gemuk mempunyai hubungan yang signifikan dengan aspek mencari kesenangan yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMK N 4 Samarinda. Kemudian pada aspek persepsi terhadap ukuran tubuh dengan aspek mencari kesenangan diperoleh nilai  $r$  hitung sebesar  $0.654 > r$  tabel sebesar  $0.189$  dengan nilai  $p$  sebesar  $0.000$  ( $p > 0.05$ ). Hal ini menunjukkan aspek persepsi terhadap ukuran tubuh mempunyai hubungan yang signifikan dengan aspek mencari kesenangan yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMK N 4 Samarinda.

Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa semua aspek dari variabel body image dengan aspek mencari kesenangan dari variabel perilaku konsumtif mempunyai hubungan yang signifikan yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMKN 4 Samarinda. Artinya para remaja siswi-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMKN 4 Samarinda yang memiliki body image yang tinggi maka akan tinggi pula perilaku bersenang-senang dalam membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana para remaja dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya lain daripada yang lain dan membuatnya merasa trendy. Memberikan pengertian bahwa pola hidup manusia dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan saja disebut sebagai perilaku konsumtif (Grinder dalam Lina dan Rosyid, 2000).

Lubis (dalam Sumartono, 2002) perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Anggarasari (dalam Sumartono, 2002) memberikan batasan tentang perilaku konsumtif sebagai suatu tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Setiadi (2003) bahwa perilaku konsumtif terjadi ketika konsumen menganut gaya hidup yang menganggap bahwa materi sebagai sesuatu yang dapat menimbulkan kepuasan.

Secara keseluruhan, peneliti menyadari bahwa penelitian ini belum mencapai sempurna karena

dalam proses pengisian skala tidak diawasi secara detail oleh peneliti. Kemudian salah satunya juga adalah adanya kemungkinan skala mengandung social desirability, yaitu isi aitem sesuai dengan keinginan sosial secara umum atau dianggap baik oleh norma sosial, sehingga menimbulkan kecenderungan untuk disetujui oleh semua orang. Hal ini dikarenakan dalam menjawab subjek lebih berpikir secara normatif, bukan karena adanya kesesuaian dengan dirinya (Azwar, 2004). Bukan berarti bahwa responden akan selalu memberikan respon social desirability berdasarkan kebohongan yang disengaja, melainkan karena seringkali tanpa sadar responden cenderung hanya menunjukkan hal-hal yang baik tentang dirinya (Anastasi & Urbina, 1997). Dari kelemahan dan kekurangan tersebut maka dalam penelitian ini masih terdapat faktor-faktor yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan demi kebaikan peneliti.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara body image dengan perilaku konsumtif. Selain itu dari hasil uji parsial menunjukkan bahwa semua aspek dari variabel body image dengan seluruh aspek dari variabel perilaku konsumtif mempunyai hubungan yang signifikan yang dialami seluruh remaja siswa-siswi jurusan Administrasi Perkantoran di SMKN 4 Samarinda.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan *body image* dengan perilaku konsumtif kosmetik pada remaja putri di SMK N Samarinda, (khusus siswi jurusan Admistrasi Perkantoran).

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi para remaja putri di SMK N 4 Samarinda (khusus siswi jurusan Admistrasi Perkantoran). Diharapkan bagi para remaja agar dapat mengembangkan pemikiran positif atas apa yang telah dimiliki dan tidak melakukan penilaian yang berlebih terhadap dirinya sendiri. Disarankan juga untuk remaja yang sering memiliki persepsi negatif terhadap bentuk tubuhnya agar berusaha mencari cara bagaimana mengubah persepsi tersebut menjadi positif dengan mengikuti konseling cognitive behavior therapy. Dan juga

bagi siswi yang sudah terlanjur mengalami perilaku konsumtif agar melakukan konseling terhadap guru BK atau bisa juga ke psikolog.

2. Bagi Instansi yang terkait diharapkan dalam penelitian ini, dapat bermanfaat dan berguna sebagai bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan yang dapat meningkatkan rasa semangat para siswa-siswi untuk lebih mengontrol perilaku konsumtifnya dalam membeli suatu produk, dengan cara memberikan bimbingan sebulan sekali kepada seluruh siswa-siswi mengenai dampak positif ataupun negatif berperilaku konsumtif yang berlebihan.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai perilaku konsumtif hendaknya memperhatikan referensi dan sumber-sumber terbaru dan yang sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan agar mampu menyesuaikan variabel-variabel lain yang mengikutinya. Demi menyempurnakan hasil penelitian, hendaknya perlu diperhatikan pengembangan metode, memperdalam latar belakang masalah, dan alat ukur yang digunakan sesuai dengan kondisi lapangan.
4. Bagi teman-teman yang belum merasa terkait dalam penelitian ini, sebelumnya disarankan agar lebih baik lagi dalam mengontrol perilaku konsumtifnya dan mempertimbangkan terlebih dahulu manfaat dan kebutuhan setiap ingin membeli suatu produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I. (2002). *Gambaran Gaya Hidup Remaja yang Memiliki Keterlibatan Tinggi Terhadap Shopping Mall*. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Atma Jaya. Jakarta.
- Ali, M., & Asrori, M. (2004) *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ali, M. (2001) *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern: Pustaka Amani*, Jakarta.
- Anastasi, A., & Urbina, U. (1997). *Psychological Testing (7<sup>th</sup> Ed)*. New Jersey. Prentice-Hall, Inc.
- Anonymous. (2008). *Laporan Hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2007*. Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, Departemen Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta.
- Azwar, S. (2004). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar

- Cash., & Pruzinsky. (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and Clinical Practice*. New York: Guilford Press.
- Cash, T. F. (2001). The Psychology of Hair Loss and Its Implication for Patient Care. *Clinics in Dermatology*, 19(2), 161-166
- Davison, T., & McCabe, M. (2005). *Relationships Between Men's and Women's Body Image and Their Psychological, Social, and Sexual Functioning*. *Sex Roles*, 52(7), 463-475.
- Gina, T. A. (2018). *Hubungan Antara Body Image dengan Self Esteem Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trisakti yang Melakukan Diet* (Doctoral dissertation, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).
- Grogan, S. (2008). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children*. United States. Routledge
- Hurlock, E. B. (2002). *Psikologi perkembangan : suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Surabaya: Erlangga.
- Lina., & Rosyid, H. F. (2000). *Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putra*. *Psikologika*. Universitas Gadjah Mada.
- Marcia, J. E. (1966). Development and validation of ego-identity status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3(5), 551-8.
- Moitra. (2008). *Depression and Body image*. [Online] [http://www.vanderbilt.edu/ans/psychology/health\\_psychology/depressbi.html](http://www.vanderbilt.edu/ans/psychology/health_psychology/depressbi.html).
- Monks, F. J., & Knoers, A. M. (2002). *Psikologi perkembangan: Pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta: Gajah mada university press.
- Na'imah, T. (2008). Pengaruh Komparasi Sosial Pada *Public Figure* Di Media Massa Terhadap *Body Image* Remaja Di Kecamatan Patikraja, kabupaten banyumas, *Jurnal Psikologi Penelitian Humaniora*, Vol. 9, No. 2, 2008. Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Phares, E. J. (1997). *Locus of Control in Personality*. Morristown, Nem Jersey: General Learning Press.
- Putriana, Y. A. (2011). *Hubungan Citra Diri dengan Kepercayaan Diri pada Remaja Putri SMU 3 Jambi*. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence: Perkembangan Remaja (terjemahan: Aledar dan Saragih)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Schilder, P. (2002). *The Image and Appearance of the Human Body*. New York: International Universities Press.
- Setiadi, J. N. (2003). *Perilaku Konsumen*. Bogor. Kencana.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan, Meneropong Imbas Pesan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Suyasa, S., & Fransisca, Y. (2005). *Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran*. Phronesis.
- Tambunan, R. (2001). Remaja dan Perilaku Konsumtif. *Jurnal Psikologi dan Masyarakat*, 4, 5-13.
- Thompson, K. (2008). *Body Image, Eating Disorders, and Obesity ind Youth* (2nd ed.). Washington DC: American Psychological Association.
- Widiatmojo, B. (2006). *Peranan Citra Tubuh terhadap Seksual dalam Perkawinan*. Paramedia,
- Zebua, A.S., & Nurdjayadi, R. D. (2001). *Hubungan Antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri*. Phronesis.