

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini masyarakat Indonesia sedang mengalami masa transisi dari masyarakat tradisional menuju masyarakat modern yang bersifat industri. Ikatan keluarga dalam masyarakat tradisional adalah atas dasar faktor kasih sayang dan faktor ekonomis, yang berarti bahwa keluarga merupakan unit yang memproduksi sendiri kebutuhan primernya. Dengan dimulainya industrialisasi pada masyarakat tersebut maka peranan keluarga dalam masyarakat pun akan mengalami perubahan, termasuk pola pendidikan anak.

Keluarga adalah agen sosialisasi yang pertama dalam proses pembentukan kepribadian seseorang (Sri Lestari, 2012). Hal ini mengingat bahwa, sejak individu dilahirkan untuk pertama kalinya yang dikenal adalah keluarga. Keluarga merupakan salah satu agen sosialisasi terkecil di masyarakat. Selain proses sosialisasi, didalam keluarga juga berlangsung suatu proses pembentukan kepribadian dan proses pengasuhan. Latar belakang pada keluarga itu sendiri akan mempengaruhi proses yang terjadi di dalamnya, misalnya pendidikan orangtua yang akan mempengaruhi pemahaman orangtua akan pentingnya pendidikan bagi anaknya sehingga mereka akan memberikan pendidikan yang terbaik bagi anak-anaknya.

Orangtua menenun tugas dan tanggung jawab dalam proses pembentukan kepribadian anak. Proses pembentukan kepribadian anak dapat

terjadi dengan menciptakan situasi dan kondisi yang memberikan kesempatan untuk bersikap komunikatif yang baik.

Orang tua yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi memungkinkan mereka untuk terlibat lebih jauh dalam memberikan perhatiannya untuk mendidik anak melalui penanaman disiplin, kebebasan dan penyerasian terhadap nilai-nilai dan norma yang berlaku di masyarakat.

Ketika perhatian orangtua dan pola komunikasi terhadap anak kurang baik, orangtua sibuk dengan pekerjaan, jarang bercengkerama dengan anak-anak di rumah tentu sulit dalam proses pembentukan perilaku anak. Dalam hal ini anak hanya diberikan sarana uang untuk mencukupi kebutuhan sehari-harinya, sehingga orangtua cenderung tidak memperdulikan penggunaan uang tersebut oleh anak-anak mereka, yang mereka ketahui adalah mereka telah mencukupi kebutuhan anak-anak tersebut. Melihat kondisi tersebut apabila didukung oleh lingkungan keluarga yang kurang kondusif dan sikap komunikatif yang kurang baik akan menjadi pemicu timbulnya perilaku konsumtif pada anak.

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat dewasa ini. Kebiasaan dan gaya hidup sekarang ini cepat mengalami perubahan dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah yang kian mewah dan berlebihan, misalnya dalam hal penampilan yang dapat mendorong pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada pemenuhan tuntutan keinginan (Nugroho, 2013).

Di era globalisasi remaja, khususnya remaja putri lebih mengutamakan kecantikan fisik, seperti selalu tidak pernah puas. Wanita mempunyai kecenderungan lebih besar untuk berperilaku konsumtif dibandingkan pria (Hadipranata, 2005).

Gaya hidup konsumtif yang melanda masyarakat, tidak terkecuali juga melanda remaja. Masa remaja adalah masa yang merupakan periode peralihan antara masa kanak-kanak dan dewasa. Masa remaja juga merupakan fase pencarian identitas diri bagi remaja, karena remaja mengalami banyak perubahan dalam berbagai aspek kehidupan.

Seiring dengan perubahan tersebut, pada usia remaja terbentuk pola konsumsi, yang kemudian dapat berkembang menjadi perilaku konsumtif. Menurut para sosiolog dan psikolog sosial, remaja adalah konformis yaitu perilaku remaja yang mengikuti teman sebaya, terutama dalam hal pakaian, perawatan wajah dan penampilan dalam kelompok mereka. Sehingga remaja cenderung untuk berperilaku konsumtif agar mereka dapat berpenampilan seperti kelompoknya. Karakter ini menjadikan remaja menjadi pasar yang paling potensial untuk menjual dan memasarkan berbagai macam produk. Salah satu produk yang digemari masyarakat, khususnya generasi muda saat ini adalah produk kosmetik kecantikan (Rosandi, 2004).

Perilaku konsumtif di kalangan remaja merupakan salah satu fenomena yang banyak terjadi terutama remaja yang bersekolah dan tinggal di kota-kota besar. Masalah ini juga menimpa sebagian besar remaja di kota medan, khususnya para remaja yang duduk di bangku SMA (Sekolah Menengah Atas). Berdasarkan

hasil observasi kepada siswa di SMA Eka Prasetya menyebutkan bahwa rata-rata pengeluaran siswa dari uang saku yang diperoleh selama satu bulan yaitu 45% digunakan untuk jajan (makanan dan minuman), 30% digunakan untuk kebutuhan lain-lain bersifat kesenangan (isi pulsa Hp, jalan-jalan, dan membeli kosmetik), 15% digunakan untuk kebutuhan belajar (ongkos transpot, alat tulis, mengerjakan tugas), sedangkan sisanya hanya 10% digunakan untuk menabung. Dapat diketahui bahwa pengeluaran konsumsi siswa SMA untuk kebutuhan yang sifatnya mengundang unsur kesenangan lebih tinggi nilainya dibandingkan dengan pengeluaran siswa untuk kebutuhan belajar yang merupakan investasi bagi masa depan mereka. Selain itu kecenderungan siswa untuk menabung rendah.

Hal ini didukung oleh kondisi kota Medan yang merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang padat dengan pusat-pusat perbelanjaan, yang kemudian menjadi simbol pergaulan bagi remaja di Kota Medan. Banyak remaja yang rela mengeluarkan uang untuk membelanjakan segala keperluannya dengan tidak memikirkan terlebih dahulu apa manfaat dari barang tersebut karena remaja membeli barang hanya karena keinginan semata bukan karena kebutuhan.

Perilaku konsumtif pada remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Remaja dalam perkembangan kognitif dan emosinya masih memandang bahwa apa yang dikenakan oleh artis yang menjadi idola para remaja menjadi lebih penting untuk ditiru dibandingkan dengan kerja keras dan usaha yang dilakukan artis idolanya untuk sampai pada kepopulerannya.

Hal ini menjadi masalah ketika kecenderungan yang sebenarnya wajar pada remaja ini dilakukan secara berlebihan. Pepatah yang mengatakan “lebih besar pasak dari pada tiang” yaitu “lebih besar pengeluaran dari pada pendapatan” berlaku di sini. Jumlah populasi remaja dan fakta bahwa remaja kurang terampil dalam mengelola keuangan dari pada kelompok usia lainnya yang menyebabkan remaja menjadi perilaku konsumtif.

Hal inilah yang mendasari penulis tertarik meneliti masalah ini lebih mendalam melalui penelitian yang mengangkat judul “**Hubungan Tingkat Pendidikan Orangtua Dengan Perilaku Konsumtif Siswa Dalam Pembelian Kosmetik Kecantikan Di SMA Swasta Eka Prasetya**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah. Maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Tingkat pendidikan orang tua siswa SMA Swasta Eka Prasetya.
2. Peran orang tua terhadap perilaku siswa SMA Swasta Eka Prasetya.
3. Perilaku konsumtif siswa SMA Swasta Eka Prasetya dalam pembelian kosmetik kecantikan.
4. Peran tingkat pendidikan orangtua terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Swasta Eka Prasetya dalam pembelian kosmetik kecantikan.

C. Pembatasan Masalah

Mengingat keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, maka dalam penelitian ini penulis membatasi masalah hanya pada:

1. Tingkat pendidikan Ibu di kelas XI SMA Swasta Eka Prasetya.
2. Perilaku konsumtif remaja putri dalam pembelian kosmetik kecantikan wajah di kelas XI SMA Eka Prasetya.
3. Hubungan tingkat pendidikan Ibu dengan perilaku konsumtif remaja putri dalam pembelian kosmetik kecantikan wajah di kelas XI SMA Eka Prasetya

D. Perumusan Masalah

Sesuai dengan batasan masalah yang dikemukakan, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tingkat pendidikan Ibu di kelas XI SMA Swasta Eka Prasetya?
2. Bagaimana perilaku konsumtif remaja putri dalam pembelian kosmetik kecantikan wajah di kelas XI SMA Swasta Eka Prasetya?
3. Bagaimana hubungan tingkat pendidikan ibu dengan perilaku konsumtif remaja putri dalam pembelian kosmetik kecantikan wajah di kelas XI SMA Swasta Eka Prasetya?

E. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui tingkat pendidikan ibu di kelas XI SMA Swasta Eka Prasetya.
2. Mengetahui perilaku konsumtif remaja putri dalam pembelian kosmetik kecantikan wajah di kelas XI SMA Swasta Eka Prasetya.
3. Mengetahui hubungan tingkat pendidikan ibu dengan perilaku konsumtif remaja putri dalam pembelian kosmetik kecantikan wajah di kelas XI SMA Swasta Eka Prasetya.

F. Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam mengadakan penelitian dan diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan penelitian selanjutnya, khususnya mahasiswa jurusan PKK Program studi Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Medan.
2. Sebagai bahan informasi dan masukan bagi penulis dan pembaca tentang perilaku konsumtif remaja terhadap kosmetik kecantikan.
3. Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pengetahuan bagi remaja, sehingga dapat mengendalikan diri untuk membeli kosmetik kecantikan.