

Pengaruh Konsumeris Terhadap Anak dalam Menyesuaikan Diri dengan Tren Terkini Siswa di SMA Negeri 1 Pangkalpinang

Assinaria¹

¹ Institut Agama Islam Negeri Syaikh Abdurrahman Siddiq Bangka Belitung

Info Artikel :

Diterima 12 Juni, 201x
Direvisi 20 Agustus,
201x
Dipublikasikan 21 Agustus
201x

Kata Kunci:

Tekanan
Sosial,
Konsumeris,
Anak Remaja

Keyword:

Social
Pressure,
Consumed,
Teenagers

ABSTRAK

Tekanan konsumeris pada anak-anak dan remaja muncul dari berbagai faktor, termasuk *peer pressure* dan pengaruh media sosial. Remaja sering merasa tertekan untuk memiliki barang-barang terbaru demi memenuhi harapan teman sebaya dan citra sosial mereka. Budaya konsumerisme mengaitkan nilai diri dengan kepemilikan barang, yang dapat menyebabkan perilaku boros dan gangguan psikologis seperti kecemasan. Media sosial memperburuk situasi ini dengan menciptakan standar yang sulit dicapai, meningkatkan rasa takut ketinggalan (FOMO) di kalangan remaja. Budaya konsumerisme yang semakin merajalela di kalangan remaja membawa dampak serius pada perkembangan moral, sosial, dan psikologis mereka. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian korelasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 (tiga puluh) siswa SMAN 1 Pangkalpinang. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala likert. Alat yang digunakan yaitu skala perilaku konsumtif. Budaya konsumerisme di kalangan remaja saat ini telah menjadi fenomena yang kompleks, dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk tekanan sosial dan pengaruh media sosial.

ABSTRACT

Consumerist pressure on children and adolescents arises from various factors, including peer pressure and the influence of social media. Adolescents often feel pressured to have the latest items to meet the expectations of their peers and their social image. Consumerist culture links self-worth to ownership of goods, which can lead to wasteful behavior and psychological disorders such as anxiety. Social media exacerbates this situation by creating standards that are difficult to achieve, increasing the fear of missing out (FOMO) among adolescents. The increasingly rampant consumerist culture among adolescents has a serious impact on their moral, social, and psychological development. Consumerist behavior is carried out by adolescents because they rely on style and always want to follow the latest trends, they are not yet able to manage their finances and are not yet able to control their desires, they have high egos, always follow fashion for prestige, and have a tendency to try new things. The research method used in this study is quantitative with a correlation research type. The sample used in this study was 30 (thirty) students of SMAN 1 Pangkalpinang. The data collection method in this study used a Likert scale. The tool used is the consumer behavior scale. Consumerism culture among teenagers today has become a complex phenomenon, influenced by various factors, including social pressure and the influence of social media.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2020 by author.

Koresponden:

Assinaria,

Email: aassinaria@gmail.com

Pendahuluan

Konsumerisme secara sederhana merupakan suatu paham akan gaya hidup boros, mengonsumsi secara berlebihan, dan konsumsi yang hanya mementingkan nilai tanda. Konsumerisme jelas merupakan sesuatu yang tidak baik dilakukan mengingat sifat tersebut akan menimbulkan sifat boros. Akibat dari gaya hidup konsumerisme sebenarnya lebih besar dari yang pernah dibayangkan. Satu yang paling parah, konsumerisme dapat memunculkan korupsi. Menurut (Widyaiswara, 2017), tindakan korupsi terjadi karena sikap mental materialistik dan konsumtif. Kemudian, ia juga menyebutkan bahwa gaya hidup konsumerisme merupakan salah satu faktor internal yang dapat memicu tindakan korupsi. Pelajar yang akan menjadi calon pemimpin negeri ini tentu tidak boleh terkontaminasi oleh sifat tersebut karena akan sangat berbahaya apabila mereka tidak bisa mengontrol hasrat konsumsinya. Apabila pelajar lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan, bukan tidak mungkin hal itu juga akan dilakukan ketika mereka menjadi pemimpin negeri ini kelak. Motivasi atau alasan dibalik seseorang memiliki gaya hidup konsumerisme tentu beragam. Misalnya melakukan kegiatan konsumsi dengan tujuan mengonsumsi tanda yang ada pada barang konsumsi itu sendiri, usaha untuk mencapai status sosial melalui barang yang dikonsumsi, serta keinginan untuk tampil berbeda dari orang lain.

Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang telah terjadi cukup lama. Namun, hingga saat ini perilaku tersebut masih menjadi momok di kalangan masyarakat. Perilaku konsumtif paling banyak dilakukan oleh kalangan remaja (Faraz & Zahrawati, 2017). Perilaku konsumtif dilakukan kalangan remaja karena mereka mengandalkan gaya/style dan selalu ingin mengikuti tren terkini, mereka belum mampu mengatur keuangan dan belum mampu mengendalikan keinginan-keinginan, mereka memiliki ego yang tinggi, senantiasa mengikuti mode demi sebuah gengsi, dan memiliki kecenderungan untuk mencoba hal-hal yang baru. Pada konteks remaja yang bersekolah di Sekolah Menengah Atas, maka kultur sekolah, konsep diri, dan status sosial ekonomi orang tua menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa.

Remaja merupakan suatu fase perkembangan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa, berlangsung antara usia 12 sampai 21 tahun. Masa remaja juga disebut sebagai periode perubahan, tingkat perubahan dalam sikap dan perilaku selama masa remaja sejajar dengan perubahan fisik (Rinaldi & Sugianto, 2020). Remaja merupakan salah satu contoh kelompok masyarakat yang mudah terpengaruh dengan pola konsumsi yang berlebihan, mempunyai orientasi yang kuat untuk mengonsumsi suatu produk dan tidak berpikir hemat (Subagio, 2019). Remaja yang berperilaku konsumtif karena ingin menjaga gengsi, atau ingin membuat dirinya terlihat lebih baik dibanding orang lain, diduga adalah remaja yang memiliki konsep diri negatif, karena mereka berusaha untuk membuat dirinya tampak terkenal, dipandang di lingkungannya dan tidak memiliki perilaku penerimaan diri yang baik (Nurhaini, 2018). Remaja cenderung berperilaku konsumtif karena mereka telah memasuki kehidupan baru yang tentunya menciptakan standar baru dalam kehidupan mereka.

Rata-rata mereka ingin memiliki berbagai macam kebutuhan materi dan non materi yang berlebihan. Sikap dan perilaku remaja yang mengkonsumsi/membeli barang secara berlebihan dan tidak wajar inilah yang disebut dengan perilaku konsumtif (Tohai *et al.*, 2023).

Perilaku konsumtif dapat menjadi sebuah fenomena yang menakutkan. Ketika mulai membeli sebuah barang dengan tujuan pemuasan hawa nafsu atau memuaskan keinginan bukan lagi sekedar memenuhi kebutuhan, sehingga terciptalah perilaku konsumtif. Pembelian sebuah barang, sah-sah saja dilakukan selama tersebut memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari secara seimbang. Perkembangan zaman yang begitu pesat memicu peningkatan taraf hidup manusia dari segi apapun. Misalnya teknologi yang semakin canggih, gaya hidup yang semakin komersial, kebutuhan bisnis yang meningkat, sampai penyediaan sarana hiburan dan informasi bagi masyarakat, yakni media yang semakin beragam. Hal ini memicu peningkatan aktivitas konsumsi secara tidak disadari (Irfani, 2011). Kuatnya pengaruh teman sebaya terhadap penampilan, membuat para remaja berusaha menampilkan dirinya sebaik mungkin agar mereka tidak merasa ditolak oleh kelompoknya sendiri (Herlina *et al.*, 2017). Keinginan untuk meningkatkan rasa percaya diri dan ingin diterima membuat remaja melakukan pembelian secara berlebihan, sehingga dapat menyebabkan terjadinya gejala perilaku membeli yang tidak wajar pada remaja. Hal itu mereka lakukan agar terlihat menarik dengan menggunakan busana dan aksesoris, seperti sepatu, tas, jam tangan, dan sebagainya yang dapat menunjang penampilan mereka. Para remaja juga tidak segan-segan untuk membeli barang yang menarik dan mengikuti trend yang sedang berlaku, karena jika tidak mereka akan dianggap kuno dan tidak gaul. Akibatnya, para remaja tidak memperhatikan kebutuhannya ketika membeli barang. Mereka cenderung membeli barang yang mereka inginkan bukan yang mereka butuhkan secara berlebihan dan tidak wajar. Sikap dan perilaku tidak wajar inilah yang disebut dengan perilaku konsumtif.

Era milenial saat ini, teknologi mengalami perkembangan begitu pesat tidak terkecuali dengan alat komunikasi berupa gadget. Gadget bukan hanya sebagai wahana atau media komunikasi tapi dijadikan sebagai ajang bergengsi yang menuntut semua kalangan terutama remaja untuk selalu mengikuti trend baru dari maraknya gadget, atau gadget di jadikan sebagai life style. Gadget masuk di kalangan remaja dengan perlahan dan tidak disadari oleh remaja yang menjadi korban perkembangan gadget (Nurhaini, 2018). 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 terbuju 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. Remaja cenderung memiliki keinginan untuk tampil menarik. Seringnya perilaku konsumtif yang dilakukan oleh remaja dikhawatirkan akan berdampak negatif pada remaja tersebut guna memenuhi hasrat berbelanjanya untuk membeli barang-barang yang hanya berdasarkan pada keinginan belaka.

Tekanan konsumeris pada anak-anak dan remaja muncul dari berbagai faktor, termasuk *peer pressure* dan pengaruh media sosial (Supatlan & Zakiyyah, 2024). Remaja sering merasa tertekan untuk memiliki

barang-barang terbaru demi memenuhi harapan teman sebaya dan citra sosial mereka. Budaya konsumerisme mengaitkan nilai diri dengan kepemilikan barang, yang dapat menyebabkan perilaku boros dan gangguan psikologis seperti kecemasan. Media sosial memperburuk situasi ini dengan menciptakan standar yang sulit dicapai, meningkatkan rasa takut ketinggalan (FOMO) di kalangan remaja. Budaya konsumerisme yang semakin merajalela di kalangan remaja membawa dampak serius pada perkembangan moral, sosial, dan psikologis mereka. Fenomena ini tidak hanya mengubah cara remaja berpikir tentang kebutuhan dan keinginan, tetapi juga memicu perilaku yang lebih ekstrem, termasuk keberanian untuk melawan orang tua jika keinginan mereka tidak terpenuhi. Akibatnya, anak-anak mengalami tekanan sosial yang kuat untuk memiliki barang-barang terbaru atau mengikuti gaya hidup yang dipromosikan oleh media dan teman-teman mereka. Hal ini dapat berdampak pada kesejahteraan psikologis dan perkembangan sosial mereka, terutama jika mereka terlalu fokus pada konsumsi material. Kita akan menggali lebih dalam tentang bahaya budaya konsumerisme di kalangan remaja dan bagaimana hal tersebut dapat mengubah dinamika hubungan keluarga. Budaya konsumerisme, yang merayakan kepemilikan barang dan citra, telah memberikan dampak yang signifikan pada remaja. Mereka terpapar oleh iklan, media sosial, selebritis, dan tekanan teman sebaya yang mendorong mereka untuk memiliki barang-barang terbaru. Sebagai hasilnya, remaja cenderung menghubungkan nilai diri mereka dengan barang-barang yang mereka miliki. Inilah yang memicu keinginan yang kuat untuk memenuhi ekspektasi sosial dan memiliki segala sesuatu yang dianggap populer atau "kekinian" (Wiraseptya & Suardi, 2019).

Dalam upaya untuk memenuhi keinginan ini, remaja seringkali berani melawan orang tua mereka. Mereka sering menuntut, mengeluh, atau bahkan bisa melakukan tindakan-tindakan ekstrem seperti mencuri uang atau melakukan tindakan melawan norma lainnya (Marina, 2020). Tindakan ini dapat menciptakan ketegangan di dalam rumah tangga dan merusak hubungan orang tua-anak. Salah satu dampak negatif yang paling mencolok dari budaya konsumerisme adalah terkikisnya nilai-nilai moral dan emosional pada remaja. Mereka mungkin kehilangan kemampuan untuk bersyukur dan merasa puas dengan apa yang mereka miliki. Alih-alih menghargai nilai-nilai inti seperti kerja keras, kesederhanaan, dan keberlanjutan, remaja lebih cenderung fokus pada pencapaian materi dan popularitas. Proses penyesuaian diri merupakan salah satu tugas perkembangan yang harus dilalui oleh remaja. Lingkungan mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan remaja, karena remaja tidak hanya berinteraksi dengan keluarga di rumah ataupun dengan teman di sekolah tetapi juga berinteraksi dengan masyarakat di lingkungan sekitarnya. Individu yang berhasil mengadakan penyesuaian diri secara terus menerus diharapkan mampu mencapai keselarasan dengan lingkungan dan mengalami peningkatan diri (Barriyah *et al.*, 2023). Kondisi lingkungan yang selalu berubah setiap saat menuntut remaja untuk menyesuaikan diri dengan berbagai bentuk hubungan dengan individu lain dan berbagai situasi yang dapat membentuk kepribadian menjadi lebih matang. Kemampuan remaja dalam melakukan penyesuaian dengan lingkungan sosialnya tidak timbul dengan sendirinya. Kemampuan ini diperoleh remaja dari bekal kemampuan yang telah dipelajari dari lingkungan keluarga, dan proses belajar dari pengalaman-pengalaman baru yang dialami dalam berhubungan dengan lingkungan sosialnya. Perubahan yang terjadi pada diri remaja terkadang membuat

beberapa remaja mengalami masalah dengan penyesuaian diri.

Kehidupan remaja masa kini terus mengikuti perubahan zaman yang begitu cepat serta kemajuan teknologi yang semakin canggih di era globalisasi ini, sangat mempermudah remaja untuk mengakses berbagai macam informasi (Rakhman, 2022). Sejalan dengan perkembangan zaman yang begitu pesat menjadikan perpindahan transisi dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, tidak terkecuali pada kalangan remaja, terlebih lagi dengan gaya hidup modern seperti sekarang ini remaja cenderung untuk melakukan berbagai macam cara agar tetap eksis, salah satunya dengan mengikuti perkembangan trend mode yang akan menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif. Hal tersebut menyebabkan remaja sering menjadi target berbagai produk, karena karakteristik remaja yang mudah dipengaruhi sehingga perilaku konsumtif begitu dominan di kalangan remaja. Remaja merupakan obyek yang menarik untuk diminati oleh para ahli pemasaran (Rohman, 2016). Kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial bagi produsen. Alasannya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, cenderung boros dalam menggunakan uangnya dan berperilaku konsumtif. Pada masa ini, umumnya remaja memandang kehidupan sesuai dengan sudut pandangnya sendiri yang belum tentu sesuai dengan pandangan orang lain dan juga dengan kenyataan. Selain itu, remaja memandang segala sesuatunya bergantung pada emosinya. Sedangkan emosi remaja pada umumnya belum stabil sehingga membuat mereka kurang bersikap bijaksana ketika dihadapkan pada hal-hal yang berhubungan dengan peran mereka sebagai konsumen.

Metode

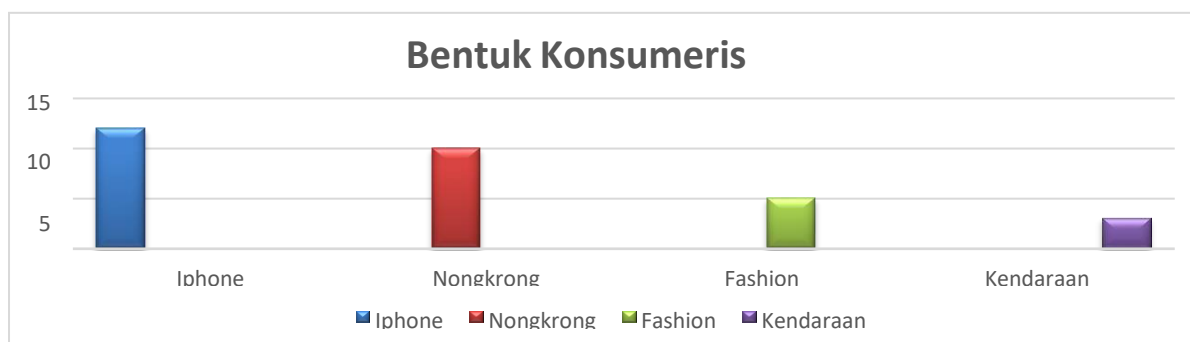
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian korelasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 (tiga puluh) siswa SMAN 1 Pangkalpinang. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala likert. Alat yang digunakan yaitu skala perilaku konsumtif. Selain menggunakan skala likert pengumpulan data pada penelitian ini juga menggunakan teknik uji coba yang berjumlah 30 (tiga puluh) siswa. Uji coba digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu pengamatan dan wawancara. Wawancara dilaksanakan pada hari Kamis, 24 Oktober 2024 bertempat di SMAN 1 Pangkalpinang dengan jumlah informan 30 orang. Pengamatan yang digunakan yaitu melihat perilaku dan gaya hidup anak-anak dalam menyesuaikan diri dengan tren terkini. Wawancara digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh tekanan konsumeris dengan tren terkini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Tekanan Konsumeris Terhadap Anak dalam Menyesuaikan Diri dengan Tren Terkini Siswa SMAN 1 Pangkalpinang. Tekanan konsumeris berpengaruh terhadap anak dengan berbagai munculnya tren terkini yang mengubah perilaku konsumtif terhadap anak remaja. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja SMAN 1 Pangkalpinang 116 siswa dan dengan jumlah sampling sebanyak 30 siswa serta menggunakan teknik sampel *random sampling*.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil dari penelitian, beberapa faktor terjadinya pengaruh konsumeris terhadap anak-anak remaja pada SMAN 1 Pangkalpinang didapatkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi. Hal ini dapat dibuktikan dari diagram dibawah ini.

Grafik 1.1 Bentuk Konsumeris



Berdasarkan data ini, ternyata ada beberapa faktor yang membuat anak - anak remaja memiliki sifat konsumeris berlebihan dalam mengikuti trend terkini. Mereka cenderung meniru dan memiliki ketertarikan terhadap barang dan gaya hidup yang sedang trend di platform media sosial terkhususnya instagram dan tik tok. Banyaknya pengaruh influencer dalam konten yang di sajikannya, membuat banyak kalangan remaja yang ingin mengikuti gaya hidup yang di lihat. Dalam penggunaan instagram tentunya memiliki dampak negatif seperti gaya hidup kalangan remaja yang memiliki sifat hedonisme, yang dimana remaja menghambur – hambur uang dengan cara nongkrong di tempat yang mewah seperti cafe, restourant dan warkop. Selain itu remaja menggunakan instagram sering terpengaruhi apa yang mereka liat seperti gaya fashion modern yang membuat mereka tertarik dalam meniru fashion tersebut. Biasanya banyak anak remaja yang dapat di katakan bahwa mereka terkadang mengutamakan gengsinya terutama di kalangan remaja saat ini yang terdapat adanya istilah “ memberi makan instagram” hal ini membuat mereka harus memiliki gaya hidup dan barang yang berkualitas cukup tinggi dan membuat mereka ingin mendapat perhatian oleh banyak orang. hal ini membuat banyaknya anak – anak remaja terutama dalam memenuhi standar media sosial, yang membuat mereka harus mempublikasikan kegiatannya di media sosial, hal ini berpengaruh dalam kualitas suatu teknologi yang dapat membuat mereka tampil lebih bagus dan keren media sosial yaitu penggunaan iphone yang memiliki fitur-fitur berkualitas tinggi. Selanjutnya banyak anak – anak remaja terutama laki – laki, demi memenuhi gaya hidup atau fashion mereka juga membutuhkan kendaraan yang sedang trend di kalangan remaja contohnya mereka sudah mempunyai kendaraan namun setelah adanya keluaran kendaraan merek terbaru yang lebih canggih, sehingga memiliki hasrat untuk dapat mempunyai kendaraan tersebut.

Bentuk konsumeris	Jumlah siswa (orang)	Presentase %
Iphone	13 orang	43%
Nongkrong	10 orang	33%
Fashion	5 orang	16%
Kendaraan	2 orang	6%

Tabel 1. Presentase pengaruh konsumeris

Berdasarkan table diatas, pengaruh konsumeris terhadap anak remaja dalam menyesuaikan diri dengan tren terkini pada siswa SMAN 1 Pangkalpinang didapatkan bahwa terdapat beberapa bentuk konsumeris yaitu iphone jumlah siswa 13 orang dengan presentase 43%, nongkrong jumlah siswa 10orang dengan presentase 33%, fashionjumlah siswa 5 orang dengan presentase 16%, dan kendaraan jumlah siswa 2 orang dengan presentase 6%. Dari keempat bentuk konsumeris diatas dapat dilihat presentase paling tinggi terdapat pada iphone dengan presentase 43%. Penggunaan iphone paling tinggi pada trend terkini dikarenakan iphone memiliki gaya hidup yang sangat mewah, iphone memilikikulaitas yang sangat bagus daripada yang lain serta fitur-fitur yang sangat canggih sehingga membuat remaja saat ini memiliki keinginan yang sangat tinggi untuk memilikinya. Pengaruh konsumeris terhadap anak dalam menyesuaikan diri dengan tren terkini. Perilaku konsumsi tidak dapat dipisahkan dalam proses keputusan pembelian. Perilaku konsumen menurut Putri (2023) dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu: Pembeli Ingin Tampil Beda Perilaku konsumtif muncul karena pembeli menginginkan produk yang tidak dimiliki orang lain alhasil pembeli mencari rare atau limited edition, tentunya harga juga sangat mahal. Sama halnya pada penelitian ini anak remaja ingin tampil beda dengan membeli barang yang mewah dan trend seperti penggunaan iphone. Anak remaja juga memiliki gaya hidup yang sangat mewah seperti nongkrong di cafe berjam-jam menghabiskan uang dengan makanan yang mahal, serta anak remaja memiliki daya tarik dalam setiap adanya tren terkini seperti anak remaja cenderung menginginkan hal baru. Percaya Diri Dalam Berpenampilan Sifat konsumsi juga biasa terjadi karena kebanggaan berlebihan dalam berpenampilan. Biasanya banyak orang yang lebih percaya diri ketika mereka memiliki barang mewah dan selalu diperbarui/terbaru. Pada saat ini anak remaja berpenampilan atau menggunakan fashion yang sangat mengikuti tren terkini, hal itu mereka merasa bahwa dengan berpenampilan seperti itu membuat mereka percaya diri dan dilirik oleh orang. Ikut-ikutan Orang yang mengikuti orang lain sehingga selalu membeli dan selalu ingin memiliki barang yang sedang menjadi trend. Anak remaja saat ini cenderung memiliki sifat ikut-ikutan hal ini dikarenakan fenomena ini sangat terlihat di kalangan remaja saat ini, yang memiliki kecenderungan untuk mengikuti tren yang sedang populer. Hal ini sering kali dipengaruhi oleh pengaruh teman sebaya, media sosial, dan iklan yang membuat mereka merasa perlu memiliki barang yang dianggap keren atau hits. Menarik Perhatian Orang Lain Salah satu dari faktor yang paling mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat, biasanya orang yang selalu ingin menarik perhatian orang lain pasti memiliki cara, salah satunya yaitu memiliki barang-barang yang up to

date. Banyak orang, terutama remaja, merasa bahwa memiliki barang-barang yang up-to-date atau mengikuti tren dapat membuat mereka terlihat lebih keren atau diterima dalam kelompok sosial mereka. Untuk mencapai ini, mereka cenderung membeli barang yang sedang populer agar bisa menonjol dan mendapatkan perhatian dari orang lain. Adapun tekanan sosial dan media terhadap anak-anak untuk mengikuti tren terbaru dalam produk konsumen. Dengan Teknologi dan informasi yang semakin berkembang memunculkan banyaknya perubahan yang cukup signifikan di berbagai aspek kehidupan manusia. Cara individu berinteraksi dalam media sosial merupakan salah satu bentuk perubahan yang paling terlihat. Platform media sosial seperti tik tok, Instagram, Twitter dan Facebook bagian integral dari kehidupan sehari-hari. (Hunaifi et al., 2024). Media sosial memudahkan pengguna untuk berinteraksi dan berhubungan dengan banyak orang, berbagai pengalaman, mengakses berita dan konten hiburan. Salah satu masalah utama dari pemanfaatan media sosial di kalangan anak-anak terkhusus remaja adalah pengaruh tren-tren terkini di media sosial. Penggunaan media sosial intensif juga menimbulkan dampak psikologis yang dapat mempengaruhi perilaku konsumerisme pada anak-anak remaja. Remaja sering kali melihat konten yang berhubungan dengan gaya hidup ideal yang memicu sejauh perasaan tidak puas terhadap diri sendiri sehingga timbul keinginan untuk mengikuti gaya hidup di tren terkini. Hal ini mengakibatkan adanya sebuah tekanan psikologis, dorongan untuk membeli barang-barang yang tidak sangat dibutuhkan. Media sosial dalam hal ini menjadi platform utama untuk anak-anak remaja dalam mencari tentang produk dan melakukan pembelian. Selain itu pengaruh iklan dan rekomendasi dari berbagai influencer di media sosial juga berpengaruh dalam membentuk referensi merek mereka (Beri & Kumari, 2022), secara tidak langsung hal ini menunjukkan bahwa media sosial bukan cuma berpengaruh bagi perilaku pembelian tetapi juga menjadi bahan referensi merek. Kondisi konsumen juga seringkali dipengaruhi oleh adanya tekanan sosial untuk mengikuti tren terkini yang beredar di platform media sosial, hal ini mendorong anak-anak remaja untuk berperilaku konsumtif berlebihan untuk mendapatkan validasi dari lingkungan sosialnya. Selaras dengan pendapat (Agianto et al., 2020), menurutnya penggunaan media sosial terkhususnya Instagram secara intensif sangat berdampak signifikan dalam perubahan gaya hidup anak-anak remaja. Kebanyakan remaja cenderung mengikuti tren terkini yang tonton di Instagram termasuk dalam berpakaian, produk-produk bermerek, gaya berbicara dan aktivitas sehari-hari, tanpa adanya pertimbangan apakah selaras dengan budaya dan norma lokal atau tidak sehingga memunculkan perubahan etika dan nilai-nilai yang di anut anak-anak remaja.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia bahwasanya tekanan sosial merupakan paksaan yang di pergunakan masyarakat dalam mengendalikan tingkah laku seseorang sesuai kemauannya dengan norma – norma yang berlaku. Adanya sebuah tekanan sosial terhadap seorang individu yang mengakibatkan adanya keinginan mengikuti, mengubah perilaku, nilai dan sikap seseorang untuk dapat menyesuaikan diri dengan kelompok sosial disekitarnya. Fenomena ini sering terjadi di kehidupan sehari-hari terutama yang dialami anak-anak, dalam konteks berteman dan pengaruh media sosial. Tekanan sosial dalam konteks pengaruh media sosial yang membuat seorang individu (anak-anak) mempunyai keinginan untuk mengikuti berbagai tren saat ini, hingga memunculkan konsumerisme terhadap individu berkeinginan

mempunyai produk konsumen yang sedang tren. Dampak pola asuh orang tua dalam mengarahkan anak-anak agar lebih bijak dalam memilih produk yang mereka inginkan adalah perkembangan anak biasanya meliputi keadaan fisik, emosional, sosial dan intelektual. Jika semuanya berjalan dengan baik maka akan membahwa anak dalam keadaan yang sehat secara fisik, jiwa, sosial dan intelektual. Dalam konteks ini, orang tua memiliki kendali utama dalam tanggung jawab atas sebuah proses pembentukan karakter pada anak. Dapat kita lihat hingga saat ini, sudah banyak terjadi pergeseran nilai kesusilaan dalam masyarakat mengenai terminologi patut dan tidak patut. Dalam level ini, orang tua memiliki peran yang penting dalam memberikan pemahaman terhadap anak untuk bekal utama dalam proses perkembangannya.

Pola asuh anak adalah bagaimana tata cara mendidik, memelihara, dan membimbing keluarga yang sebagai pembimbing dalam keluarga. Orang tua harus menekankan pada seorang anak terkait dasar-dasar moral, etika dan perilaku yang baik terhadap anak – anaknya sehingga memunculkan sesuatu yang bermanfaat bagi mereka dan masyarakat. Berikut dua jenis pola asuh yang di terapkan orang tua di kalangan masyarakat yang dapat membuat anak – anak lebih bijak dalam memilih barang yang benar di butuhkan, sebagai berikut: dampak pola asuh otoritas, dalam pola asuh otoriter ini, pola asuh orang tua terhadap anak – anaknya dengan memiliki peraturan yang kaku, seperti tiap anaknya membuat kesalahan akan dikenakan hukuman, adanya sifat memaksa anak yang harus mengikuti segala peraturan, dan kurangnya diskusi dalam pengambilan keputusan atau cenderung berkomunikasi satu arah. Pola asuh ini dalam artian membuat anak tersebut harus menuruti segala peraturan tanpa adanya perlawanan dari anaknya. Sama halnya dalam penelitian ini, bahwa dampak pola asuh otoritas terhadap anak – anak terkhususnya remaja, dapat di katakan bahwasanya pola asuh ini dapat mengurangi adanya perilaku konsumeris, yang dimana remaja akan cenderung nurut dan tidak berani dalam mengambil sebuah keputusan tanpa adanya persetujuan dari orang tua. Dalam hal ini perilaku konsumeris pada anak – anak remaja dalam pola asuh ini mungkin dapat membuat mereka lebih bijak dalam memilih produk. Dampak Pola Asuh demokratis, Pola Asuh Demokrasi dapat dikatakan pola asuh yang paling baik, karena orang tua dalam hal ini cenderung bersifat friendly dan anak – anak bebas dalam berpendapat. Pola asuh ini biasanya orang tua sangat memprioritaskan kepentingan anak misalnya orang tua lebih mau mendengar keluhan dan memberi masukan untuk anaknya. Tetapi pola asuh ini tidak ragu dalam mengendalikan untuk bersifat rasional dan bersikap realistis kepada kemampuan anak seperti hukuman jika anak salah itu tidak kasar dan juga pendekatannya kepada anak itu bersifat hangat. Dalam hal ini, pola asuh demokratis bisa mengurangi perilaku konsumeris terhadap anak – anak remaja, biasanya pola asuh tersebut memberi pemahaman atas konsekuensi dari pilihannya. Dengan adanya kebebasan seorang anak dalam berpendapat membuat anak tersebut tidak enggan dalam menyampaikan kemauannya atau barang yang ingin di beli, orang tua bisa memberi penjelasan terkait perbedaan antara kebutuhan dan keinginan. Dengan hal ini kesadaran anak semakin meningkat tentang pengelolaan barang dan uang, sehingga anak – anak lebih bijak dalam memilih barang yang benar di perlukan.

Kesimpulan

Budaya konsumerisme di kalangan remaja saat ini telah menjadi fenomena yang kompleks, dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk tekanan sosial dan pengaruh media sosial. Anak-anak remaja sering kali merasa tertekan untuk mengikuti tren terbaru demi mendapatkan pengakuan dan validasi dari teman sebaya, yang mengarah pada perilaku konsumtif yang berlebihan. Selain itu, pola asuh orang tua memainkan peranan penting dalam membentuk sikap anak terhadap konsumsi. Pola asuh yang otoriter dapat mengurangi keberanian anak untuk mengekspresikan keinginan mereka, sedangkan pola asuh demokratis dapat mendorong dialog dan pemahaman yang lebih baik tentang perbedaan antara kebutuhan dan keinginan. Dengan demikian, perhatian terhadap dampak konsumerisme dan penerapan pola asuh yang bijaksana menjadi sangat penting untuk membantu remaja mengembangkan pemahaman yang sehat tentang konsumsi, serta mengurangi risiko perilaku boros yang dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis dan sosial mereka. Penelitian ini membantu meningkatkan kesadaran masyarakat, orang tua, dan pendidik mengenai pengaruh budaya konsumerisme terhadap perilaku remaja. Dengan memahami faktor-faktor yang mendorong konsumerisme, langkah-langkah dapat diambil untuk mengurangi dampak negatifnya.

Referensi

- Abdulah R and others, 'Faktor-Faktor E-Commerce Yang Memengaruhi Tingkat Konsumerisme Di Jakarta', *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11.1 (2022), 245–58.
- Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja. *Tematik*, 7(2), 130–139. <https://doi.org/10.38204/tematik.v7i2.461>
- Aisyah, Ismi Nur, and Margono Setiawan, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Konsumen Dan Minat Pembelian Produk Handbag Merek Tiruan (Studi Pada Konsumen Wanita Di Kota Malang)', *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 12.4 (2015), 562–71
- Apriliani A. (2021). *Tampilan Dampak Tekanan Sosial Pada Perempuan Dalam Buku Imperfect Karya Meira Anastasia*. 6.
- Barriyah, Insanul Qisti, 'Representasi Perempuan Masa Kini Tubuh, Konsumerisme, Dan Metafora', *Perempuan, Seni & Dirinya* 2, 2023, 111
- Beri, J., & Kumari, P. (2022). Digital Transformation-Effect of Social Media on Digital Buying Behaviour of Teenagers. *Adhyayan: A Journal of Management Sciences*, 12(01), 35–40. <https://doi.org/10.21567/adhyayan.v12i1.5>
- Bewani, M. (2019). Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan. *Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 3(3), 209–222.
- Cermin, J., & Penelitian, J. (2019). *1*, 2) *1*. 3, 38–51.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12, (1), 55–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- Hunaifi, N., Mauliana, P., Firmansyah, R., Komalasari, Y., Sulastriningsih, R. D., & Dewi, S. W. K. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Interaksi Remaja Di Era Digital. *Artikel Faiha, Fikriyyah 2B-(1)*, 5(3), 161–174.
- Information, G. (2017). 李海峰 1, 付艳利 1 (1. 5(1), 14–16.
- Irfani, F. (2011). Pengaruh Iklan Fashion Majalah Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 2 Kota

Tangerang Selatan. *Uin*, 148–152.

- Ismi Nur Aisyah and Margono Setiawan, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Konsumen Dan Minat Pembelian Produk Handbag Merek Tiruan (Studi Pada Konsumen Wanita Di Kota Malang)', *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 12.4 (2015), 562–71.
- Jafar, M. K., Anggrainy, N. E., Suhardin, I., & Tohai, R. N. (2023). Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Remaja Di Kota Manado. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 3(1), 96–105. <http://ejournal.iain-manado.ac.id/index.php/maqrizii>
- Jati, Wasisto Raharjo, 'Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia', *Jurnal Sosioteknologi*, 14.2 (2015), 102–12
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Marina, Dominika, 'Konsumerisme Di Era Digital', *TarFomedia*, 1.1 (2020), 32–35
- Nabilla, Aiza, 'Gaya Hidup Konsumerisme Dan Komodifikasi Hijab Di Era Instagram Pada Akun Selebgram@ Megaiskanti', *Connected: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2021, 71–83
- Nabilla, N. I. A., & Purnamasari, D. D. (2024). Fomo Dan Trend Fashion Dalam Gaya Hidup Mahasiswa Kota Semarang:(Studi Pada Spill Outfit Racun Shopee Haul). *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 173–188.
- Ninik Srijani, K. . (2018). Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 6(1), 61. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v6i1.2186>
- Nurhaini, D. (2018). Pengaruh Konsep Diri dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(1), 92–100. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v6i1.4532>
- Octaviana, Rina, 'Konsep Konsumerisme Masyarakat Modern Dalam Kajian Herbert Marcuse', *Jaqfi: Jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam*, 5.1 (2020), 121–33
- Rakhman, Abdulah, Hansel Wirianto, Liaw Bunfa, and Hafizah Rifiyanti, 'Faktor-Faktor E-Commerce Yang Memengaruhi Tingkat Konsumerisme Di Jakarta', *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11.1 (2022), 245–58
- Rohman, Abdur, 'Budaya Konsumerisme Dan Teori Kebocoran Di Kalangan Mahasiswa', *KARSA Journal of Social and Islamic Culture*, 24.2 (2016), 237–53
- Safuwani. (2022). Gaya Hidup, Konsumerisme Dan Modernitas. *Jurnal Suwa Universitas Malikussaleh*, 5(1), 38–46. <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127%0Ahttps://doi.org/10.24912/%0Ahttps://www.slideshare.net/ALBICEE/lembar-observasi-siswa-50178674%0Ahttp://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/2797%0Ahttp://journal.undiknas.ac>
- Sari, Agatha Christy Permata, and David Kaluge, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi Asean Member Countries Pada Tahun 2011-2016', *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11.1 (2017), 24–29
- Sugianto, & Rinaldi. (2020). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Memodifikasi Motor Pada Remaja Anggota Komunitas Motor Custom di Kota Padang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3), 3464–3470. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/871>
- Supatlan, Azzah Zakiyyah, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkah Laku Konsumerisme Di Kalangan Golongan Muda Semasa Konsert Muzik Di Malaysia', *Jurnal Wacana Sarjana*, 8.4 (2024), 1–22
- Wiraseptya, Tedy, and Melisa Suardi, 'Pengaruh Budaya Konsumerisme Terhadap Masyarakat Kota', *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 2019, 1–6

Yulianti, Bani, B., & Albana. (2020). Analisa Pertambangan Timah Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 54–62.