



HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA DI KOMUNITAS PENGGEMAR K-POP ARMY GORONTALO

Lenny Syamsuddin¹, Suryan Y. Akuba²

^{1,2}Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Gorontalo

ARTICLE INFO

Keywords:

Self-control

Consumptive Behavior

Article History:

Received:10/11/2022

Accepted:11/11/2022

Available Online:

12/11/2022

ABSTRACT

Self-control is an individual's ability to modify behavior, as well as an individual's ability to choose an action. Consumptive behavior is the actions of individuals who are directly involved in obtaining goods and services. This research was conducted in the Gorontalo Army community. The Objective of this research was to determine the relationship between self-control and consumptive behavior in adolescents in the Gorontalo K-Pop Army fan community. Product moment correlational quantitative research method. The sample amounted to 67 respondents. The technique used for sampling is total sampling technique. Data was collected using 2 scales, namely the self-control scale with consumptive behavior. Testing the hypothesis using bivariate analysis showed that there was a significant and positive relationship between self-control and consumptive behavior in adolescents in the Army Gorontalo community. r value shows a value of 0.664 which means, there is a negative relationship between the two variables. This means that the stronger the self-control, the lower the consumptive behavior and vice versa, the weaker the self-control, the stronger the consumptive behavior.

XXXX XXXX/ © 2022 The Author(s), this is open access article under the (CC-BY-NC) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>),

* Corresponding Author:

Email address:lennysyamsuddin@umgo.ac.id (lenny syamsuddin)

A. PENDAHULUAN

Di era globalisasi seperti sekarang ini, inovasi semakin disempurnakan sehingga tidak terlalu diharapkan data dapat tersebar dengan cepat. Hal ini telah mendorong munculnya berbagai masyarakat dari berbagai negara yang dapat dijangkau melalui inovasi. Menurut Necula, (Aristanti, 2019) Salah satu gaya

hidup yang saat ini sedang diminati oleh masyarakat di seluruh dunia adalah budaya *Hallyu* atau *Korean Wave* yang berarti korean wave yang berasal dari Korea Selatan. *Hallyu* atau *Korean Wave* terdiri dari 4 bagian yang menjadi produk pengiriman ke pasar global, termasuk *Hallyu (K-Drama)*, *Hallyu (K-Pop)* *Hallyu (K-Food)* dan *Hallyu (Fashion)*.

Saat ini, *Hallyu K-Pop* memperoleh popularitas yang sangat tinggi di mana-mana. *K-Pop* (Korean Pop) adalah klasifikasi musik populer yang digambarkan dengan *dance*, *elektropop*, *hip-jump*, *rock* dan *rap*. Penularan *K-Pop* di Indonesia melalui media, baik media berbasis web seperti hiburan virtual maupun web atau media cetak. Kemajuan *Hallyu K-Pop* saat ini memiliki banyak penggemar dari kalangan anak muda. *K-Pop* biasanya tidak dapat dipisahkan dari grup pop remaja atau kelompok wanita yang memiliki penggemar.

Hal ini tentu saja terjadi pada usia muda Indonesia yang sedang dilanda demam *Hallyu*. Berdasarkan laporan *The Korean Time*, dari total 73,12 juta penggemar *K-Pop* di seluruh dunia, penggemar di Indonesia mendapat urutan ketiga di dunia (Linetoday, 2019). Keadaan ini jelas tidak dapat dipisahkan dengan keuntungan moneter yang mengalir ke Negeri Ginseng itu. Hal ini dikarenakan selama kurang dari 1-6 tahun *K-Popers* telah berlomba-lomba untuk mengumpulkan apa saja yang berhubungan dengan top picks mereka, hal ini telah mengakibatkan perilaku konsumtif para penggemar *K-Pop* cenderung membeli segala sesuatu yang berhubungan dengan barang idolanya.

Apalagi jika dilihat dari riset hiburan virtual Twitter dari 1 Juli 2020 hingga 30 Juni 2021 ada sekitar 7,5 miliar Twitter yang berhubungan dengan *K-Pop*

dan Indonesia menempati posisi pertama di dunia ini sebagai negara dengan *K-Popers* terbanyak di dunia Twitter. Indonesia merupakan negara dengan jumlah penggemar *K-Pop* terbanyak pada tahun 2021. Oleh karena itu, sangat diharapkan Indonesia menjadi salah satu negara yang unggul dalam memberikan suara atau penonton terbanyak untuk setiap simbol *K-Pop*. Kemudian saat itu disusul Jepang yang berada diposisi kedua. Filipina, Korea Selatan, dan Amerika Serikat di posisi tiga berbanding lima.

Salah satu pertemuan *K-Pop* yang sedang berlangsung yang memiliki jumlah penggemar terbesar adalah BTS hingga saat ini, jumlah pengikut grup BTS di Twitter telah mencapai 45,2 juta pendukung, penggemar BTS juga tersebar di beberapa komunitas perkotaan di Indonesia, salah satunya adalah kota Gorontalo. Hal ini ditegaskan dengan adanya beberapa latihan yang diadakan dalam setahun oleh para penggemar, seperti ulang tahun BTS, peringatan presentasi BTS, menonton film naratif bersama, dan menonton acara *online* BTS bersama. Kondisi ini diberangi dengan banyaknya pembelian *merchandise* BTS, dll, hal ini ditunjukkan oleh para penggemar *K-Pop* sebagai bentuk apresiasi sebagai idolanya.

Sumartono berpendapat bahwa cara perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai demonstrasi berlebihan dari

penggunaan suatu barang atau administrasi. Cara berperilaku yang tidak wajar dapat diartikan sebagai perilaku yang umumnya tidak didasarkan pada perenungan yang bijaksana. Namun telah melibatkan komponen-komponen konyol. Selain itu, aktivitas juga dapat diartikan sebagai pengguna item yang tidak lengkap. Seperti Dalam pembelian barang tidak dalam rangka kebutuhan konsumumsi, melainkan secara eksklusif karena tawaran hadiah atau hanya mengejar arahan.(Faizah, 2021)

Seperti yang ditunjukkan oleh Tartila (Apriliani et al., 2021)Penggemar K-Pop pada umumnya dianggap selalu bersikap ekstream dan tidak moderat. Menurut Engel (Muslich&Dewi. 2017) cara berperilaku konsumtif adalah kegiatan orang yang langsung terlibat dengan mendapatkan tenaga kerja dan produk. Membeli produk sang idola merupakan suatu keinginan individu bukan suatu kebutuhan, tindakan membeli produk sang idola adalah kegembiraan yang singkat. Fans umumnya akan bertindak destruktif konsumtif dengan membelian produk idola mereka untuk memenuhi keinginan mereka bukan karena kebutuhan mereka. Cara berperilaku yang tidak wajar yang terjadi pada penggemar K-Pop adalah dengan membeli produk atau produk yang berhubungan dengan idolanya (Apriliani et al., 2021).

Kontrol diri juga merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi cara

berperilaku tidak wajar, yang menyiratkan bahwa semakin membumi diskresi remaja, semakin rendah perilaku boros remaja (Apriliani et al., 2021) orang-orang mudah yang memiliki pengendalian diri yang lemah tidak dapat menangani perasaan mereka, dan tidak dapat menangani cara berperilaku yang tidak hati-hati(Ullaya, 2020). Kebijakan dapat membimbing dan mengendalikan orang untuk melakukan hal-hal positif, termasuk membelanjakan sesuatu. Kontrol diri sebagai kapasitas untuk membuat, membimbing, mengelola, dan mengarahkan jenis perilaku yang dapat membawa orang kehasil positif. Dengan asumsi kaum muda memiliki pengekanan yang lemah, mereka tidak dapat mengarahkan cara berperilaku mereka, tidak mampu mengelola atau mengkoordinasikan cara berperilaku yang menandai untuk masyarakat yang membawa hasil positif. Remaja yang memiliki keeluasaan yang lemah akan membeli produk yang bermerek dan menarik tanpa terlebih dahulu memikirkan keuntungan atau kebutuhan mereka sebagai remaja, Sedangkan remaja yang memiliki pengendalian diri yang tinggi tidak akan membeli barang-barang tersebut namun membeli sesuai kebutuhan mereka sebagai remaja, Averill Kusumadewi (Aristanti, 2019) .

Kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam memodifikasi perilaku, kemampuan untuk mengelola informasi,

serta kemampuan individu dalam memilih suatu tindakan. Individu dengan kontrol diri yang rendah sangat impulsif, cepat menanggapi, rangsangan lingkungan, cepat mencari kepuasan kerja, dan lebih memilih tugas-tugas yang sederhana. Secara umum orang yang mempunyai kontrol diri yang tinggi mampu mengatur tindakannya agar tidak konsumtif. Berdasarkan penelitian dari Sultan et al Joireman dan Sprot(Ullaya, 2020) menunjukan hasil bahwapelatihan *self-control* mempengaruhi tidak dapat mengontrol perilaku *Implulsive buying* atau membeli.

Di Indonesia kelompok Army itu terdiri di beberapa daerah salah satunya adalah Gorontalo. Informasi yang diperoleh dari penggemar K-Pop di Gorontalo menunjukkan bahwa terdapat sekitar 200 orang peminat K-Pop Army Gorontalo, Berdasarkan hasil wawancara pada pengurus/admin Army Gorontalo dan beberapa Army Gorontalo yang mulai terpengaruh dengan perilaku konsumtif yaitu melakukan kegiatan membeli, Perilaku konsumtif mereka dalam bentuk mengkonsumsi berbagai macam barang seperti Album, poster BTS, *photocard* BTS, Army *membership* photo, kopi BTS dan sebagainya. kondisi ini mencerminkan perilaku konsumtif dan selain itu salah satu bentuk kecintaan mereka terhadap Boyband favoritnya. berdasarkan Fenomenanya mereka terpengaruh oleh budaya luar dalam

kehidupan sehari-harinya, salah satunya budaya K-Pop yaitu ikut-ikutan membeli produk-produk K-Pop demi mengikuti *trend*.

B. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini yang digunakan pada penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel x yaitu kontrol diri dan variabel y adalah perilaku konsumtif. Populasi dalam penelitian ini adalah komunitas Army Gorontalo dengan sampel 67 orang dengan teknik pengambilan sampel adalah total sampling. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan dua skala, yaitu skala kontrol diri dengan skala perilaku konsumtif, dengan teknik analisis data menggunakan korelasi *product moment*.

C. HASIL

Table 1
Kategori kontrol diri

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Rendah	14	20,9%
Sedang	40	59,7%
Tinggi	13	19,4%

Table 2
Kategori perilaku konsumtif

Kategori	Frekuensi	Persentasi
Rendah	12	17,9%
Sedang	45	67,2%
Tinggi	10	14,9%

Table
Correlations

Kontrol diri	Pearson correlation	1	,664"
	Sig. (1-tailed)		,000
	N	67	67
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	,664"	1
	Sig. (1-tailed)	,000	
	N	67	67

Berdasarkan tabel 3 di atas, menunjukkan hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dengan arah hubungan positif. Data diperoleh pada penelitian ini menggunakan uji *korelasi product moment*. Dari uji ini diperoleh hasil nilai (r) 0,664 dengan nilai signifikansi 0,000.

D. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada remaja di komunitas penggemar K-Pop Army Gorontalo dapat diketahui mempunyai kontrol diri yang positif. Perbedaan kontrol diri tersebut juga dipengaruhi beberapa faktor. Munandar (2006) berpendapat bahwa kontrol diri yaitu kemampuan untuk mengendalikan atau mengontrol tingkah laku yang termasuk dalam salah satu sifat kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam membeli atau menggunakan barang dan jasa. Artinya remaja yang membeli suatu barang tanpa pertimbangan prioritas cenderung akan berperilaku konsumtif seperti membeli barang yang tidak sesuai dengan kebutuhannya, membeli untuk menjaga

penampilan dan gengsi, membeli karena adanya potongan harga, membeli karena adanya bonus, dan membeli barang karena bentuk yang menarik dan warna yang disukai. pula hal tersebut menunjukkan bahwa remaja penggemar K-Pop masih memiliki pengendalian diri yang kurang sehingga sehingga masih sering terpengaruhi oleh berbagai stimulus.

Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar remaja di komunitas penggemar K-Pop Army Gorontalo memiliki kontrol diri yang sedang dan perilaku konsumtif yang sedang pula. Hal ini membuktikan bahwa semakin kuat kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif begitupun sebaliknya semakin lemah kontrol diri semakin kuat perilaku konsumtif.

Hal ini bisa kita lihat bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti serupa dengan penelitian terdahulu seperti penelitian oleh Hal ini sama dengan penelitian "Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja" peneliti menemukan perilaku konsumtif remaja berada pada kategori sedang pula. "Hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada supporter Lazio di Surabaya" Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara fanatisme dan perilaku konsumtif pada supporter Lazio di Surabaya Muslich, M., & Dewi, N. W. S. P. (2017).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada remaja di komunitas penggemar K-Pop Army Gorontalo yang sudah di uraikan peneliti sebelumnya didapatkan hasil uji kategorisasi perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-Pop yang memiliki kategori rendah sekitar 17,9% dan yang memiliki kategori sedang sekitar 67,2% dan yang memiliki kategori tinggi sekitar 14,9%. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat dilihat bahwa remaja penggemar K-Pop memiliki perilaku konsumtif yang sedang.

Hal tersebut dapat di simpulkan bahwa Remaja Penggemar K-Pop Army Gorontalo yang memiliki kontrol diri yang sedang akan memiliki perilaku konsumtif. Hal ini bisa terjadi karena penggemar tersebut mudah terpengaruh oleh hal-hal yang mendorongnya untuk berkonsumtif. Contohnya penggemar memiliki kontrol diri yang buruk akan terus membeli pernak-pernik idola untuk memuaskan keinginannya semata. Pernak-pernik dijadikannya sebagai simbol yang bisa ia dapatkan untuk memenuhi kebahagiaannya dan juga sebagai identitas seorang penggemar. Perilaku konsumtif dapat menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

Hal ini sama dengan penelitian "Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul". Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan

perilaku konsumtif. Artinya semakin kuat kontrol diri mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa tersebut. Sebaliknya semakin lemah kontrol diri mahasiswa maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa.(Anggreini & Mariyanti, 2014)

Dari Hasil menunjukkan bahwa terdapat positif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Saran yang dapat diberikan dari peneliti pada remaja penggemar K-Pop Army Gorontalo diharapkan untuk mengurangi pembelian secara spontan atau tiba-tiba tanpa pikir panjang hanya karna tergiur gratis ongkir atau potongan harga, dan pada akhirnya akan menyebabkan penyesalan dikemudian hari. Hal ini dimaksudkan agar remaja dapat mengontrol keinginan untuk membeli pernak-pernik idola jika tidak terlalu membutuhkan barang tersebut. Selanjutnya untuk konsumen diharapkan lebih menggunakan kontrol dirinya seperti menentukan terlebih dahulu mana yang lebih dibutuhkan dengan yang tidak. Konsumen juga harus lebih tegas dalam menentukan apa yang diyakininya agar tidak terlalu terpengaruh dengan lingkungannya. Sehingga nantinya konsumen akan mampu mengatasi berbagai hal yang merugikan. Agar terhindar dari pembeli yang impulsif, akan lebih baik jika konsumen membuat daftar belanja terlebih dahulu, dan tetap berpegang teguh pada daftar belanja.

Menghindari pembelian impulsif secara online seperti hindari sebisanya dengan godaan.

E. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan data sebelumnya dalam upaya hipotesis penelitian. Maka dapat disimpulkan mengenai analisis data yang dilakukan antara variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja di komunitas penggemar K-Pop Army Gorontalo. Dimana nilai probabilitas berada pada rentang 0,664 yang $>0,05$ dan koefisien korelasi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan antara kedua variabel karena memiliki nilai Sig $<0,05$. Maka dapat diketahui bahwa antara keduanya memiliki adanya hubungan negatif yang signifikan atau kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang negatif.

1. Kontrol diri yang didapatkan remaja di komunitas penggemar K-Pop Army Gorontalo tergolong sedang dengan presentase sebesar 59,7%
2. Cara berperilaku konsumtif yang di peroleh remaja di komunitas penggemar K-Pop Army Gorontalo tergolong sedang dengan presentase sebesar 67,2%.
3. Ada hubungan positif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja di komunitas penggemar K-Pop Army Gorontalo.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah di paparkan oleh peneliti, peneliti mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Remaja Penggemar K-Pop

Eksplorasi ini seharusnya bisamenjadi acuan dalam pembelajaran khususnya bagi pada penggemar K-Pop sehubungan dengan cara berperilaku tidak sopan yang tampak kentara bagi mereka. Melalui kontrol diri, diyakini bahwa cara berperilaku yang tidak wajar dapat menjadi upaya untuk mencegah dan mengurangi munculnya hal tersebut.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi para ilmuan selanjutnya, jika menurut anda perlu melakukan penelitian lebih lanjut terkait hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja di komunitas penggemar K-Pop Army Gorontalo dan selanjutnya sebagai referensi untuk penelitian serupa. Selain itu analisis lanjut diharapkan menambahkan beberapa teknik seperti pertemuan, persepsi, dan tes yang akan datang dengan hasil paling ekstrem dari eksplorasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 34–42.
- Apriliani, I., Muharsih, L., & Rohayati, N. (2021). Fanatisme dan perilaku konsumtif pada komunitas

- penggemar K-Pop di Karawang. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 1(1), 75–82.
- Aristanti, R. (2019). Hubungan Antara Kontrol Diri (Self Control) Dengan Kecanduan Internet (Internet Addiction) Pada Remaja Penggemar Korean Pop (K-Pop) Di Semarang the Relationship Between Self Control With Internet Addiction At the Young K-Pop Fans. *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (Kimu) 2*, 554, 721–728.
- Faizah, N. (2021). *Konsumtif Pada Remaja Akhir Penggemar K-Pop Di Dki Jakarta*.
- Fajariyani, R. (2018). Hubungan Kontrol Diri Dengan Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop. In *Psychology* (Vol. 6, Issue 1). <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.reuma.2018.06.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044%0Ahttps://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1063458420300078?token=C039B8B13922A2079230DC9AF11A333E295FCD8>
- Handayani, kori tri. (2020). *hubungan gaya hidup hedonis dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap kpop pada mahasiswa uin suka riau*.
- Mufarizzaturrizkiyah, S. (2020). *PERILAKU GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA*.
- Rahmasari, R. (2021). *hubungan antara penerimaan teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi di universitas islam riau*.
- Salsabila Risa, & Rahma, N. S. (2019). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas hukum ubh pengguna shopee. *Jurnal Riset Psikologi*, 4(1), 1–12.
- Siallagan, A. M. (2021). HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA DI STIKes SANTA ELISABETH MEDAN. *Darma Agung Husada*, 8.
- Ullaya, S. (2020). hubungan antara self kontrol dengan perilaku konsumtif pengguna emonney. *Empati*, 9.