

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Tangerang adalah sebuah kawasan di sebelah barat Jakarta, dengan luas sekitar 1.500 km<sup>2</sup>, yang dihuni oleh lebih dari 5 juta penduduk. Tangerang terbagi menjadi 3 daerah otonom, yaitu Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang dan Kota Tangerang Selatan. Kondisi sosial, ekonomi dan lingkungan Tangerang sangat beragam karena merupakan kombinasi antara daerah agraris dan industri serta kondisi pedesaan dan metropolitan dan bahkan saat ini mulai berkembang pesat perumahan baru (Abouttg, 2019). Dari sisi pertumbuhan ekonomi Menurut (Badan Pusat Statistik, 2019) pertumbuhan ekonomi Banten Triwulan III-2018 tumbuh menjadi 5,89%. Indeks Tendensi Konsumen (ITK) Banten pada Triwulan III-2018 sebesar 108,55, artinya kondisi ekonomi konsumen meningkat atau lebih baik dari triwulan sebelumnya.

Sebagai kota terbesar di Provinsi Banten serta ketiga terbesar untuk kawasan Jabodetabek, Tangerang saat ini memiliki banyak Mall yang tidak kalah “keren” dengan Jakarta. Tangerang memiliki 14 mall, antara lain adalah Supermall Karawaci, Summarecon Mall Serpong, Tangerang City (Ardiyanto, 2019). Selain sebagai pusat berbelanja biasanya yang terdapat Mall juga menyediakan tempat relaksasi, tempat permainan anak, gedung film, toko buku, dan adanya tempat makan. Dengan berkunjung ke Mall konsumen tidak hanya belanja dan menikmati segala fasilitas yang ada, tetapi bisa melihat-lihat barang yang ada di toko, atau sering disebut juga “window shopping”, dan juga mengunjungi Coffe Shop juga terlihat “menjamur” antara lain seperti The Coffee Bean, Coffee Corner, Starbucks, Maxx Coffee, J.co Donut, Kopi Luwak, Kopi Kenangan, Excleso, Bengawan Solo Coffee (*Kedai Kopi Di Tangerang Terfavorit*, 2020). Di Mall para pengunjung bisa menikmati produk-produk yang ditawarkan, menonton film, makan, dan mengunjungi Coffee Shop serta menikmati live music sambil “ngobrol” atau dengan kata lain menghibur diri dan memperoleh kenyamanan.

Dari hasil pengamatan peneliti di beberapa Mall di Tangerang terlihat cukup banyak pengunjung dari kalangan remaja. Remaja datang ke Mall ada yang melakukan “window shopping”, membeli barang, ada yang hanya sekedar mengobrol, berdiskusi atau mengerjakan tugas bersama-sama dengan temannya, atau bercanda, dan ada juga yang membaca buku sendirian, menikmati alunan lagu tanpa teman dengan secangkir kopi di Coffee Shop. Namun ada juga yang datang mengunjungi Mall dan mengakhiri hidupnya dengan tragis yang dilansir oleh “oke news” pada tanggal 10 Maret 2020 yang memberitakan seseorang remaja laki-laki 18 tahun, berstatus mahasiswa mencoba bunuh diri dengan melompat dari lantai 7 bangunan Thamrin Plaza Medan. Selain itu kasus yang ada di Amerika Serikat, bahwa ada remaja yang mengamuk di Mall karena depresi lantaran beberapa pekan

sebelumnya remaja itu diputuskan oleh kekasihnya dan di pecat dari pekerjaannya (Edisi, 2007). Dari kasus tersebut remaja yang melakukan bunuh di Mall dikarenakan emosinya yang kurang stabil sehingga ia melakukan bunuh diri tanpa berpikir panjang. Dengan demikian ada remaja yang mengunjungi Mall dalam kondisi perasaan yang senang dan bahagia. Akan tetapi, ada juga yang berada dalam kondisi yang sedang sedih atau tidak bahagia dan ingin menghibur dirinya.

Menurut Hurlock masa remaja berlangsung antara umur 13 sampai dengan umur 21 tahun. Masa remaja (adolescence) merupakan masa perkembangan transisi dari masa anak-anak menuju dewasa yang didasari pada perubahan kognitif, biologis maupun dari sosial-emosional (Rahim, 2014). Sedangkan menurut Steinberg & Levine (dalam Rahim, 2014) menyatakan bahwa, remaja muda (awal) dapat merasa sebagai orang yang paling bahagia di suatu saat dan kemudian merasa sebagai orang yang paling malang disaat lain. Hal itu juga dinyatakan oleh Reed Larson & Maryse Richards (dalam Pertiwi, 2013) bahwa dibandingkan orangtuanya, remaja memiliki kecenderungan lima kali lebih besar untuk melapor dirinya berada dalam kondisi “sangat bahagia” dan tiga kali lebih besar untuk melaporkan dirinya berada dalam kondisi “sangat sedih”, yang artinya pada masa remaja cenderung memiliki suasana perasaan yang mudah berubah-ubah, dari sedih dan berubah menjadi bahagia dalam waktu yang relatif singkat.

Kebahagiaan menurut Seligman (dalam Fatma, 2015) adalah keadaan dimana seseorang lebih banyak mengenang peristiwa-peristiwa yang menyenangkan dari pada yang sebenarnya terjadi dan mereka lebih banyak melupakan peristiwa buruk. Mereka yang bahagia menurut Seligman (2005) akan mampu membangun hubungan yang positif dengan orang lain, mampu melibatkan secara penuh terhadap aktivitas yang dilakukannya, mampu menemukan makna dalam setiap hal yang dilakukan, selalu optimis dan mampu bangkit saat mengalami peristiwa yang tidak membuatnya nyaman.

Selanjutnya menurut Seligman (2005) menyatakan remaja yang mendapatkan kebahagiaan yang autentik (sejati) yaitu remaja yang telah dapat mengolah atau melatih emosi positif yang dimilikinya dan menggunakan pada kehidupan sehari-hari, baik dalam pekerjaan, cinta, permainan, dan pengasuhan. Kebahagiaan adalah “sesuatu yang nyata”, yaitu suatu yang dapat diukur secara langsung. Kebahagiaan merupakan suatu istilah yang menggambarkan perasaan positif (seperti kenyamanan) serta kegiatan positif tanpa unsur keterpaksaan perasaan sama sekali (dalam Dinar, 2019).

Sedangkan menurut penelitian Harmaini. dan Yuliyanti (2016) yang berjudul Peristiwa-peristiwa Yang Membuat *Bahagia* menyatakan bahwa cara memperoleh kebahagiaan seseorang itu berbeda-beda tergantung bagaimana seseorang mempersiapkan kebahagiaan tersebut. Merasa dicintai dapat menjadi sumber

kebahagiaan remaja karena remaja dapat merasa senang ketika menerima seseorang yang ia sukai, dan mereka merasa lebih dihargai dan dipahami oleh pasangannya.

Hal ini juga dapat dilihat dari hasil wawancara dengan remaja di Tangerang dibawah ini:

C (15 tahun, perempuan):

*“... Ke Mall dalam seminggu bisa 3 sampai 4 kali, terus kalo ke Mall biasanya belanja sambil liat-liat yang lain kaya baju, sepatu, makeup. Ke Mall juga jarang sendiri lebih seneng sama temen jadi ada temen ngobrol juga terus sehabis belanja ya kita nongrong sambil makan, kalo masih bosan juga kita nonton random gitu. Pergi ke Mall ya pergi aja happy ngga ada beban apapun, pokoknya nikmatin banget aktivitas yang dijalanin ...”*

Berdasarkan hasil wawancara terhadap subjek C (15 tahun) dapat diduga bahagia. C datang ke Mall untuk bertemu dengan temannya. Ia lebih nyaman jika ada teman mengobrol bersama temannya di Mall. Berbeda dengan wawancara pada subjek A (14 tahun, perempuan), sebagai berikut:

*“... Kalo ke Mall paling cuma lihat-lihat aja cari yang beda, gue juga lebih suka ke Mall sendirian, karna kalo ada temen jadi makin ribet dan susah buat nikmati suasana. Terus kalo lagi ada masalah gue biasanya ngeMall, dan ngga tau kenapa gue lebih suka kaya gitu dari pada harus cerita ke orang lain. Gue lupain dulu aja masalahnya dan refreshing...”*

Berdasarkan hasil wawancara terhadap A (14 tahun) dapat diduga tidak bahagia. Ia datang ke Mall untuk refreshing, dan melupakan masalah yang sedang dialaminya.

Berdasarkan uraian diatas, diketahui bahwa ada remaja yang merasakan bahagia yang berkunjung di Mall dengan kebahagiaan tinggi, tetapi ada juga yang tidak bahagia. Dengan berkunjung ke Mall ada yang sangat menikmati interaksi dengan teman-temannya, namun ada juga yang memutuskan ke mall untuk menghibur diri. Hal tersebut didukung oleh penelitian Dewi (2014) Dewi (2014) yang berjudul Konsep Kebahagiaan Pada Remaja yang Tinggal di Jalanan, Panti Asuhan, dan Pasantren dengan hasil bahwa remaja yang tinggal di pasantren, panti asuhan, dan tinggal di jalanan dengan kondisi yang berbeda para remaja memiliki waktu dan kesempatan yang begitu banyak untuk dapat berinteraksi dalam bergaul dengan teman sebaya dan lingkungannya sehingga suasana tersebut membuat para remaja bahagia. Selain itu menurut Betty (2018) yang berjudul *Remaja yang Gemar Main Gadget Tidak Bahagia* dinyatakan bahwa remaja rata-rata menghabiskan waktu lebih banyak dengan gadget seperti mengirim SMS, bermain game, atau sosial media adalah remaja yang tidak bahagia. Dengan demikian kebahagiaan akan dirasakan remaja, bila ia yang memiliki kesempatan berinteraksi dan bergaul dengan lingkungan sosialnya.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti “Gambaran Kebahagiaan Pada Remaja yang Mengunjungi Mall di Tangerang”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan beberapa masalah dalam kasus yang diangkat oleh peneliti, sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran kebahagiaan remaja yang mengunjungi Mall di Tangerang?
2. Aspek manakah yang dominan dari kebahagiaan remaja yang mengunjungi Mall?
3. Bagaimana kebahagiaan remaja yang mengunjungi Mall dari data penunjang?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui gambaran tinggi rendahnya kebahagiaan pada remaja yang mengunjungi Mall di Tangerang
2. Mengetahui aspek dominan dari kebahagiaan pada remaja yang mengunjungi Mall di Tangerang
3. Melihat gambaran kebahagiaan berdasarkan data penunjang pada remaja yang mengunjungi Mall di Tangerang

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dalam pengembangan ilmu psikologi, khususnya bidang Psikologi Industri dan Organisasi (PIO). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk mendukung penelitian-penelitian selanjutnya yang mengenai *kebahagiaan*.

#### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada remaja di Tangerang mengenai gambaran kebahagiaan remaja sehingga mampu meningkatkan saat mengerjakan tugas sekolah dan tugas di rumah secara maksimal.