

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, semakin banyak wanita yang mengenakan hijab. Hijab dimasa sekarang tidak lagi dengan warna dan motif yang gelap, seperti warna hitam, abu-abu maupun coklat, melainkan dengan warna dan motif yang lebih bervariasi seperti hijau, merah, biru serta warna-warna cerah lainnya. Bervariasinya hijab yang digunakan wanita, telah membuat semakin merebaknya toko-toko pakaian muslimah. Bukan hanya melalui toko, tetapi transaksi jual beli pakaian juga dilakukan melalui *online* seperti media sosial *facebook*, *instagram*, *twitter* dan lain-lain.

Dengan mudahnya semua orang mengakses *internet*, muncul ide dari seorang muslimah bernama Dian Pelangi yang ternyata cukup kreatif untuk mengkreasikan hijabnya dan menyebarluaskan melalui berbagai media seperti media online, media cetak hingga televisi. Dengan menyebarluasnya informasi mengenai hijab yang disampaikan Dian Pelangi, menjadi salah satu daya tarik banyak wanita untuk mengetahui lebih dalam mengenai hijab. Melihat antusiasme pada wanita mendorong Dian Pelangi untuk membuat suatu komunitas muslimah untuk saling berbagi pengetahuan mengenai hijab yang disebut dengan Komunitas Hijabers. Komunitas Hijabers adalah sekumpulan wanita yang

mengenakan hijab yang berdandan modis (Andriani & Ni'matuzahroh, 2013). Mereka terdiri dari para remaja dan ibu-ibu. Penampilan berbusana muslim mereka sangat berbeda dengan kebanyakan wanita yang mengenakan busana muslim, karena model pakaian yang mereka pakai sangat *stylish*. Komunitas Hijabers sering berkumpul bersama untuk membuat kegiatan yang terkait dengan jilbab dan muslimah, seperti kelas kecantikan, bakti sosial, lomba-lomba hijab, tutorial dalam mengenakan hijab, sesi foto untuk koleksi pribadi maupun untuk kebutuhan komersil (Andriani & Ni'matuzahroh, 2013).

Di tahun 2011 jumlah anggota Komunitas Hijabers hanya berkisar 50 orang, namun sejak tahun 2014 meningkat hingga angka ribuan yang tersebar di 5 kota besar. Berkembangnya Komunitas Hijabers didukung oleh para anggota Komunitas dengan cara mensosialisasikan kepada publik mengenai komunitas tersebut. Bukan hanya mensosialisasikan mengenai variasi hijab saja tetapi anggota juga menyampaikan pentingnya hijab sehingga secara tidak langsung para anggota mengajak wanita muslim yang belum menggunakan hijab untuk menggunakan hijab. Para anggota Komunitas menyampaikan pentingnya berhijab dengan cara yang persuasif, seperti menampilkan demo kreasi hijab. Strategi yang dilakukan para anggota Komunitas ternyata cukup berhasil, banyak para wanita menjadi tertarik dan masuk menjadi anggota Komunitas Hijabers. Seperti hasil wawancara dengan beberapa anggota Komunitas Hijabers Jakarta :

“sebenarnya sudah sempat tau komunitas hijab itu apa, tau dari internet aja, dari sosmed, apalagi kan yang bikin Dian Pelangi, nah jadi

*makin tertarik tuh, pas ikut juga acaranya gak monoton, banyak banget deh acara nya, ada tutorial hijab, turorial make up, sharing pengalaman berwirausaha, bahkan kalau bikin acara besar kita ada acara parenting, pengajian, fashion show dan bahkan bazaar. Jadi ya seru banget gabung disini”*W, (Wawancara pribadi Maret 2014).

Wawancara diatas dapat menjelaskan bahwa W tertarik untuk bergabung dan mengikuti acara yang diadakan Komunitas Hijabers, karena menurut W acara yang diadakan seru dan tidak monoton, seperti acara *tutorial hijab, turorial make up, sharing* pengalaman berwirausaha, pengajian, *parenting, fashion show* dan bazaar. Dengan bergabungnya W dalam Komunitas, ia menjadi lebih sering menghadiri acara yang diadakan oleh Komunitas Hijabers. Hal tersebut, membuat W menjadi lebih akrab dengan teman di Komunitas, sehingga membuat W mau menghadiri acara yang diadakan dan mengikuti aturan dalam Komunitas Hijabers seperti memakai pakaian serasi saat event Hijabers, menggunakan pakaian syar’I saat pengajian, dan membayar iuran sesuai kesepakatan dalam Komunitas Hijabers. Hal ini sejalan dengan pernyataan Baron, Brascombe, dan Byrne (dalam Sarwono, 2009) semakin individu tertarik pada kelompok sosial tertentu dan ingin menjadi bagian darinya, maka semakin besar kemungkinan individu untuk berkonformasi terhadap norma-norma dalam kelompok tersebut.

Pada Komunitas Hijabers Jakarta, anggota yang berusaha menyesuaikan diri dengan kelompok diharapkan mengikuti acara yang ada pada Komunitas Hijabers seperti menghadiri pengajian, dakwah lapangan, menghadiri *talkshow* Komunitas Hijabers, membayar uang iuran sesuai keperluan komunitas,

menghadiri acara *fashion show* dan juga menghadiri bakti sosial serta mengenakan seragam saat acara tertentu yang diadakan komunitas tersebut. Namun, dari pengamatan peneliti dari beberapa acara yang diadakan oleh Komunitas Hijabers, anggota Hijabers terlihat lebih banyak hadir ketika acara *fashion show, tutorial make up*. Sedangkan, pada acara lain yang diadakan Komunitas Hijabers hanya sedikit yang menghadiri. Padahal idealnya apabila seseorang yang bergabung dalam komunitas seharusnya mau menyesuaikan diri dan mau mengikuti segala aturan yang ada dalam kelompoknya yang disebut dengan konformitas. Untuk memenuhi aturan Komunitas Hijabers, para anggota yang memiliki konformitas berusaha menyesuaikan diri dengan kelompok. Seperti pada hasil wawancara berikut dengan beberapa anggota Komunitas Hijabers :

“hubungan aku sama temen-temen di hijabers, Alhamdulillah baik. Kita juga saling silaturahmi kok, apalagi kalau komite ya interaksinya lebih sering. Misalnya kalo ada yang sakit, kita saling jenguk. Kalo untuk jadi panitia ya pasti suka rela, lagipula bagi yang komite kan udah ada divisinya, jadi ya lebih gampang buat bagi tugas, tapi tetep sih missal ada yang kurang pas acara saling bantu. Jadi gak saling tunjuk tunjukan, Kalo komit sih selagi bisa ya harus diusahain, terus yang penting selalu jaga nama baik komunitas. ya namanya juga komunitas, pastinya kita kan mau terlihat kompak, jadi diusahakan berpenampilan seragam, biasanya sih kalo pengajian gitu. Bahkan kalo event besar, kita semua selalu pakai baju yang samaan warna, ya walo modelnya beda-beda, tapi semotif gitu, ya gitu” F, (Wawancara Pribadi September 2014).

“aku sih ngakuin kalo gabung disini jadi ikutan modis hehe, abis yang lain juga tampil modis, pakai hijab dengan model yang lucu-lucu, warna cerah, terus kan kita bisa saling sharing tuh jadi abis itu bisa ikutan deh praktekin, jadinya ya emang ikutan beli-beli hijab biar samaan kadang sama yang lainnya” T, (Wawancara Pribadi Maret 2014).

Dari kutipan wawancara yang peneliti lakukan pada F dan T. F mengatakan bahwa F berusaha datang saat dibutuhkan jadi panitia, menjenguk teman dalam Komunitas ketika ada yang sakit serta F berusaha untuk selalu menjaga nama baik komunitas, dan F juga berusaha tampil kompak dalam berpakaian. Selain itu, T mengatakan ketika bergabung membuat T menjadi tampil modis, dan memakai hijab dengan model yang lucu dan warna cerah agar sama dengan yang lainnya. Artinya berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diasumsikan bahwa F dan T berusaha menyesuaikan diri dengan komunitas seperti berpenampilan serasi dengan teman Komunitas, bersedia menjadi panitia acara dalam Komunitas, menjenguk saat teman sakit, menghadiri setiap acara yang diadakan oleh Komunitas, berusaha kompak serta selalu menjaga nama baik Komunitas Hijabers. Perlaku tersebut dikatakan sebagai bentuk konformitas. Asumsi ini sejalan dengan yang dikatakan Taylor, Shalley, dkk (2009) bahwa individu yang memiliki konformitas secara suka rela akan melakukan tindakan yang dilakukan orang lain dalam kelompoknya. Dapat dikatakan anggota yang tidak menyesuaikan diri dan mengikuti aturan kelompok sebagai anggota komunitas dengan konformitas rendah.

Pada anggota Komunitas Hijabers yang menyesuaikan diri dengan komunitas pada akhirnya berusaha untuk mengikuti kebiasaan yang ada dalam komunitas, termasuk dalam berpenampilan, seperti berpakaian hijab modis,

menggunakan aksesoris pada hijab, berpakaian syar’I saat pengajian, dan berpakaian muslim yang serasi saat mengadakan acara dalam Komunitas Hijabers. Keadaan tersebut cenderung membuat anggota Hijabers membeli agar dianggap sama dengan anggota komunitas. Perilaku membeli yang dilakukan oleh anggota komunitas dikatakan sebagai perilaku konsumtif dikarenakan anggota hijabers membeli dengan pertimbangan emosional dan berlebihan. Seperti hasil wawancara dengan anggota Komunitas Hijabers berikut :

“aku sih dari awal sebelum gabung di komunitas, udah suka belanja, apalagi yang berhubungan sama fashion gitu, aku suka banget. Ditambah lagi setelah gabung di komunitas, makinlah aku belanja terus. Sebenarnya sih kadang gak kepa-kepa banget. Tapi ya biar keren gitu hhaa. Lagian kalo gak tampil maksimal, apalagi pas ada acara kayanya kurang PD hhee. Biasanya sih yang aku beli baju, make up, aksesoris, semuanya deh. Walaupun udah punya nih, tapi rasanya pengen beli terus yang baru” S, (Wawancara Pribadi September 2014).

“gue pake hijabnya belum lama ini, nah gue dari sebelum pake jilbab udah sering ngeMall, belanja-belanja. Tapi semenjak pake jilbab, jadi makin seneng belanja hijabnya, abis sekarang kan cewek pake hijab banyak yang modis, ya gue gak mau ketinggalan modis dong. Kebetulan ada komunitas hijabers jadinya ikut gabung, gue ngerasa jadi kaya ada tempat buat kumpul cewek-cewek hijab yang modis, jadinya makin semangat belanjanya biar makin terlihat fashionable, yaudah jadi beli-beli aja, butuh gak butuh beli aja sih. Ujung-ujungnya kadang nyesel, tapi yaudahlah y ague piker buat penampilan diri, lagian udah kerja juga. Uang masih bisa dicari juga.” I, (Wawancara Pribadi September 2014)

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan S dan I mengatakan bahwa ia senang berbelanja baju, hijab, aksesoris, *make up*, dan hal itu dilakukan S dan I untuk menunjang penampilan agar lebih terlihat modis. Akan tetapi pada I, I mengatakan setelah berbelanja terkadang ia menyesal. Namun, ia tetap berbelanja

karena ia merasa sudah bekerja. Artinya S dan I berbelanja cenderung berlebihan agar terlihat menarik, mengikuti perkembangan *fashion* hijab, dan tanpa mempertimbangkan kebutuhannya bahkan, I menyesal karena telah berbelanja. Dari hasil wawancara tersebut sesuai dengan Solomon (2002) yaitu pembelian impulsif atau pembelian tak terencana (*unplanned purchase*) adalah pembelian yang terjadi secara spontan karena munculnya dorongan yang kuat untuk membeli dengan segera.

Namun ada pula anggota Komunitas yang tidak melakukan seperti S dan I. dinyatakan dalam kutipan wawancara sebagai berikut :

“Saya sih gimana ya biasa aja, gak mesti ngikutin yang lain ya. Abis yang lain juga kadang berlebihan banget, kenapa juga harus ngikutin yang lain. Kadang kan pakean kaya gitu kadang gak nyaman juga. Yaudah sih jadi diri sendiri aja juga lebih enak. Kalo ngikutinn orang mah gak ada habisnya”A, (Wawancara pribadi April 2014)

Berdasarkan hasil wawancara diatas terlihat bahwa A tidak mengikuti cara berpakaian *stylish*, tidak berlebihan dalam berpakaian, tampil apa adanya yang mengakibatkan A tidak belanja berlebihan untuk memenuhi kebutuhan dalam berpenampilan sehingga membuat A tidak berperilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Laila (2008) yang berjudul Hubungan konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMAN 112 Jakarta dapat disimpulkan bahwa individu yang memiliki latar belakang perekonomian yang cukup atau uang saku lebih, ia tidak suka membelanjakan uangnya, karena ia lebih memilih menabungkan uangnya, sehingga ia tidak berperilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pada Komunitas Hijabers Jakarta.

B. Identifikasi Masalah

Komunitas Hijabers adalah sekumpulan wanita yang memakai hijab dan berdandan modis. Di Jakarta terdapat sebuah Komunitas Hijabers yang menjadi pelopor yang jumlah anggotanya semakin bertambah sejak 2011 hingga 2014. Dalam Komunitas Hijabers Jakarta memiliki aturan yaitu membayar iuran untuk mengadakan sebuah acara atau sesuai keperluan dalam komunitas, menghadiri acara-acara yang diadakan dalam komunitas maupun diluar komunitas, mengikuti sosialisasi mengenai hijab dan menggunakan hijab pada saat mengikuti program yang diikuti, seperti *fashion show*, *talkshow*, *beauty class*, *parenting*, pengajian dan dakwah lapangan.

Dalam Komunitas Hijabers Jakarta, anggota diharapkan dapat mengikuti semua acara yang diadakan oleh Komunitas Hijabers. Anggota Hijabers yang memiliki konformitas dengan Komunitas Hijabers akan berusaha mentaati aturan yang berlaku dalam komunitas Hijabers, menghadiri acara yang diadakan komunitas Hijabers, berpakaian modis serta berusaha untuk menyesuaikan diri agar terlihat sama, kompak dan serasi. Perilaku tersebut bertujuan untuk tetap diterima sebagai anggota dari Komunitas Hijabers. Agar terlihat sama dan

kompak salah satunya adalah dengan berpenampilan serasi saat event-event yang diadakan oleh Komunitas Hijabers. Untuk menunjang penampilan, para anggota Hijabers berusaha memenuhi tuntutan Komunitas Hijabers dengan cara berbelanja yang bahkan tanpa mempertimbangkan kebutuhan dari anggota Hijabers. Hal itu membuat anggota berperilaku konsumtif, walaupun tidak semua anggota Hijabers berperilaku konsumtif. Anggota Hijabers yang berperilaku konsumtif akan berbelanja berlebihan, tidak mempertimbangkan kebutuhan pokoknya. Dan anggota Komunitas Hijabers yang tidak konsumtif akan berbelanja sesuai kebutuhannya dan tidak berbelanja secara berlebihan. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti ingin mengidentifikasi “Apakah terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada Komunitas Hijabers Jakarta?”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pada komunitas Hijabers Jakarta.
2. Untuk mengetahui aspek dominan pada perilaku konsumtif.
3. Untuk mengetahui gambaran kategorisasi konformitas dengan perilaku konsumtif.

4. Untuk mengetahui pengaruh tinggi dan rendah konformitas dengan tinggi dan rendah perilaku konsumtif.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis :

Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat memperluas wawasan dalam bidang pengetahuan ilmu psikologi, khususnya dalam psikologi sosial.

Manfaat Praktis :

- a. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi penunjang bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian lanjutan sehubungan dengan konformitas dan perilaku konsumtif.
- b. Memberikan pengetahuan bagi orang yang akan bergabung dalam komunitas Hijabers agar mengetahui hal apa saja yang harus dipersiapkan untuk bergabung dalam komunitas Hijabers dan bentuk-bentuk kegiatan serta aturan apa saja yang dapat diikuti.
- c. Penelitian ini diharapkan memberikan informasi kepada pembaca perlunya mempertimbangkan prioritas kebutuhan dalam perilaku membeli.

E. Kerangka Berpikir

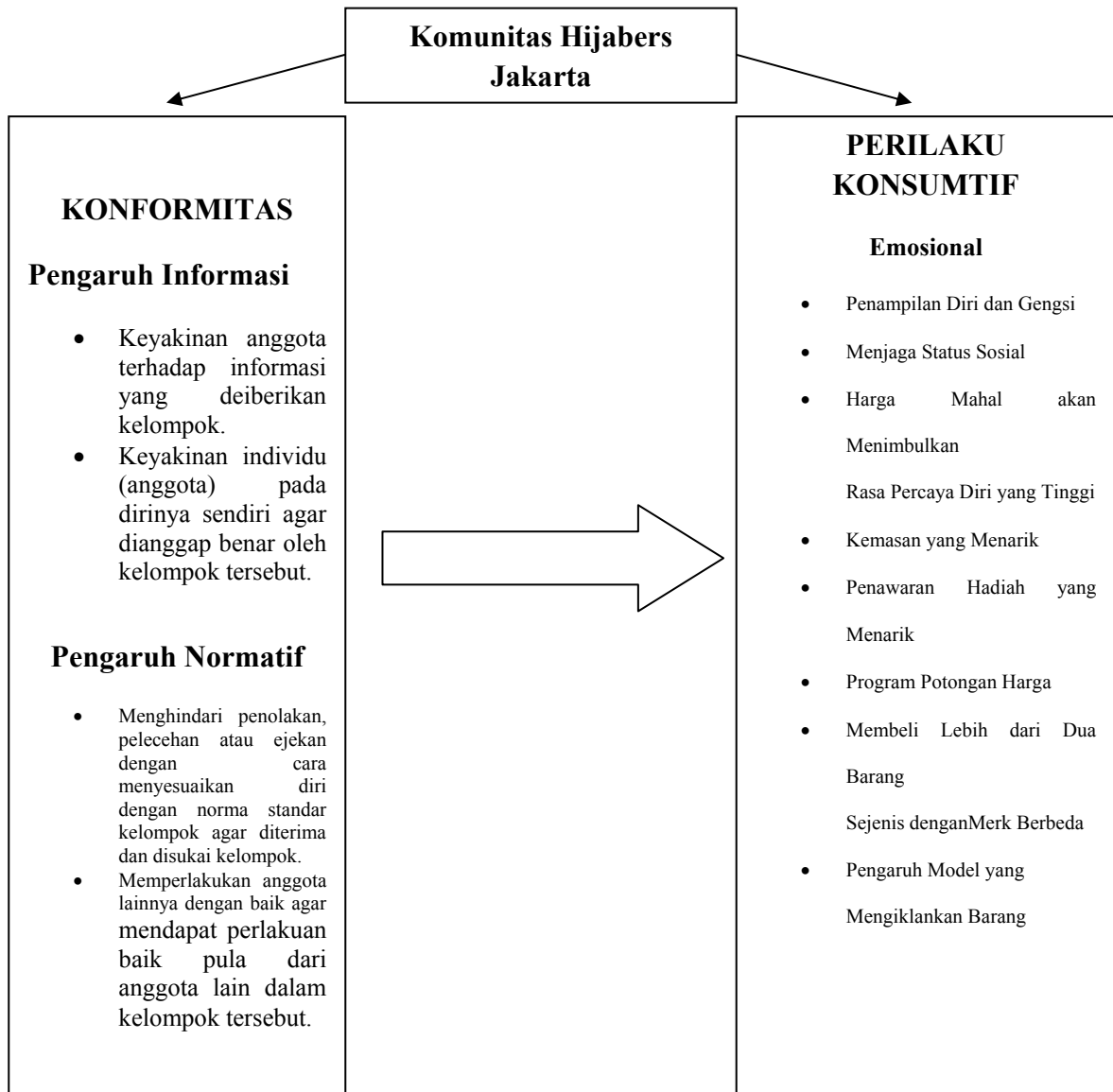
Komunitas Hijabers adalah sekumpulan wanita yang mengenakan hijab, di dalam Komunitas Hijabers terdapat aturan dan acara yang diharapkan dapat

diikuti oleh anggota Komunitas Hijabers seperti acara *talk show*, *fashion show*, *parenting*, tutorial hijab, tutorial *make up*, bakti sosial dan pengajian. Anggota Komunitas Hijabers yang ingin diterima oleh Komunitas akan berpenampilan serasi dengan anggota lainnya, menghadiri acara yang diadakan Komunitas Hijabers, dan membayar iuran sesuai kesepakatan. Hal ini bertujuan untuk mengikat anggota Hijabers agar secara suka rela mau mengikuti kegiatan dan aturan dalam Komunitas Hijabers. Perilaku suka rela dan mengikuti aturan Komunitas merupakan salah satu bentuk konformitas. Konformitas dapat terjadi karena adanya pengaruh informasi yang diberikan komunitas dapat bermanfaat bagi anggota Hijabers, misalnya anggota Hijabers yang telah bergabung merasa mendapatkan manfaat dari kegiatan yang diadakan komunitas sehingga ia mau bergabung dan menyesuaikan diri dengan cara mengikuti aturan yang telah disepakati. Selain itu pengaruh normatif juga dapat mempengaruhi seseorang untuk merubah perilaku agar diterima dan disukai, dalam komunitas hijabers misalnya anggota bersikap baik pada teman-teman dalam komunitas, mengikuti setiap kegiatan yang diadakan komunitas, dan membayar iuran sesuai kesepakatan.

Anggota Komunitas Hijabers yang mengikuti aturan yang telah disepakati akan menyesuaikan diri untuk memenuhi kebutuhan dalam Komunitas Hijabers, salah satunya dalam kebutuhan berpenampilan. Untuk pemenuhan kebutuhan dalam berpenampilan agar terlihat sama dan kompak dengan anggota lain di

Komunitas Hijabers, maka akan memicu individu untuk berbelanja, seperti berbelanja pakaian, aksesoris, make up secara berlebihan yang belum tentu dibutuhkan oleh individu untuk menunjang kegiatan yang diadakan oleh Komunitas Hijabers. Sehingga hal tersebut menimbulkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif pada anggota Komunitas Hijabers terjadi karena perilaku membeli yang berlebihan tersebut didasari pertimbangan emosional, tanpa mempertimbangkan kebutuhannya dan disertai berbagai motif membeli, seperti membeli karena menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli yang dianggap dapat menjaga status sosial, membeli barang dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, membeli karena penawaran hadiah yang menarik, membeli karena kemasan yang menarik, membeli karena program potongan harga, membeli karena pengaruh model yang mengiklankan barang, dan membeli lebih dari dua barang sejenis dengan merk berbeda. Oleh karena itu, anggota Komunitas Hijabers yang konform dengan Komunitas Hijabers memiliki kecenderungan unuk berperilaku konsumtif.

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir



F. Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada Komunitas Hijabers Jakarta.