

Hubungan kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar animasi Jepang (*anime*) di Denpasar

Putu Sokalia Anjani dan Dewi Puri Astiti

*Program Studi Sarjana Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Udayana
astiti22@unud.ac.id*

Abstrak

Animasi Jepang atau yang lebih sering disebut dengan *anime* merupakan salah satu budaya populer yang berasal dari Jepang. Gaya penggambaran yang unik dari *anime* itu sendiri telah membuat *anime* memiliki banyak penggemar di berbagai negara, khususnya di Indonesia. Penggemar *anime* di Indonesia tidak terbatas di kalangan anak-anak, namun juga remaja dan dewasa. Kecintaan yang besar terhadap *anime* dapat menimbulkan berbagai kemungkinan pada kalangan remaja, salah satunya perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli tanpa disertai pertimbangan yang matang dan dilakukan demi memberikan kesenangan tersendiri. Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh kontrol diri. Semakin tinggi kontrol diri, maka perilaku konsumtif semakin rendah, dan begitu pula sebaliknya. Selain kontrol diri, konformitas juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Apabila tingkat konformitasnya tinggi, maka tingkat perilaku konsumtif juga tinggi dan berlaku sebaliknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar *anime* di kota Denpasar. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *cluster sampling* dengan jumlah subjek sebanyak 114 orang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, sedangkan analisis data dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana dan berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol diri dan konformitas tidak memiliki hubungan secara simultan dengan perilaku konsumtif, kontrol diri tidak memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif, namun konformitas memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Kata kunci: Konformitas, kontrol diri, perilaku konsumtif.

Abstract

Japanese animation or more commonly referred to as anime is one of the popular cultures originating from Japan. The unique style of depiction of the anime itself has made the anime have many fans in various countries, especially in Indonesia. Anime fans in Indonesia are not only limited to children, but also teenagers and adults. Great loving for anime can lead to various possibilities among teenagers, one of which is consumer behavior. Consumptive behavior is buying behavior without careful consideration and is done in order to give pleasure. Consumptive behavior can be influenced by self-control. The higher the self-control, the lower consumptive behavior, and vice versa. In addition to self-control, conformity can also affect consumer behavior. If the level of conformity is high, then the level of consumptive behavior is also high and vice versa. The purpose of this study was to determine the connection of self-control and conformity on the consumptive behavior of adolescent anime fans in Denpasar. The sampling technique in this study was cluster sampling with the number of subjects as many as 114 people. This research is a quantitative research with data collection techniques using a questionnaire, while data analysis is done by single and multiple linear regression analysis. The result of this research proof that self-control and conformity don't have connection to consumptive behavior, self-control does not significantly has connection to consumptive behavior, and conformity has connection to consumptive behavior.

Keywords: Conformity, consumptive behavior, self-control.

LATAR BELAKANG

Budaya populer atau *pop culture* dari berbagai negara telah masuk ke Indonesia seiring dengan perkembangan zaman, terutama budaya populer yang berasal dari Jepang. Salah satu bentuk budaya populer tersebut adalah *anime*. *Anime* berasal kata *animation* yang dilafalkan dalam Bahasa Jepang. Menurut Poitras (dalam MacWilliams, 2015), orang Jepang menganggap *anime* sebagai animasi pada umumnya, sedangkan orang luar Jepang menganggap penyebutan *anime* hanya terbatas pada animasi yang diproduksi di Jepang.

Anime pertama kali muncul di Jepang pada tahun 1917, bersamaan dengan perilisian film pendek tanpa suara yang berjudul *Imokawa Mukuzo Genkanban no Maki* karya Oten Shimokawa (Poitras, 2015), yang menjadi titik awal perkembangan *anime* di Jepang. *Anime* masuk ke Indonesia pada tahun 1970-an dan baru populer pada tahun 1990-an setelah *Doraemon* ditayangkan di stasiun televisi swasta RCTI.

Penggemar *anime* tidak terbatas di kalangan anak-anak saja, namun juga remaja dan dewasa. Remaja yang menyukai *anime* dipengaruhi oleh beberapa alasan. Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan oleh Anjani (2017) pada 5 orang remaja berusia 18-21 tahun, 2 orang mengatakan bahwa mereka menyukai *anime* karena terpengaruh kelompok penggemar *anime* yang diikuti, 2 orang lagi mengatakan bahwa mereka menyukai *anime* karena alur cerita dan gaya gambar yang menarik, sedangkan 1 orang sisanya mengatakan bahwa ia menyukai *anime* karena dapat memberikan inspirasi untuk menggambar desain karakter sendiri.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh Anjani (2016) di sebuah festival budaya Jepang, remaja penggemar *anime* rata-rata memiliki hobi seperti membaca *manga* atau komik, menonton *anime*, menggambar karakter bergaya *anime*, ber-*cosplay*, dan membeli berbagai *merchandise anime*. Para remaja penggemar *anime* terlihat menunjukkan antusiasme tinggi saat menyaksikan pemutaran *anime*, pertunjukkan *cosplay*, serta penampilan band-band yang membawakan lagu soundtrack *anime*.

Kecintaan terhadap *anime* dapat menimbulkan berbagai dampak bagi remaja. Menurut Ihandoko (2017), dampak positif yang ditimbulkan yaitu meningkatkan imajinasi, menambah wawasan

tentang budaya Jepang, jauh dari pergaulan bebas, dan meningkatkan kreativitas. Apabila kecintaan tersebut menjadi berlebihan, dampak negatif yang ditimbulkan yaitu menjadi anti-sosial, terlalu banyak mengkhayal, lupa akan budaya sendiri, tidak dapat membedakan realitas dengan dunia maya, dan tidak tertarik menjalin hubungan asmara dengan siapapun (Aditya, 2017). Selain itu, Penelitian yang dilakukan oleh Asmi (2016) menunjukkan bahwa minat penggemar *anime* yang besar terhadap hobinya dapat membentuk gaya hidup yang konsumtif.

Secara umum, perilaku konsumtif adalah perilaku tanpa perencanaan dan kebutuhan melainkan karena suatu pemenuhan keinginan yang tidak diimbangi dengan kondisi keuangan (Mowen, 1995). Perilaku konsumtif juga dapat didasarkan atas suatu barang yang menjadi wujud kegemaran terhadap *anime*. Penelitian yang dilakukan oleh Purfitasari (2009) menunjukkan bahwa komunitas menjadi media yang cukup berpengaruh dalam mengekspresikan diri remaja, termasuk dalam berperilaku konsumtif. Remaja penggemar *anime* yang tergabung dalam suatu komunitas memiliki koleksi barang bertema *anime* yang lebih banyak daripada remaja penggemar *anime* yang tidak tergabung dalam komunitas mana pun. Kegiatan mengoleksi barang-barang tersebut dilakukan semata-mata karena ingin menunjukkan ekspresi kegemaran terhadap *anime* dan *manga*, serta diri sebagai penggemar *anime* sejati (Purfitasari, 2009). Penelitian yang dilakukan oleh Millah (2018) menunjukkan bahwa penggemar *anime* tidak segan mengeluarkan uang banyak secara berlebihan dan tak terencana demi membeli barang bertema *anime* favorit. Hal ini semata-mata dilakukan untuk memuaskan keinginan.

Menurut WHO (dalam Sarwono, 2011), remaja adalah suatu transisi dari masa anak ke dewasa, yang ditandai dengan perkembangan biologis, psikologis, moral, agama, kognitif, dan sosial. Hal ini sesuai dengan pernyataan Hurlock (1994) mengenai masa perkembangan remaja, yaitu masa peralihan dari anak-anak ke dewasa, masa terjadi perubahan, masa yang penuh masalah, masa mencari identitas, masa yang menimbulkan kekuatan, masa yang tidak realistis, dan ambang masa dewasa.

Remaja selalu ingin menunjukkan diri sebagai pribadi yang menarik perhatian orang lain sepanjang masa perkembangan. Fase topan dan badai yang dialami remaja membuat remaja belum

mampu menguasai dan memaksimalkan fungsi fisik dan psikis (Monks dkk., 1989). Hal inilah yang membuat remaja menjadi tidak puas dengan diri, suka membandingkan diri dengan orang lain, dan mengubah diri agar menjadi sama seperti orang lain (Djiwandono, 2002). Oleh karena itu remaja penggemar *anime* cenderung menghabiskan uang untuk membeli barang bertema *anime* agar mendapat perhatian dari teman-teman yang sehoobi. Hal ini tentu menjadi sebuah kebanggaan tersendiri bagi remaja penggemar *anime*.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi remaja sebagai konsumen, salah satunya adalah faktor kepribadian. Menurut Effendi (2016), kepribadian merupakan karakteristik psikologis yang menentukan dan menggambarkan bagaimana konsumen merespons lingkungannya. Remaja perlu memiliki kontrol diri yang baik dalam merespons lingkungannya. Chaplin (2014) mengungkapkan bahwa kontrol diri merupakan bagian dari kemampuan seseorang untuk menekan suatu perilaku impulsif. Pendapat lain dari Wallston (dalam Sarafino, 2006) menyatakan bahwa kontrol diri adalah perasaan individu bahwa ia mampu untuk membuat keputusan dan mengambil tindakan yang efektif untuk mendapatkan hasil yang diinginkan dan menghindari hasil yang tidak diinginkan. Kontrol diri disesuaikan dengan situasi dan kondisi dalam mengendalikan perilaku, menarik perhatian, dan keinginan untuk mengubah perilaku. Seseorang akan berusaha menampilkan perilaku yang dianggap tepat bagi diri sendiri dalam menghindari dampak negatif yang ditimbulkan saat berinteraksi dengan orang lain.

Selain kontrol diri, konformitas juga menjadi penyebab remaja berperilaku konsumtif. Konformitas terjadi apabila individu mengadopsi sikap atau perilaku orang lain karena merasa desak oleh orang lain, baik desakan nyata maupun hanya bayangan saja (Santrock, 2007). Hal ini sesuai dengan pernyataan Taylor dkk. (2009) bahwa seseorang yang tergabung dalam suatu kelompok cenderung lebih suka melakukan apa yang juga dilakukan oleh orang-orang dalam kelompok. Pengaruh konformitas sangat kuat di masa remaja. Berdasarkan hasil studi kasus yang telah dilakukan oleh Anjani (2017), bujukan dari kelompok yang sehoobi dapat mempengaruhi remaja penggemar *anime* untuk membeli *merchandise anime*, supaya sama dengan temannya. Salah satu subjek termotivasi membeli karena terpengaruh bujukan teman saat SMP dan langsung memutuskan membeli *merchandise anime* berdasarkan info *merchandise* yang diberikan.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan di atas, penelitian ini dilakukan untuk meneliti apakah kontrol diri dan konformitas memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif remaja akhir penggemar *anime* di kota Denpasar.

METODE PENELITIAN

Variabel dan Definisi Operasional

Variabel tergantung dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif serta variabel bebas dalam penelitian ini adalah kontrol diri dan konformitas. Definisi operasional dari masing-masing variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli tanpa disertai pertimbangan yang matang yang semata-mata dilakukan demi memberikan kesenangan tersendiri. Taraf perilaku konsumtif diukur menggunakan skala Perilaku Konsumtif (PK). Semakin tinggi skor total yang diperoleh, maka taraf perilaku konsumtif subjek semakin tinggi.

Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menekan atau mengendalikan emosi dan perilaku menyimpang agar dapat diterima secara sosial. Taraf kontrol diri diukur menggunakan skala Kontrol Diri (KD). Semakin tinggi skor total yang diperoleh, maka taraf kontrol diri subjek semakin tinggi.

Konformitas

Konformitas adalah kecenderungan seseorang untuk menyamakan sudut pandang dan melakukan tindakan yang sama dengan orang lain agar diterima dalam kelompok. Taraf konformitas diukur menggunakan skala Konformitas (KF). Semakin tinggi skor total yang diperoleh, maka taraf konformitas subjek semakin tinggi.

Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah remaja penggemar *anime* rentang usia 18-22 tahun di Denpasar. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil berdasarkan kriteria yang telah ditentukan antara lain subjek yang diambil berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, berusia 18-22 tahun, berstatus mahasiswa, dan merupakan penggemar *anime*. Penggemar *anime* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penggemar yang tahu tentang *anime* dan pernah membeli barang-barang bertema *anime* dalam setahun terakhir.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *cluster sampling*, yaitu pengambilan sampel yang

dilakukan pada kelompok. Jumlah skala yang disebar dalam proses pengambilan data secara *offline* dan *online* adalah 114 buah dan semuanya dapat dianalisis.

Pelaksanaan Penelitian

Penelitian secara *online* dilaksanakan pada bulan Oktober 2018 melalui kuesioner *online*, sedangkan penelitian secara *offline* dilaksanakan pada bulan November 2018 dengan membagikan kuesioner di STIBA Saraswati dan STD Bali.

Alat Ukur

Alat ukur penelitian ini menggunakan skala perilaku konsumtif, skala kontrol diri, dan skala konformitas. Skala perilaku konsumtif menggunakan aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Lina dan Rosyid (1997) dan indikator perilaku konsumtif yang disusun oleh Wardhani (2009). Skala kontrol diri menggunakan aspek kontrol diri yang dikemukakan oleh Averill (dalam Sarafino, 1994) dan indikator kontrol diri yang disusun oleh Rita (2010). Skala konformitas menggunakan aspek konformitas yang dikemukakan oleh Baron dan Bryne (2005) dan indikator konformitas yang disusun oleh Wardhani (2009). Masing-masing skala terdiri atas 30 item pernyataan berupa pernyataan favorabel dan unfavorabel. Skala dalam penelitian ini menggunakan empat pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Azwar (2013), suatu instrumen pengukuran dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Uji validitas konstruk dilakukan dengan melihat koefisien korelasi item total sebesar 0,3 dan apabila jumlah proporsi item tidak memenuhi setiap dimensi alat ukur, maka koefisien korelasi item total dapat diturunkan menjadi 0,25 (Azwar, 2014). Teknik pengukuran reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cronbach Alpha*.

Uji coba alat ukur dilaksanakan pada bulan Oktober dan November menggunakan kuesioner *online*. Ada 32 subjek yang berpartisipasi dalam uji coba penelitian ini dan seluruh kuesioner yang telah diisi dapat dianalisis lebih lanjut.

Hasil uji validitas skala perilaku konsumtif menunjukkan nilai koefisien korelasi item total yang valid berkisar antara 0,398 sampai 0,842. Hasil uji reliabilitas skala perilaku konsumtif

menunjukkan koefisien *Alpha* sebesar 0,936 yang berarti bahwa skala ini mampu mencerminkan mencerminkan 93,60% variasi yang terjadi pada skor murni subjek terkait, sehingga alat ukur dinyatakan layak digunakan untuk mengukur atribut perilaku konsumtif.

Hasil uji validitas skala kontrol diri menunjukkan nilai koefisien korelasi item total yang valid berkisar antara 0,436 sampai 0,718. Hasil uji reliabilitas skala perilaku konsumtif menunjukkan koefisien *Alpha* sebesar 0,738 yang berarti bahwa skala ini mampu mencerminkan mencerminkan 73,80% variasi yang terjadi pada skor murni subjek terkait, sehingga alat ukur dinyatakan layak digunakan untuk mengukur atribut kontrol diri.

Hasil uji validitas skala konformitas menunjukkan nilai koefisien korelasi item total yang berkisar antara 0,370 sampai 0,729. Hasil uji reliabilitas skala perilaku konsumtif menunjukkan koefisien *Alpha* sebesar 0,910 yang berarti bahwa skala ini mampu mencerminkan mencerminkan 91,00% variasi yang terjadi pada skor murni subjek terkait, sehingga alat ukur dinyatakan layak digunakan untuk mengukur atribut konformitas.

Teknik Analisis Data

Setelah semua data responden terkumpul, dilakukan analisis data berupa uji asumsi penelitian dan uji hipotesis. Uji asumsi penelitian menggunakan uji normalitas, uji linearitas, dan uji multikolinearitas. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Kolmogrov Smirnov*, uji linearitas dilakukan dengan melihat nilai *Compare Means*, dan uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) serta nilai *Tolerance*. Setelah uji asumsi dilakukan, data dianalisis menggunakan metode analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis mayor dan minor, dengan bantuan *software* SPSS 19.0.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah remaja akhir yang berusia 18-22 tahun dan merupakan penggemar *anime* yang saat ini tinggal di Denpasar saat penelitian dilakukan. Jumlah subjek yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 114 orang, dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 50 orang dan perempuan sebanyak 64 orang. Mayoritas subjek berusia 18 tahun sebanyak 42 orang. Mayoritas subjek yang mengisi kuesioner berasal dari STD Bali yaitu sebanyak 48 orang.

Deskripsi Data Penelitian

Hasil deskripsi data penelitian yaitu perilaku konsumtif, kontrol diri, dan konformitas dapat dilihat pada tabel 1 (terlampir).

Tabel tersebut menunjukkan bahwa mean teoritis perilaku konsumtif lebih besar daripada mean empiris sehingga terdapat perbedaan sebesar 10,13. Mean empiris yang diperoleh sebesar 55,71 yang berarti tingkat perilaku konsumtif subjek rendah. Rentang skor subjek berkisar antara 28 sampai dengan 85.

Demikian pula halnya dengan mean teoritis kontrol diri yang lebih kecil daripada mean empiris sehingga terdapat perbedaan sebesar 7,64. Mean empiris yang diperoleh sebesar 72,31 yang berarti tingkat kontrol diri subjek tinggi. Rentang skor subjek berkisar antara 52 sampai dengan 95.

Pada variabel konformitas menunjukkan bahwa mean teoritis konformitas lebih besar daripada mean empiris sehingga terdapat perbedaan sebesar 6,32. Mean empiris yang diperoleh sebesar 65,56 yang berarti tingkat konformitas subjek rendah. Rentang skor subjek berkisar antara 50 sampai dengan 89.

Uji Asumsi

Uji normalitas dilakukan dengan analisis *Kolmogorov Smirnov*. Syarat yang harus dipenuhi agar data dapat dikatakan berdistribusi normal adalah probabilitas data lebih besar dari pada 0,05. Tabel 2 menunjukkan bahwa data variabel perilaku konsumtif berdistribusi normal dengan nilai signifikansi sebesar 0,676 (sig>0,05). Data variabel kontrol diri berdistribusi normal dengan nilai signifikansi sebesar 0,576 (sig>0,05). Data variabel konformitas berdistribusi normal dengan nilai signifikansi sebesar 0,514 (sig>0,05). Berdasarkan hasil uji asumsi tersebut, dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian berdistribusi normal.

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan linear atau tidak secara signifikan. Dua variabel dikatakan memiliki hubungan linear apabila signifikansi *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05 (Azwar, 2013). Cara untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel linier atau tidak adalah dengan melihat *compare mean* menggunakan *test of linearity*. Hubungan dua variabel dikatakan linier apabila nilai signifikansi *Deviation from Linearity* yang lebih besar dari 0,05 (sig>0,05). Tabel 3 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara perilaku konsumtif dengan kontrol diri dilihat dari nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,184 (sig>0,05).

Begitu pula halnya dengan perilaku konsumtif dengan konformitas yang memiliki nilai signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,663 (sig>0,05). Berdasarkan hasil uji tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier antara perilaku konsumtif dengan kontrol diri dan konformitas.

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi (Azwar, 2013). Identifikasi multikolinearitas dapat diketahui dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance*. Nilai *Tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (VIF= 1/*Tolerance*). Jika nilai VIF ≤ 10 dan nilai *Tolerance* ≥ 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas pada tabel 4 menunjukkan bahwa variabel kontrol diri dan konformitas memiliki nilai *tolerance* dan nilai VIF sebesar 1,014 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian terkait variabel kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif. Kedua variabel bebas tidak mengalami multikolinearitas sehingga dapat dilakukan analisis regresi berganda dan parsial untuk menganalisis hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Tabel 6 menunjukkan bahwa F hitung adalah sebesar 2,437 dan signifikansi sebesar 0,092. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga ditarik kesimpulan bahwa kontrol diri dan konformitas tidak berhubungan secara simultan terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis lanjutan, yaitu uji regresi parsial.

Uji regresi parsial atau regresi sederhana dilakukan untuk melihat kontribusi yang dihasilkan masing-masing variabel bebas karena kontrol diri dan konformitas diketahui tidak memiliki hubungan secara simultan. Uji parsial masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 7 dan 8.

Tabel 7 menunjukkan bahwa F hitung sebesar 0,836 dan signifikansi sebesar 0,363. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga ditarik kesimpulan bahwa secara parsial, kontrol diri tidak memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif.

Tabel 8 menunjukkan bahwa F hitung sebesar 4,423 dan signifikansi sebesar 0,038, serta memiliki kontribusi sebesar 2,9% terhadap perilaku konsumtif. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05

sehingga ditarik kesimpulan bahwa secara parsial, konformitas memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif.

Tabel 9 menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki nilai t hitung sebesar $-0,064$ dan signifikansi sebesar $0,493$ ($p > 0,05$), sedangkan konformitas memiliki nilai t hitung sebesar $2,004$ dan signifikansi sebesar $0,047$ ($p < 0,05$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa konformitas berhubungan secara signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan kontrol diri tidak berhubungan secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Rangkuman hasil uji hipotesis mayor dan hipotesis minor dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 8.

PEMBAHASAN DAN KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, hasil analisis awal dengan menggunakan teknik regresi berganda menunjukkan bahwa kontrol diri dan konformitas tidak memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif secara simultan pada remaja penggemar *anime* di Denpasar, dibuktikan dari hasil uji regresi berganda yang menunjukkan nilai koefisien R sebesar $0,205$ serta nilai F hitung sebesar $2,437$ dengan taraf signifikansi $0,092$ ($p > 0,05$). Hal ini berarti kedua variabel bebas dianggap tidak memiliki hubungan secara simultan terhadap variabel terikat. Setelah dilakukan analisis lanjutan dengan uji regresi sederhana, didapat hasil bahwa konformitas yang memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan kontrol diri tidak memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung konformitas sebesar $4,423$ dan signifikansi sebesar $0,038$ ($p < 0,05$) serta kontribusi sebesar $2,9\%$. Sedangkan nilai F hitung kontrol diri sebesar $0,836$ dan signifikansi sebesar $0,363$ ($p > 0,05$).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri secara parsial tidak memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi sebesar $0,363$ ($p > 0,05$), sehingga hipotesis ditolak. Hal ini disebabkan karena kontrol diri tidak signifikan memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif, yang dapat dipengaruhi oleh instrument dalam mengali data yang kurang memadai dan membuat responden memilih hal-hal yang positif.

Wallston (dalam Sarafino, 2006) mengungkapkan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam membuat keputusan dan mengambil tindakan yang efektif untuk mendapatkan hasil yang

diinginkan dan menghindari hasil yang tidak diinginkan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat kontrol diri tinggi ($80,7\%$), artinya para remaja penggemar *anime*, terutama yang berstatus mahasiswa, dapat mengontrol dirinya ketika dihadapkan pada godaan untuk berperilaku konsumtif.

Pada variabel konformitas terdapat nilai signifikansi $0,038$ ($p < 0,05$) sehingga dapat dikatakan bahwa konformitas memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif secara parsial. Konformitas merupakan jenis pengaruh sosial yang melibatkan perubahan kepercayaan atau perilaku agar sesuai dengan kelompoknya (McLeod, 2007), yang berarti “menyerah pada tekanan kelompok”. Ketika ada perbedaan pendapat antara individu dengan kelompok, maka individu akan merasa tertekan dan berusaha untuk membaaur dengan kelompoknya (Pramesti, 2012). Apabila remaja memiliki konformitas yang tinggi, maka perilaku konsumtif yang dihasilkan juga tinggi. Sebaliknya, apabila remaja memiliki konformitas yang rendah, maka perilaku yang dihasilkan juga rendah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat konformitas sedang ($75,5\%$), yang berarti bahwa remaja penggemar *anime* tidak terlalu membaaur dengan kelompok, namun juga tidak menjauhinya. Bila dikaitkan dengan variabel terikat, perilaku konsumtif remaja penggemar *anime* tidak terlalu dipengaruhi oleh kelompoknya. Hal ini sesuai dengan hasil studi yang dilakukan oleh Rusich (dalam Hotpascaman, 2009), yaitu remaja yang telah memasuki masa akhir memiliki kemungkinan untuk mulai berpikir mandiri dan tidak terlalu bergantung pada orang lain. Namun hal ini tidak terlepas dari kemungkinan bahwa remaja berada dalam kelompok yang tidak memiliki perilaku konsumtif yang tinggi.

Berdasarkan pemaparan di atas, sebagian besar remaja akhir, khususnya yang menggemari *anime* di Denpasar, ternyata tidak berperilaku konsumtif terhadap hal-hal yang berhubungan dengan *anime*. Hal ini tidak terlepas dari kurangnya akses untuk memperoleh barang-barang bertema anime. Tempat yang menjual barang-barang tersebut tidak banyak dijumpai di kota. Selain itu, aktivitas untuk berkumpul dengan sesama penggemar *anime* juga tidak begitu sering dilakukan dan hanya terbatas pada event tertentu, seperti festival budaya Jepang yang diselenggarakan tahunan oleh universitas. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penulis dengan salah satu remaja penggemar

HUBUNGAN KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS

anime, niat untuk membeli barang-barang bertema *anime* cukup tinggi ketika masih bersama dengan kelompok yang juga menggemari *anime*. Tendensi untuk membeli menjadi berkurang saat berpisah dari temannya (Anjani, 2017).

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan, terdapat hasil bahwa hasil analisis lanjutan menunjukkan bahwa konformitas secara parsial memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar *anime*, sedangkan kontrol diri secara parsial tidak memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar *anime*. Remaja penggemar *anime* di Denpasar memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi dan perilaku konsumtif yang rendah, serta tingkat konformitas yang sedang.

Saran yang dapat diberikan bagi remaja penggemar *anime* yaitu remaja diharapkan untuk mempertahankan serta meningkatkan kontrol diri. Remaja diharapkan sebisa mungkin mengembangkan sikap dan perilaku selektif dalam mengikuti gaya hidup sebagai penggemar *anime*.

Saran yang dapat diberikan bagi orang tua yang memiliki anak remaja yang menggemari *anime* yaitu Saran penelitian untuk orang tua remaja, hendaknya memperhatikan kondisi perkembangan remaja dengan cara memahami hobi dan lingkungan pergaulannya. Orang tua diharapkan dapat membimbing anak remajanya untuk melakukan hobi yang disukai namun tetap mengarah pada hal-hal yang bermanfaat, seperti menggambar, membuat animasi, dan lain sebagainya.

Saran bagi peneliti selanjutnya yaitu menambah variabel lain yang lebih relevan. Skala yang dipakai dalam penelitian dapat diganti dengan skala lain yang lebih relevan dengan perkembangan remaja saat ini. Subjek penelitian dipastikan benar-benar memenuhi kriteria agar penelitian dapat berjalan dengan lancar dan mempertimbangkan data demografi yang konsisten mengenai biodata subjek sehingga benar-benar memenuhi kriteria penelitian yang dirumuskan. Metode pengambilan sampel dapat diganti dengan metode lain seperti *purposive sampling* atau *accidental sampling*.

DAFTAR PUSTAKA

- Acocella, J. R., & Calhoun, J. F. (1990). *Psychology of adjustment human relationship*. New York: McGraw-Hill.
- Aditya, R. (2017). *7 dampak negatif akibat terlalu sering nonton anime yang perlu kamu tahu*. IDN Times. Diperoleh dari https://hype.idntimes.com/fun-fact/rizal/akibat-terlalu-sering-nonton-anime?utm_source=lineND&utm_medium=lineND&utm_campaign=lineND/full, diakses pada tanggal 20 April 2017.
- Allen, J. (2015). *Discovering art: anime and manga*. United States: ReferencePoint Press, Inc.
- Anonim. (2013). *Sejarah anime*. Diperoleh dari http://www.animindo.net/wp-content/uploads/2013/02/sejarah_anime.pdf, diakses pada tanggal 22 April 2017.
- Ancok, D. (1995). *Nuansa psikologi pembangunan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anjani, P.S. (2017). *Laporan studi pendahuluan: Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif remaja penggemar anime*. Denpasar.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asmi, E. M. (2016). *Analisis gaya hidup otaku mahasiswa di Jakarta dalam membentuk keputusan pembelian action figure* (Skripsi). Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.
- Atwater, E. (1983). *Psychology of adjustment*. United States of America: Prentice-Hall, Inc.
- Azwar, S. (2015). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2016). *Penyusunan skala psikologi, Edisi II*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Balisoulmate. (2014). *Dewata cosplay*. Diperoleh dari balisoulmate.com/news/dewata-cosplay diakses pada tanggal 22 April 2017.
- Baron, R. A., Bryne, D. (2005). *Psikologi sosial jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Brenner, R. E. (2007). *Understanding manga and anime*. London: Greenwood Publishing Group, Inc.
- Cavallaro, D. (2010). *Anime and the art of adaptation: eight famous work from page to screen*. United States: McFarland & Company, Inc.
- Chaplin, J. P. (2014). *Kamus psikologi lengkap*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Damayanti, A. M. (2014). *Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi indekost mewah di Kecamatan Kartasura* (Naskah publikasi). Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- De Boer, B. J., Van Hooft, E. A. J., & Bakker, A. B. (2010). Stop and start control: a distinction within self-control. *European Journal of Personality*, 25, 349-362. Doi: 10.1002/per.796.
- Deliarinov, (2007). *Ilmu pengetahuan sosial: ekonomi untuk SMP dan Mts kelas VII*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi konsumen*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Engel. (2002). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W. (2014). The factors that influenced consumptive behavior: a survey of university students in Jakarta. *International Journal of Scientific and Research Publications, Volume 4, Issue 1, January 2014*.

- Estetika, M. (2017). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa perempuan kelas XII IPS* (Naskah publikasi). Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Untan Pontianak.
- Fromm, E. (1995). *Masyarakat yang sehat*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Gunarsa, S. D. (2004). *Bunga rampai psikologi perkembangan dari anak sampai usia lanjut*. Jakarta: PT. BPK Gunung Mulia.
- Hariyono, P. (2015). Hubungan gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja siswa sekolah menengah atas negeri 5 Samarinda. *eJournal Psikologi Vol.3 (2)*, 569-578.
- Haryani, I., Herwanto, J.. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasisiwi. *Jurnal Psikologi Vol. 11, No.1, Juni 2015*.
- Hidayah, R.W. (2015). *Perilaku konsumtif dalam membeli produk fashion pada mahasiswa putri di Surakarta* (Naskah publikasi). Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hotpascaman. (2010). *Hubungan antara perilaku konsumtif dengan konformitas pada remaja* (Skripsi). Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.
- Ihandoko. (2017). *Inilah dampak positif budaya anime pada remaja*. Jackvas. Diperoleh dari <https://jackvas.id/inilah-dampak-positif-budaya-anime-pada-remaja/>, diakses pada tanggal 20 April 2017.
- King, L. A. (2010). *Psikologi umum: sebuah pandangan apresiatif jilid 2*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran edisi sebelas jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Kurniawati, M. (2012). Kelompok acuan remaja: faktor konsumsi produk *food supplement*. *Phronesis Jurnal Ilmiah Psikologi Industri dan Organisasi*. 53-64.
- Lina, L., Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan *locus of control* pada remaja. *Jurnal Psikologika No.4 Tahun II 1997*.
- MacWilliams, M.W. (2015). *Japanese visual culture*. United States of America: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.
- Mardalis, (2014). *Metode penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mangkunegara, A. P. (2002). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mauludiyah. (2015). *Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa* (Skripsi). Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- McLeod, S. (2007). *What is conformity?* Diperoleh dari <https://www.simplypsychology.org/conformity.html>, diakses pada tanggal 21 Mei 2017.
- Millah, I. (2018). *Psikologi anime: Studi deskriptif pada komunitas anime UIN Maulana Malik Ibrahim Malang* (Skripsi). Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Navila, A. (2016). *Perkembangan fisik, mental dan kognitif di masa remaja*. Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Nugroho, P.A., Hendrastomo, G. (2017). *Anime sebagai budaya populer* (Studi pada komunitas anime di Yogyakarta). *Jurnal Pendidikan Sosiologi*. Jurusan Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta.
- Purfitasari, S. (2009). *Gaya hidup penggemar manga dan anime (Studi tentang mahasiswa penggemar manga dan anime di Universitas Sebelas Maret Surakarta)* (Skripsi). Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Sebelas Maret.
- Rita, W. (2010). *Hubungan antara kontrol diri dengan gaya hidup konsumtif pada mahasiswa di SMA Wachid Hasyim 2 Taman Sidoarjo* (Skripsi). Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Sanrock, J. W. (2007). *Remaja, edisi 11 (jilid 1 & 2)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sarafino, E. P. (2012). *Applied behavior analysis: Principles and procedures for modifying behavior*. United States: John Wiley & Sons, Inc.
- Sarwono. S. W. (2015). *Psikologi remaja*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Solomon. M. R. (2011). *Consumer behavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Surbakti, E. B. (2009). *Kenalilah anak remaja anda*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2009). *Psikologi sosial*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Thalib, S. B. (2010). *Psikologi pendidikan berbasis analisis empiris aplikatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Tripambudi, B., Indrawati, E. S. (2018). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian gadget pada mahasiswa teknik industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati, April 2018, Vol. 7 (2)*, 189.
- Triyaningsih, S. L. (2011). Dampak online marketing melalui Facebook terhadap perilaku konsumtif masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*.
- Wardhani, M. D. (2009). *Hubungan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri* (Skripsi). Surakarta: Fakultas Kedokteran Program Studi Psikologi Universitas Sebelas Maret.
- Venkatesan, (1966). Experimental study of consumer behavior conformity and independence. *Journal*

HUBUNGAN KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS

- of Marketing Research, Vol. III (November 1966), 384-7.*
- Yuliantari, M. I., Herdiyanto, Y. K. (2015). Hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana 2015 Vol. 2, No. 1, 89-99.*

LAMPIRAN

Tabel 1

Deskripsi data penelitian

Variabel	N	Mean Teoritis	Mean Empiris	SD Teoritis	SD Empiris	Sebaran Teoritis	Sebaran Empiris
PK	114	70	55,71	14	10,13	28 – 112	28 – 85
KD	114	62,5	72,31	12,5	7,64	25 – 100	52 – 95
KF	114	67,5	65,56	13,5	6,32	27 – 108	50 – 89

Tabel 2

Uji normalitas data penelitian

Variabel	Signifikasi	Keterangan
Perilaku Konsumtif	0,676	Normal
Kontrol Diri	0,576	Normal
Konformitas	0,514	Normal

Tabel 3

Uji linearitas data penelitian

Variabel	Signifikansi Deviation from Linearity	Signifikansi Linearity	Keterangan
Perilaku Konsumtif*Kontrol Diri	0,184	0,345	Linier
Perilaku Konsumtif*Konformitas	0,663	0,042	Linier

Tabel 4

Uji multikolinearitas data penelitian

Variabel	Tolerance	Variance Inflation Factor (VIF)	Keterangan
Kontrol Diri	0,987	1,014	Tidak terjadi multikolinearitas
Konformitas	0,987	1,014	Tidak terjadi multikolinearitas

HUBUNGAN KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS

Tabel 5

Hasil uji regresi berganda data penelitian

Variabel	R	R Square
Kontrol Diri dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif	0,205	0,042

Tabel 6

Hasil uji regresi berganda signifikansi F

df	Mean Square	F	Sig.
2	244.292	2.437	.092 ^a
111	100.224		
113			

Tabel 7

Hasil analisis lanjutan

(Kontrol Diri)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	86.027	1	86.027	.836	.363 ^a
	Residual	11527.420	112	102.923		
	Total	11613.447	113			

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Tabel 8

Hasil analisis lanjutan

(Konformitas)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	441.181	1	441.181	4.423	.038 ^a
	Residual	11172.266	112	99.752		
	Total	11613.447	113			

a. Predictors: (Constant), Konformitas

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Tabel 9

Hasil uji regresi berganda nilai koefisien beta dan nilai T variabel kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif

Model	Unstandarized Coefficients B	Standarized Coefficient Beta	t	Sig.
(Constant)	42,170		2,994	0,003
Kontrol Diri	-0,085	-0,064	-0,688	0,493
Konformitas	0,301	0,187	2,004	0,047

Tabel 10

Rangkuman hasil uji hipotesis penelitian

No.	Hipotesis	Hasil
1.	Hipotesis Mayor: Kontrol Diri dan Konformitas Berhubungan terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar <i>Anime</i> di Denpasar.	Ditolak
2.	Hipotesis Minor:	
	a. Kontrol Diri Berhubungan terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar <i>Anime</i> di Denpasar.	Ditolak
	b. Konformitas Berhubungan terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar <i>Anime</i> di Denpasar.	Diterima