

Pola Asuh Orangtua terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar KPOP

Zahra Ziadhatun Nisa

Universitas Negeri Jakarta

Dian Alfia Purwandari

Universitas Negeri Jakarta

Sujarwo

Universitas Negeri Jakarta

Alamat: Jakarta, Indonesia

Korespondensi penulis: zahrana2270@gmail.com

Abstract. *The phenomenon of globalization is the development of kpop culture which then forms kpop fans dominated by teenagers who tend to do consumptive behavior. Parenting styles is one of the factors that can influence consumptive behavior in children. This study aims to determine the relationship between parenting style and consumptive behavior of adolescent kpop fans at SMP Negeri 92 Jakarta. The method used was quantitative with a sample of 47 teenage kpop fans, sampling using purposive sampling techniques. The results showed that there is a relationship between parenting styles and the consumptive behavior of teenagers who are kpop fans at SMP Negeri 92 Jakarta.*

Keywords: *Consumptive Behavior, Parenting Styles*

Abstrak. Fenomena globalisasi yakni berkembangnya budaya kpop yang kemudian membentuk penggemar kpop didominasi oleh remaja yang cenderung melakukan perilaku konsumtif. Pola asuh orang tua menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada anak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan pola asuh orangtua terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar kpop di SMP Negeri 92 Jakarta. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan sampel sejumlah 47 remaja penggemar kpop, pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pola asuh orangtua dan perilaku konsumtif remaja penggemar kpop di SMP Negeri 92 Jakarta

Kata kunci: Perilaku Konsumtif, Pola Asuh Orangtua

LATAR BELAKANG

Fenomena globalisasi yang selalu disukai berbagai kalangan ialah gelombang korea atau budaya korea. Budaya korea diperkenalkan ke indonesia dengan berbagai macam bentuk seperti musik, makanan, drama, film dan lainnya. Tidak hanya di Indonesia, budaya ini menyebar ke seluruh dunia. Penyebaran kebudayaan korea ke tingkat dunia biasa disebut dengan hallyu, yang kemudian menyebar ke isu-isu internasional. Isu hallyu korea ini telah masuk ke Indonesia pada tahun 2010 ketika yang menyita perhatian yaitu musik dari korea yang disebut dengan KPOP. Berkembangnya kpop ini membentuk penggemar menjadi beberapa kelompok sesuai dengan boyband atau girlband kesukaannya. Penggemar tersebut memiliki nama sendiri sesuai dengan kelompok idolanya atau biasa disebut dengan penggemar KPOP.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Korean Culture and Information Service (KOCIS) tahun 2022 tentang penggemar KPOP, hasilnya diperoleh 66% penggemar berusia 20 tahunan, 18% berusia 30 tahunan, 8% berusia 40 tahunan, 6% berusia 50 tahunan, dan 2% berusia 60 tahunan (Hidayati & Indriana, 2022). Dalam survey lain yang dilakukan oleh dengan 100 penggemar KPOP di Indonesia bahwa 57% penggemar remaja dan dewasa awal berusia 12-20 tahun, 42% penggemar dewasa berusia 21-30 tahun dan 1 % penggemar diatas 30 tahun (Dinda et al, 2022). Remaja menjadi rentang usia yang banyak menjadi penggemar kpop, hal ini dikarenakan remaja berada di masa transisi untuk menemukan jati dirinya dan mereka berusaha untuk terlepas dari orangtuanya dengan melakukan apapun yang mereka sukai.

Sebab banyak hal menarik yang dibawa oleh kpop, membuat remaja menaruh minat pada kpop karena merasa menemukan hal yang mereka sukai. Perilaku yang seringkali ditemukan pada remaja penggemar kpop yakni mengoleksi berbagai hal yang berhubungan dengan idol atau biasanya (Durandt & Wibowo, 2021). Menurut Hidayati & Indriana, (2022) barang-barang yang dikoleksi mulai dari album, baju, poster idola, *merchandise*, *photocard*, dan tiket konser idola. Kemudian barang lain atau merchandise kpop yang berbau tentang idolnya, seperti *lightstick*, *stiker*, tas, kalung, *keyring*, *standing figure*, dan lainnya (Fadillah & Ratnasari, 2023).

Penelitian dari Wulandari et al., (2018) peserta didik atau biasa disebut juga sebagai remaja banyak mengoleksi barang-barang bernuansa idolnya, membeli kuota internet untuk tidak tertinggal informasi terbaru mengenai idola, dan membeli tiket konser demi bertemu dengan idola. Pembelian yang berlebihan membuat seseorang melakukan tindakan tidak masuk akal seperti pembelian dilakukan tidak hanya sekedar untuk mendukung sang idola, namun pembelian dilakukan berulang kali sebagai bentuk sumber kebahagiaan serta pemuas untuk diri

sendiri. Pembelian berlebihan dapat memicu pemborosan dan pembelian secara berulang dapat dikategorikan sebagai pembelian impulsif. Pemborosan dan pembelian impulsive ialah penyebab dari perilaku konsumtif, maka pembelian yang dilakukan secara berlebihan dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif (Farhan, 2022).

Menurut Faisati et al., (2018) perilaku manusia yang konsumtif yaitu mengonsumsi barang atau jasa tanpa didasarkan pada pertimbangan yang masuk akal tetapi karena suatu keinginan yang harus dicapai sehingga ada di tingkat tidak masuk akal untuk mendapatkannya. Fromm, (2017) perilaku tersebut sering dilakukan secara berlebihan sebagai daya upaya untuk mendapatkan kesenangan, meskipun sebenarnya kesenangan yang didapat bersifat sementara. Kemunculan perilaku konsumtif disebabkan karena keinginan sesaat dalam membeli suatu barang lebih dari satu hanya untuk mencari kesenangan dan kepuasan tersendiri secara emosional sehingga menjadi suatu hobi. Karena hobi, rasa cinta dan kesetiaan terhadap idolanya, penggemar rela melakukan apapun termasuk menghabiskan uangnya.

Keluarga merupakan bagian dari faktor sosial yang memiliki pengaruh paling besar terhadap pembelian konsumen. Keluarga yang dimaksud yaitu terdiri dari kedua orang tua dan saudara kandung (Hadyanti & Widodo, 2022). Dewi et al., (2017) menemukan orang tua memiliki peranan penting dalam memberikan perhatian kepada anak dan mereka juga berperan dalam memberikan contoh bagi anak terkait masalah gaya hidup sehingga anak dapat mengurangi perilaku konsumtifnya karena semakin rendah lingkungan keluarga maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Tentunya pola asuh orang tua menjadi salah satu faktor sosial yang dapat mempengaruhi pola perilaku konsumtif pada anak.

Berdasarkan hasil pra penelitian di SMP Negeri 92 Jakarta pada bulan November 2023, didapatkan sebanyak 53 responden dimana 75,5% (40 responden) memiliki pola asuh orang tua yang membebaskan mereka menjadi penggemar kpop dan 24,5% (13 responden) memiliki pola asuh yang tidak dibebaskan orang tuanya.



Gambar 1. Pola Asuh Orang Membebaskan Anak Menjadi Penggemar Kpop

Kemudian ditemukan alasan pembelian barang berbau idolanya yaitu 75,5% (40 responden) membeli karena mencari kesenangan, 26,4% (14 responden) membeli karena keinginan sesaat, 18,9% (10 responden) membeli karena mencari kepuasan dan 17% (9

responden) membeli tanpa pertimbangan. Melihat adanya pola asuh orangtua yang mampu memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif peserta didik yang termasuk kategori remaja di lingkungan sekolah khususnya di SMP Negeri 92 Jakarta, maka permasalahan tersebut diteliti dengan judul “Hubungan Pola Asuh Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Penggemar KPOP di SMP Negeri 92 Jakarta”

KAJIAN TEORITIS

Menurut Riany et al., (2018) pola asuh orangtua merupakan sikap dan perilaku yang orang tua implementasikan dalam rangka memelihara, merawat, membimbing, melatih dan memberikan pengaruh pada anak. Menurut Fadillah & Ratnasari, (2023) perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang dan jasa yang tidak memperhitungkan manfaatnya dalam jumlah yang berlebihan bertujuan hanya untuk mencari kesenangan semata.

Penelitian Hadyanti & Widodo, (2022) mengenai Pola Asuh Permisif Dan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling Di Universitas Sanatha Dharma menunjukkan semakin tinggi intensitas pola asuh permisif orang tua maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswa. Selain itu sejalan dengan penelitian Fransisca, (2017) mengenai hubungan Antara Pola Asuh Permisif Dengan Perilaku Konsumtif Produk Lifestyle Bermerek Pada Emerging Adulthood menunjukka hubungan yang signifikan antara pola asuh permisif dengan perilaku konsumtif.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis dari metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif sebagai metode ilmiah yang telah memenuhi kaidah ilmiah mencakup empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis. (Sugiyono, 2019).

Subyek Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah peserta didik SMP Negeri 92 Jakarta yang berada pada usia remaja yaitu 12-16 tahun dan merupakan penggemar kpop yang berjumlah 53 responden berdasarkan pra penelitian yang dilakukan pada bulan November 2023. Sampel penelitian ini adalah 47 dari 53 peserta didik SMP Negeri 92 Jakarta. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan teknik purposive sampling. Kriteria tersebut mencakup peserta didik di SMP Negeri 92 Jakarta yang berada di usia remaja 12-16 tahun dan merupakan penggemar kpop.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan bentuk instrumen berupa angket untuk mendapatkan data dari variabel bebas (pola asuh orangtua) dan variabel terikat (perilaku konsumtif).. Instrumen pada penelitian menggunakan *Parenting Styles And Dimensions Questionnaire Scale* yang telah di terjemahkan oleh Riany et al., (2018) untuk mengukur variabel pola asuh orangtua, terdapat 15 aitem pernyataan pada variable bebas (pola asuh orangtua). Kemudian pada variable terikat (perilaku konsumtif) menggunakan *Consumptive Behavior Scale* oleh Fadillah & Ratnasari, (2023) yang memiliki 12 aitem pernyataan

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik analisis berupa uji prasyarat analisis yakni uji normalitas dan uji linearitas dan pengujian hipotesis yakni dengan koefisien korelasi produk momen, regresi linear sederhana dan koefisien determinasi. Pengujian data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS 29.0 for Windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis penelitian dilakukan menggunakan bantuan aplikasi atau software SPSS, dengan hasil analisis sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Kategorisasi Varibel Pola Asuh Orangtua

No	Interval	Frekuensi	Persentase(%)	Kategori
1.	$X \geq 45$	8	17	Pola Asuh Orangtua Tinggi
2.	$30 \leq X < 45$	37	79	Pola Asuh Orangtua Sedang
3.	$X < 30$	2	4	Pola Asuh Orangtua Rendah
Total		47	100	

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa dari total 47 siswa/I di SMPN 92 Jakarta yang merupakan remaja penggemar kpop memiliki pola asuh orangtua yang termasuk kategori sedang. Hal ini dibuktikan bahwa 79% siswa/I di SMPN 92 Jakarta memiliki pola asuh orangtua yang berada dalam kategori sedang dan 17% siswa/I di SMPN 92 Jakarta memiliki pola asuh orangtua tinggi.

Tabel 2. Distrisbusi Kategorisasi Dimensi Variabel Pola Asuh Orangtua

Variabel	Dimensi	Kategori					
		Tinggi		Sedang		Rendah	
		F	%	F	%	F	%
Pola Asuh Orangtua	<i>Authoritative</i>	7	15	37	79	3	6
	<i>Authoritarian</i>	14	30	25	53	8	17
	<i>Permissive</i>	17	36	28	60	2	4

Berdasarkan Tabel 2 dapat dideskripsikan urutan hasil skor tertinggi pada kategorisasi dimensi variabel pola asuh orangtua (variabel X) diantaranya, skor tertinggi pertama yaitu dimensi *authoritative* dengan skor sebanyak 79% yang termasuk dalam kategori sedang. Skor tertinggi kedua yaitu dimensi *permissive* dengan skor sebanyak 60% yang termasuk dalam kategori sedang. Sementara itu, ketiga diperoleh dimensi dimensi *authoritarian* dengan skor sebanyak 53% yang termasuk dalam kategori sedang.

Tabel 3. Hasil Kategorisasi Variabel Perilaku Konsumtif

No	Interval	Frekuensi	Persentase (%)	Kategori
1.	$X \geq 36$	5	11	Perilaku Konsumtif Tinggi
2.	$24 \leq X < 36$	32	68	Perilaku Konsumtif Sedang
3.	$X < 24$	10	21	Perilaku Konsumtif Rendah
Total		47	100	

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa dari total 47 siswa/I di SMPN 92 Jakarta yang merupakan remaja penggemar kpop memiliki perilaku konsumtif yang termasuk kategori tinggi. Hal ini dibuktikan bahwa 68% siswa/I di SMPN 92 Jakarta memiliki perilaku konsumtif yang berada dalam kategori sedang dan 21% siswa/I di SMPN 92 Jakarta memiliki pola asuh orangtua tinggi.

Tabel 4. Distribusi Kategorisasi Dimensi Perilaku Konsumtif

Variabel	Dimensi	Kategori					
		Tinggi		Sedang		Rendah	
		F	%	F	%	F	%
Perilaku Konsumtif	<i>Impulsive Buying</i>	12	26	25	53	10	21
	<i>Wasteful Buying</i>	17	36	24	51	6	13
	<i>Non-Rational Buying</i>	3	6	26	55	18	38

Berdasarkan Tabel 4 dapat dideskripsikan urutan hasil skor tertinggi pada kategorisasi dimensi variabel perilaku konsumtif (variabel Y) diantaranya, skor tertinggi pertama yaitu dimensi *non rational buying* dengan skor sebanyak 55% yang termasuk dalam kategori sedang.

Sementara itu, skor tertinggi kedua diperoleh dimensi *impulsive buying* dengan skor sebanyak 53% yang termasuk dalam kategori sedang. Skor tertinggi ketiga diperoleh oleh dimensi *wasteful buying* dengan skor sebanyak 51% yang termasuk dalam kategori sedang.

1. Uji Prasyarat Analisis Data

a) Uji Normalitas

Langkah berikutnya yaitu uji prasyarat analisis. Langkah pertama uji prasyarat analisis yaitu uji normalitas yang memiliki tujuan untuk mengetahui sebaran data pada sebuah kelompok data sampel yang diteliti berdistribusi dengan normal atau tidak dengan menggunakan uji Shapiro Wilk > 0.05

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

	Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.
Pola Asuh Orangtua	.977	47	.492
Perilaku Konsumtif	.972	47	.326

Pada Tabel 5 menunjukkan hasil uji normalitas dengan nilai signifikansi pola asuh orangtua sebesar ($\text{Sig} = 0,492$) $> 0,05$ dan nilai signifikansi perilaku konsumtif ($\text{Sig} = 0,326$) $> 0,05$ maka data perilaku konsumtif dan data pola asuh orangtua berdistribusi normal. Hal tersebut dapat dikatakan asumsi uji normalitas telah terpenuhi.

Uji Linearitas

Uji linearitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dua variabel yang mencakup variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) terdapat hubungan atau pola linear atau tidak.

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Pola Asuh Orangtua	Between Groups	(Combined)	1499.180	19	78.904	2.146	.034
		Linearity	834.358	1	834.358	22.694	.000
		Deviation from Linearity	664.822	18	36.935	1.005	.484

Pada Tabel 6 menunjukkan hasil uji linearitas dengan nilai signifikansi ($\text{Sig} = 0,484$) $> 0,05$ maka H_0 diterima artinya terdapat hubungan yang linear antara pola asuh orangtua terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar kpop di SMP Negeri 92 Jakarta.

2. Uji Hipotesis

Tujuannya adalah untuk melihat hipotesis penelitian ini diterima atau ditolak. Uji hipotesis ini juga berfungsi untuk pengambilan kesimpulan dari pengaruh kedua variabel (dependen dan independen). Uji yang dilakukan yaitu uji koefisien korelasi produk momen, analisis regresi linear sederhana dan uji koefisien determinasi.

a) Uji Koefisien Korelasi Product Momen

Koefisien korelasi produk momen memiliki tujuan melihat hubungan dua variabel yaitu variabel pola asuh orangtua dan perilaku konsumtif dengan uji korelasi Pearson. Hasil hubungan antara variabel bebas pola asuh orangtua (X) terhadap variabel terikat perilaku konsumtif (Y) berupa positif atau negatif.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Korelasi Produk Momen

Correlations			
		Pola Asuh Orangtua	Perilaku Konsumtif
Pola Asuh Orangtua	Pearson Correlation	1	.579**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	47	47
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.579**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	47	47

Pada Tabel 7 menunjukkan pola asuh orangtua dengan perilaku konsumtif pada taraf signifikan 5% memiliki nilai signifikan sebesar $(0,000) < 0,05$ maka dapat diartikan pola asuh orangtua memiliki korelasi dengan perilaku konsumtif. Kemudian nilai pearson correlation menunjukkan besarnya nilai korelasi (r) pada penelitian ini adalah 0,579 yang berarti keduanya memiliki korelasi positif dan berada pada rentang sedang. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila pola asuh orangtua semakin tinggi maka perilaku konsumtif akan meningkat.

b) Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana memiliki tujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat yang positif atau negatif dan memperkirakan nilai dari variabel terikat mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.986	6.216		.159
	Pola Asuh Orangtua	.759	.159	.579	4.759

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Pada Tabel 8 menunjukkan nilai t yang diketahui nilai t_{hitung} sebesar $4,759 > t_{tabel} 2,014$ dan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa H_a diterima variabel pola asuh orangtua (X) berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif (Y).

Kemudian pada tabel diatas menunjukkan nilai constanta (a) sebesar 0,986 sedangkan nilai variabel pola asuh orangtua (X) sebesar 0,759 sehingga persamaan regresi yang dikemukakan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,986 + 0,759X$$

Berdasarkan persamaan regresi yang diperoleh memiliki makna konstanta sebesar 0,986 dengan makna nilai konsisten variabel perilaku konsumtif sebesar 0,986 dan koefisien regresi X sebesar 0,759 yaitu setiap penambahan 1% nilai pola asuh orangtua, maka nilai perilaku konsumtif bertambah sebesar 0,759. Koefisien regresi tersebut memiliki nilai positif, sehingga dapat dikatakan variabel pola asuh orangtua (X) dan variabel perilaku konsumtif (Y) saling memiliki hubungan satu sama lain.

c) Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.579 ^a	.335	.320	6.069

a. Predictors: (Constant), Pola Asuh Orangtua

Pada Tabel 9 menunjukkan nilai koefisien determinasi (R) Square intensitas postingan Instagram adalah sebesar 0,579 yang bersumber dari perhitungan nilai koefisien korelasi (r) sebagai berikut:

$$KD = (r_{xy}^2) \times 100\%$$

$$KD = (0,579)^2 \times 100\% = 33,5\%$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien determinasi perilaku konsumtif sebesar 0,335 yang dapat diartikan bahwa pola asuh orangtua dapat menjelaskan perilaku konsumtif sebesar 33,5% dan terdapat sisa sekitar 66,5% dijelaskan oleh variabel lain selain pola asuh orangtua. Nilai koefisien determinasi termasuk tingkatan rendah karena terdapat pada interval 20 % – 39,9 %.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan pola asuh orangtua terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar kpop di SMP Negeri 92 Jakarta. Berdasarkan hasil perhitungan sampel, diperoleh 47 responden sebagai minimal sampel pada penelitian ini untuk mewakili populasi dari hasil pra penelitian yakni 53 responden. Maka, sampel penelitian yang terdiri dari 47 responden akan dilakukan uji prasyarat analisis.

Penelitian ini memiliki dimensi yang digunakan dalam mengukur variabel pola asuh orangtua (X) terdiri dari 3 dimensi yang mencakup *authoritative*, *authoritarian*, dan *permissive*. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti kepada remaja penggemar kpop yang ada di SMP Negeri 92 Jakarta diketahui sebagian besar responden menunjukkan pola asuh orangtua dalam kategori “sedang”. Dimensi *authoritative* yang diperoleh 79% dan skor termasuk kategori “sedang”. Berdasarkan kuesioner yang dilakukan oleh peneliti, variabel pola asuh orangtua diperoleh skor tertinggi pertama pada dimensi *authoritative*. Item kuesioner tersebut diperoleh hasil bahwa remaja penggemar kpop di SMP Negeri 92 Jakarta mendapatkan pengasuhan yang mandiri dari orangtua namun tetap dikontrol segala tindakannya.

Setelah itu, diikuti oleh dimensi *permissive* yang dapat dilihat dari remaja penggemar kpop di SMP Negeri 92 Jakarta mendapatkan pola asuh orangtua yang mendorong anaknya agar mampu mandiri namun orangtua tetap mengontrol tindakan anak yang menunjukkan skor persentase diperoleh hasil sebesar 60%. Hal tersebut dapat dilihat dari remaja penggemar kpop yang memiliki pola asuh orangtua *permissive* di SMP Negeri 92 Jakarta yakni orangtua mereka bersikap positif dengan menerima perilaku dan keinginan anak serta membebaskan kehidupan anak.

Pada urutan terakhir berada pada dimensi *authoritarian* diperoleh skor persentase sebesar 53%. Dimensi *authoritarian* ini menunjukkan gambaran pengasuhan orangtua dengan menanamkan kedisiplinan yang sangat keras dan mengawasi kegiatan anak secara ketat.

Dimensi ini memiliki skor terendah pada penelitian ini yang terdapat pada variabel pola asuh orangtua (X). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada remaja penggemar kpop di SMP Negeri 92 Jakarta berdasarkan mean teoritik dan standar deviasi dengan jumlah skor yang diperoleh menunjukkan pola asuh orangtua berada pada kategori yang sedang.

Tentu saja pola asuh orang tua menjadi salah satu faktor sosial yang dapat mempengaruhi pola perilaku konsumtif remaja penggemar kpop, mereka melakukan perilaku konsumtif yang berbeda dengan tiap pola asuh yang orangtuannya terapkan. Pada variabel perilaku konsumtif (Y) peneliti menggunakan kuesioner dalam mengukur variabel perilaku konsumtif yang terdiri dari 3 dimensi menurut Fadillah dan Ratnasari antara lain *impulsive buying*, *wasteful buying* dan *non – rational buying* (Fadillah & Ratnasari, 2023). Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada remaja penggemar kpop di SMP Negeri 92 Jakarta, diperoleh dimensi dengan skor persentase sebesar 55% yakni dimensi *non rational buying* yang termasuk dalam kategori sedang. Dimensi *non – rational buying* pada sebagian besar remaja penggemar kpop memiliki perilaku membeli barang yang tidak bernilai kebutuhan karena bersifat emosional.

Selain itu diikuti oleh dimensi *impulsive buying* diperoleh skor persentase sebesar 53% yang termasuk dalam kategori sedang. Sebagian besar remaja penggemar kpop juga memiliki perilaku membeli barang tanpa adanya pertimbangan atau dilakukan secara spontan. Hal tersebut dapat dilihat dari remaja penggemar kpop di SMP Negeri 92 Jakarta yang mampu melakukan pembelian barang karena kemasan barang menarik dan ingin mengejar hadiah dari pembelian tersebut.

Selanjutnya yang berada pada urutan terakhir yaitu diperoleh oleh dimensi *wasteful buying* dengan skor persentase sebesar 51% yang termasuk dalam kategori sedang. Dimensi ini memiliki skor terendah pada penelitian ini yang terdapat pada variabel perilaku konsumtif (Y). Dimensi *wasteful buying* ini memiliki gambaran remaja kpop yang memiliki perilaku mengeluarkan uang untuk membeli berbagai barang demi mendapatkan perasaan senang. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada remaja penggemar kpop di SMP Negeri 92 Jakarta berdasarkan mean teoritik dan standar deviasi dengan jumlah skor yang diperoleh menunjukkan perilaku konsumtif berada pada kategori yang sedang.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilaksanakan Hadyanti & Widodo, (2022) pada kalangan mahasiswa BK di Universitas Sanata Dharma dengan rentang usia 18-25 tahun sebagai pola asuh permisif dan perilaku konsumtif pada mahasiswa BK menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan positif antara pola asuh permisif dengan perilaku konsumtif dengan semakin rendah pola asuh permisif maka semakin rendah pula perilaku konsumtif mahasiswa.

Sejalan dengan penelitian Fransisca, (2017) pada hubungan pola asuh permisif dengan perilaku konsumtif produk lifestyle bermerek emerging adulthood didapatkan hasil bahwa ada hubungan antara perilaku konsumtif dengan pola asuh permisif pada emerging adulthood.

Pola asuh orangtua terdiri dari 3 yaitu *authoritative*, *authoritarian* dan *permissive* namun pada penelitian sebelumnya pola asuh *permissive* lebih dominan memunculkan perilaku konsumtif. Hal tersebut terjadi dikarenakan adanya kemungkinan bahwa pola asuh permisif dapat menjadi penyebab munculnya perilaku konsumtif karena karakteristik pola asuh permisif yang cenderung memberi kebebasan sepenuhnya pada anak tanpa adanya pengarahan dari orang tua. Hal ini dimungkinkan dapat memunculkan sikap impulsif, pemborosan dan pembelian tidak bernilai kebutuhan pada anak, sehingga munculnya perilaku konsumtif (Hadyanti & Widodo, 2022). Wisenblit dkk, 2013 meneliti pengaruh hubungan pola asuh orangtua pada perilaku konsumtif anak pada mahasiswa Universitas New Jersey dan New York didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa adanya hubungan pola asuh orangtua *authoritative* dan *permissive* dengan perilaku konsumtif anak dibandingkan dengan pola asuh *authoritarian* yang memberikan peraturan ketat pada anak.

Selain itu dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan hasil penelitian pola asuh orangtua yang dilakukan oleh Faisati dkk, 2018 yang meneliti tentang pola asuh permisif dan kepribadian ekstrovert terhadap perilaku konsumtif anak TKI/TKW Indonesia di Bandung mendapatkan hasil bahwa tidak ada hubungan yang dapat mempengaruhi antara pola asuh permisif terhadap perilaku konsumtif pada anak TKI/TKW dikarenakan pola asuh otoriter dan demokratis lebih mendominasi pola pengasuhan anak TKI/TKW, kemudian diindikasikan bahwa pola asuh permisif dan kepribadian ekstrovert pada anak TKI/TKW memiliki korelasi yang signifikan. Sejalan dengan penelitian mengenai hubungan pola asuh orangtua dengan perilaku konsumtif pada kalangan remaja putri SMAN X Jakarta Barat bahwa hasil menunjukkan tidak adanya hubungan yang dapat mempengaruhi pola asuh orangtua dengan perilaku konsumtif remaja putri tersebut (Natal, 2015). Namun hal tersebut terjadi dikarenakan salah satu pola asuh mendominasi sehingga yang lain tidak mempengaruhi perilaku konsumtif.

Pola asuh *authoritative* dan *permissive* mendominasi karena kedua pengasuhan tersebut sering diterapkan pada orangtua dengan anak seusia remaja dimana regulasi peraturan diterapkan sesuai dengan anak (Wisenblit dkk, 2013). Dikarenakan perilaku anak pada usia remaja yang mungkin bergaya hidup konsumtif, akan berusaha membelanjakan uangnya hanya untuk menjaga gengsi dalam pergaulan, baik berbentuk suatu barang maupun jasa yang dipakai oleh para anak remaja. Para anak remaja tidak memperdulikan apakah barang yang beli itu merupakan barang kebutuhan atau hanya barang untuk mencapai kepuasan dan keinginannya.

Sehingga pengasuhan authoritative tepat untuk remaja yang perlu tetap diawasi oleh orangtua dan pengasuhan permissive untuk orangtua yang membiarkan anaknya bebas mengatur kehidupannya sendiri namun pengasuhan jenis permissive ini akan menjadikan anak cenderung tidak memiliki kepedulian dengan nilai-nilai/aturan-aturan yang ada keluarga maupun dimasyarakat atau cenderung semaunya sendiri tanpa adanya pengendalian terhadap keinginannya (Faisati dkk, 2018).

Hal ini diperkuat dengan yang dikemukakan Damasta & Dewi, 2020 bahwa remaja diusianya cenderung melakukan apapun sesuai dengan pola asuh orangtuanya, apalagi era saat ini hallyu kpop atau budaya kpop semakin berkembang secara luas sehingga para remaja mulai mengikuti kebudayaan tersebut. Remaja ini biasa disebut penggemar K-pop yang kebanyakan dianggap selalu bersikap berlebihan dan konsumtif. perilaku konsumtif merupakan tindakan-tindakan seseorang yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh barang dan jasa. Membeli produk sang idola merupakan suatu keinginan individu bukan suatu kebutuhan, kegiatan dalam membeli produk sang idola merupakan kesenangan yang bersifat hanya sementara. Para penggemar cenderung berperilaku konsumtif dengan melakukan pembelian produk idolanya guna memuaskan keinginannya bukan berdasarkan kebutuhannya. Dalam hal ini menandakan bahwa pola asuh orangtua menjadi salah satu faktor untuk remaja penggemar kpop berperilaku konsumtif.

Dengan demikian berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, didapati hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pola asuh orangtua terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar kpop di SMP Negeri 92 Jakarta.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan Berdasarkan hasil yang diperoleh pada penelitian ini, bahwa pola asuh orangtua memiliki hubungan dalam meningkatkan perilaku konsumtif remaja penggemar kpop di SMP Negeri 92 Jakarta. Hasil yang diperoleh melalui pengujian hipotesis menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 4,579 lebih besar dari t_{tabel} yakni 2,014 dan nilai signifikan $(0,000) < 0,05$ yang artinya terdapat hubungan pola asuh orangtua terhadap perilaku konsumtif dan bersifat positif dengan besar hubungannya 33,5 % yang termasuk kategori rendah. Kemudian, hubungan yang positif antara kedua variabel memiliki arti semakin tinggi pola asuh orangtua maka semakin tinggi perilaku konsumtif remaja penggemar kpop di SMP Negeri 92 Jakarta.

Saran bagi peserta didik sebagai peserta didik SMP Negeri 92 Jakarta yang menjadi remaja penggemar kpop sebaiknya mematuhi pengasuhan orangtua dan melakukan skala prioritas dalam pembelian barang yang sesuai akan kebutuhan agar terhindar dari perilaku

konsumtif. Saran bagi peneliti selanjutnya yakni penelitian ini mampu di spesifikasikan pada satu dimensi variabel tertentu atau menambah jumlah variabel lain yang memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif dan mengkaji bidang sosial yang serupa dengan pembahasan yang lebih luas sehingga mampu melengkapi penelitian selanjutnya

DAFTAR REFERENSI

- Azwar, S. (2020). Penyusunan skala psikologi edisi II. Pustaka Pelajar.
- Damasta, G. A., & Dewi, D. K. (2020). Hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada fans JKT48 di Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 07(04), 13–18.
- Dewi, N., Rusdarti, R., & Sunarto, S. (2017). Pengaruh lingkungan keluarga, teman sebaya, pengendalian diri dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35.
- Dinda Juwita Ratu Hapsari, & Indri Utami Sumaryanti. (2022). Hubungan celebrity worship dengan problematic social media use pada penggemar BTS di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(1), 92–98. <https://doi.org/10.29313/bcsp.v2i1.523>
- Durandt, & Wibowo. (2021). Hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pakaian pada remaja akhir. *Humanlight Journal of Psychology*, 2(2), 1–12. <http://ejournal-iakn-manado.ac.id/index.php/humanlight>
- Fadillah, A. S., & Ratnasari, L. (2023). Fanaticism of consumptive behavior of merchandise purchasing in student boyband fans. *Formosa Journal of Science and Technology*, 2(1), 27–38. <https://doi.org/10.55927/fjst.v2i1.2339>
- Faisati, M. M., Noviekayati, I., & Rini, A. P. (2018). Permissive parenting and extrovert personality with consumptive behavior in Indonesian workers (TKI / TKW) children in Bandung Tulungagung district. *Psikodimensia*, 17(2), 93. <https://doi.org/10.24167/psidim.v17i2.1521>
- Farhan, M. (2022). Tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 5(1), 1–6. <https://doi.org/10.38035/rj.v5i1.561>
- Fransisca, A. (2017). Hubungan antara pola asuh permisif dengan perilaku konsumtif produk lifestyle. 5130065, 5130065.
- Fromm, E. (2017). Fromm: The sane society. In Taylor & Francis Group.
- Hadyanti, B. P., & Widodo, Y. H. (2022). Pola asuh permisif dan perilaku konsumtif pada mahasiswa bimbingan dan konseling. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 4(2), 329–335. <https://doi.org/10.51214/bocp.v4i2.222>

- Hidayati, N., & Indriana, Y. (2022). Hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar Kpop di Semarang. *Jurnal EMPATI*, 11(1), 56–60. <https://doi.org/10.14710/empati.2022.33361>
- Riany, Y. E., Cuskelly, M., & Meredith, P. (2018). Psychometric properties of parenting measures in Indonesia. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 22(2), 75. <https://doi.org/10.7454/hubs.asia.1160118>
- Wisnblit, J. Z., Priluck, R., & Pirog, S. F. (2013). The influence of parental styles on children's consumption. *Journal of Consumer Marketing*, 30(4), 320–327. <https://doi.org/10.1108/JCM-02-2013-0465>
- Wulandari, S. A., Budiati, A. C., & Nurhadi. (2018). Perilaku konsumtif peserta didik penggemar k-pop di SMA Negeri 4 Surakarta. *Jurnal FKIP Universitas Sebelas Maret*, 8(1), 1–15.