

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Rizki Ardian
44217110122

Konsep Diri Remaja Dengan Gaya Hidup *Shopaholic* Di Wilayah Cengkareng Jakarta Barat

Bibliografi : 5 Bab 93 Hal + Lampiran + 38 Buku + 5 Penelitian Ilmiah + 6 Internet

ABSTRAK

Gaya hidup *shopaholic* atau *shopping addictions* atau kecanduan berbelanja mulai membudaya di sebagian kalangan remaja di kota-kota besar. *Shopaholic* dapat menghilangkan rasionalitas serta menghilangkan jati diri individu sebagai seorang remaja. Gaya hidup *Shopaholic* menjadikan para remaja tersebut berperilaku konsumtif dengan cara membelanjakan uangnya untuk barang-barang yang hanya mereka inginkan, tetapi tidak mereka butuhkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Konsep Diri Remaja Dengan Gaya hidup *Shopaholic* terhadap remaja – remaja di wilayah Cengkareng Jakarta Barat.

Perilaku *Shopaholic* disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri. sedangkan faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial dan referensi serta keluarga. Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita sendiri. Persepsi ini bisa bersifat psikologi, sosial, dan fisik. Persepsi yang bersifat psikologi misalnya pandangan mengenai watak sendiri. Persepsi yang bersifat sosial misalnya pandangannya tentang bagaimana orang lain menilai dirinya. Persepsi yang bersifat fisik misalnya pandangan tentang penampilannya sendiri. Gaya hidup lebih diidentikkan dengan perilaku konsumtif individu untuk mendapatkan citra diri yang baik dan dipandang pada kelas atas oleh orang lain. Gaya hidup merupakan pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. gaya hidup tergantung pada bentuk-bentuk kultural, tata krama, cara menggunakan barang-barang, tempat dan waktu tertentu yang merupakan karakteristik suatu kelompok.

Penelitian ini menggunakan *Post positivisme* dan tipe penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan Kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, dan dokumentasi. Nasumber dalam penelitian ini adalah 5 Informan yang berasal dari remaja-remaja di wilayah Cengkareng Jakarta Barat. Sebagian dari pelaku *Shopaholic* adalah mahasiswa yang memiliki penghasilan tambahan dari bekerja dan berbisnis selain dari pemberian orang tua.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang menyebabkan gaya hidup *shopaholic* pada remaja-remaja di wilayah Cengkareng Jakarta Barat antara lain yaitu: (1) gaya hidup mewah, (2) pengaruh dari keluarga, (3) iklan, (4) mengikuti trend, (5) banyaknya pusat-pusat perbelanjaan, (6) kemajuan teknologi

dalam berbelanja *online* (7) pengaruh lingkungan pergaulan. Gaya hidup *shopaholic* selain memberikan dampak positif, bisa juga memberikan dampak negatif. Dampak positifnya sebagai penghilang stres dan untuk mengikuti perkembangan jaman. Sedangkan dampak negatifnya adalah terbentuknya perilaku konsumtif, boros, dan candu.

Kata kunci: Gaya hidup, *Shopaholic*, Konsep diri.



ABSTRACT

The shopaholic lifestyle or shopping addictions or shopping addiction has become entrenched in some teenagers in big cities. Shopaholic can eliminate rationality and eliminate individual identity as a teenager. Shopaholic lifestyle makes these teenagers behave consumptively by spending their money on things they only want, but don't need. This study aims to determine the Self-Concept of Adolescents with Shopaholic Lifestyle towards adolescents in the Cengkareng area of West Jakarta.

Shopaholic behavior is caused by internal factors and external factors. The internal factors that influence individual consumptive behavior are motivation, self-esteem, observation, learning process, personality and self-concept. while the external factors that influence the individual's consumptive behavior are culture, social class, social groups and references and family. Self-concept is how we view and feel about ourselves. These perceptions can be psychological, social, and physical. Psychological perceptions, for example, views about one's own character. Perceptions of a social nature, for example, his views on how others judge him. Perceptions of a physical nature, such as views about their own appearance. Lifestyle is more identified with the individual's consumptive behavior to get a good self-image and is seen as upper class by others. Lifestyle is a pattern of action that distinguishes one person from another. lifestyle depends on cultural forms, manners, ways of using certain things, places and times that are characteristic of a group.

This research uses post positivism and descriptive research type using a qualitative approach. Data collection techniques in this study were interviews, and documentation. The sources in this study were 5 informants who came from teenagers in the Cengkareng area, West Jakarta. Some of the Shopaholic actors are students who have additional income from working and doing business apart from parental gifts.

The results of this study indicate that the factors that cause a shopaholic lifestyle in adolescents in the Cengkareng area of West Jakarta include: (1) a luxurious lifestyle, (2) the influence of family, (3) advertising, (4) following trends, (5) the number of shopping centers, (6) technological advances in online shopping (7) the influence of the social environment. Shopaholic lifestyle in addition to having a positive impact, can also have a negative impact. The positive impact is as a stress reliever and to keep up with the times. While the negative impact is the formation of consumptive behavior, wasteful, and opium.

Keywords: Shopaholic lifestyle, Self-Concept