



Sosietas : Jurnal Pendidikan Sosiologi

Journal homepage: <https://ejournal.upi.edu/index.php/sosietas>



Pengaruh Pola Asuh Permisif Terhadap Perilaku Konsumtif pada Penggemar BTS (Bangtan Sonyeondan) di Bandung Raya

Nadhila Zulfa Khairani*, Ita Juwitaningrum, Engkos Kosasih

Program Studi Psikologi, Universitas Pendidikan Indonesia
Jl. Dr. Setiabudhi No. 229, Isola, Sukasari, Bandung Kota, Jawa Barat

*Correspondence: E-mail: nadhilazulfa@upi.edu

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh pola asuh permisif terhadap perilaku konsumtif pada penggemar BTS di Bandung Raya dalam membeli *merchandise*. Sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah responden 390 orang yang merupakan penggemar BTS di Bandung Raya dan berusia 18-25 tahun. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pola asuh permisif terhadap perilaku konsumtif. Aspek pola asuh permisif yaitu orang tua kurang kontrol memberikan kontribusi paling besar terhadap perilaku konsumtif subjek penelitian ini.

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted/Received 04 Oct 2023

First Revised 21 Nov 2023

Accepted 11 Dec 2023

First Available online 20 Dec 2023

Publication Date 20 Dec 2023

Kata Kunci:

Penggemar BTS,
Perilaku Konsumtif,
Pola Asuh Permisif.

1. PENDAHULUAN

Pada era informasi dan globalisasi dewasa ini, idol grup seperti *boyband* dan *girlband* K-POP semakin digemari oleh masyarakat di seluruh dunia termasuk di Indonesia. *Bangtan Sonyeondan* atau BTS menempati urutan pertama dalam daftar artis K-POP yang paling banyak dibicarakan secara global dengan jumlah lebih dari 68 juta *Tweet* dan jumlah *followers* akun Twitter BTS sebanyak 48,5 juta. BTS dapat dikatakan sukses dalam industri hiburan K-POP karena banyak penggemar dari berbagai negara yang mengonsumsi karyanya mulai dari menikmati musik dan konsernya hingga membeli *merchandise* seperti album, *photocard*, pakaian, *lightstick*, *sticker*, poster dan sebagainya. Berdasarkan data Hanteo, album fisik BTS berjudul "Proof" menjadi album musik K-POP terlaris di dunia pada tahun 2022 dengan terjual sebanyak 3,5 juta kopi.

Pembelian *merchandise* K-POP secara berlebihan dan tanpa pertimbangan sering kali dilakukan semata-mata untuk mendukung idola, sehingga tindakan ini menjadi sumber kebahagiaan dan pemuas diri bagi penggemar. Pembelian yang berulang-ulang dianggap sebagai pembelian impulsif yang menjadi salah satu pemicu perilaku konsumtif. Ketika pembelian tersebut tidak didasarkan pada pertimbangan rasional dan mengonsumsi secara berlebihan tanpa batas, individu lebih cenderung memprioritaskan faktor kesenangan dan kepuasan emosional daripada kebutuhan sehingga menyebabkan perilaku konsumtif (Tambunan, 2001).

Perilaku konsumtif dalam membeli *merchandise* K-POP dapat menjadi suatu hobi, sehingga para penggemar memiliki dorongan kuat untuk terus melakukan pembelian berbagai barang terkait dengan idolanya (Almaida dkk, 2021). Tindakan ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana ekspresi diri, tetapi juga sebagai cara untuk menunjukkan identitas sebagai penggemar setia dari idolanya. Perilaku konsumtif akan tetap melekat dan tumbuh dalam gaya hidup individu, menyebabkan berbagai masalah dan kerugian seperti kesulitan keuangan dan stres (Purwanto, 2022). Apabila tidak diatasi, individu yang bersifat konsumtif hanya fokus pada memenuhi kepuasan pribadi dan kebahagiaan saat ini tanpa memperhatikan dampaknya di masa mendatang. Gaya hidup konsumtif memerlukan dukungan finansial yang memadai, dan masalah akan timbul ketika pencapaian tingkat finansial tersebut dilakukan melalui proses yang tidak tepat (Pradiningtyas dan Lukiastuti, 2019). Pada akhirnya, perilaku konsumtif tidak hanya berdampak secara ekonomi, tetapi juga memberikan dampak psikologis, sosial, bahkan etika (Hamdan, 2013).

Seseorang dikatakan konsumtif jika ia memiliki barang lebih disebabkan oleh pertimbangan status, yaitu memiliki barang bukan untuk memenuhi kebutuhannya tetapi karena barang tersebut menunjukkan status pemiliknya (Fromm, 1987). Perilaku konsumtif pada dasarnya dikategorikan sebagai tipe tingkah laku operan, karena perilaku konsumtif tidak muncul sebagai respons langsung terhadap stimulus, tetapi merupakan penyesuaian terhadap lingkungan. Lingkungan sekitar terutama dalam lingkungan keluarga di mana individu menghabiskan banyak waktu, memiliki dampak signifikan terhadap terbentuknya perilaku konsumtif. Keluarga yang terdiri dari orang tua dan saudara kandung, merupakan salah satu faktor sosial paling berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen. Dalam peran manajerial pengasuhan, orang tua memiliki pengaruh besar terhadap anak dalam memutuskan berbagai pilihan termasuk keputusan pembelian, sehingga secara tidak langsung membentuk kebiasaan dan perilaku anak yang dapat mempengaruhi pola pembelian dan gaya hidup mereka.

Hurlock (1998) menjelaskan bahwa pola asuh orang tua adalah suatu metode disiplin yang diterapkan oleh orang tua terhadap anak-anak mereka. Terdapat tiga jenis pola asuh orang tua, yaitu pola asuh otoriter, pola asuh demokratis, dan pola asuh permisif. Pola asuh permisif merupakan suatu bentuk pendekatan orang tua dengan kontrol terhadap anak yang sangat longgar. Dalam pola asuh permisif hukuman dan hadiah jarang diberikan, keputusan sering kali diserahkan sepenuhnya kepada anak, orang tua bersikap santai, dan pendidikan cenderung lebih bebas.

Orang tua yang menerapkan pola asuh permisif cenderung meyakini bahwa kombinasi antara keterlibatan yang hangat dan pembatasan yang sedikit akan menghasilkan anak yang kreatif dan penuh percaya diri (Baumrind, 1991). Meskipun demikian, kebijakan orang tua yang selalu memberikan kebebasan penuh dan memenuhi setiap keinginan anak dapat menyebabkan anak mengalami kesulitan dalam mengendalikan perilakunya (Ismail, et al., 2021). Besarnya peluang terjadinya perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh pola asuh yang kurang memberikan batasan dan tuntutan kepada anak. Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa keluarga merupakan salah satu faktor eksternal dari perilaku konsumtif, karena di dalam keluarga terdapat peran penting orang tua yang turut membantu dalam mendidik dan membentuk karakter seorang anak. Sehubungan dengan hal tersebut, fenomena yang diangkat dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif dalam membeli *merchandise* pada penggemar BTS di Bandung Raya sebagai salah satu dampak dari pola asuh permisif yang diterapkan orang tua pada anak.

Berdasarkan fenomena tersebut rumusan masalah dari penelitian ini adalah “apakah terdapat pengaruh pola asuh permisif terhadap perilaku konsumtif yang terjadi pada penggemar BTS di Bandung Raya?”. Dengan demikian tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pola asuh permisif terhadap perilaku konsumtif yang terjadi pada penggemar BTS di Bandung Raya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel pola asuh permisif terhadap variabel perilaku konsumtif. Populasi penelitian ini telah ditentukan yaitu penggemar BTS di Bandung Raya. Untuk pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Accidental Sampling* berdasarkan kriteria tertentu, yaitu penggemar BTS yang gemar membeli *merchandise*, usia 18-25 tahun, domisili Bandung Raya, dan masih tinggal bersama orang tua. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 30 Agustus 2023 hingga 22 September 2023. Instrumen pola asuh permisif diadaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh Anisa Nursyawalani Arifin (2019) berdasarkan teori Hurlock (2007) yang meliputi empat aspek yaitu orang tua kurang kontrol, pengabaian keputusan, orang tua masa bodoh, dan orang tua kurang memperhatikan anak yang terdiri dari 22 item. Instrumen perilaku konsumtif diadaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh Kurnia Wahyuni (2015) berdasarkan teori Fromm (1987) yang meliputi empat aspek yaitu pemenuhan keinginan, barang di luar jangkauan, barang menjadi tidak produktif, dan status yang terdiri dari 17 item. Dua instrumen penelitian tersebut memiliki opsi jawaban pada setiap itemnya mulai dari Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Penelitian pada penggemar BTS dalam membeli *merchandise* di Bandung Raya dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner dalam bentuk *google form* yang disebar melalui beberapa sosial media seperti *Twitter*, *Instagram*, dan *WhatsApp*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisis Statistika Deskriptif

Berdasarkan hasil penelitian dari 390 partisipan penggemar BTS yang gemar membeli *merchandise* di Bandung Raya didapatkan bahwa 353 orang berjenis kelamin perempuan (90,5%) dan 37 orang berjenis kelamin laki-laki (9,5%). Mayoritas penggemar yang menjadi responden dalam penelitian ini berasal dari universitas di luar UPI berjumlah 257 orang (65,9%) dan yang berasal dari UPI berjumlah 133 orang (34,1%). Sedangkan berdasarkan domisili, mayoritas subjek berdomisili di Bandung Barat berjumlah 155 orang (39,7%), domisili Bandung Utara berjumlah 118 orang (30,3%), domisili Bandung Timur berjumlah 72 orang (18,5%), dan domisili Bandung Selatan berjumlah 45 orang (11,5%). Sedangkan berdasarkan frekuensi pembelian *merchandise* perbulan, mayoritas subjek membeli *merchandise* 1-3 kali dalam sebulan berjumlah 284 orang (72,8%), membeli *merchandise* 4-5 kali dalam sebulan berjumlah 97 orang (24,9%), dan membeli *merchandise* lebih dari 5 kali dalam sebulan berjumlah 9 orang (2,3%). Sedangkan berdasarkan uang saku/penghasilan perbulan, mayoritas subjek memiliki uang saku/penghasilan perbulan sebesar Rp1.000.000 s.d Rp2.500.000 berjumlah 143 orang (36,7%), memiliki uang saku/penghasilan perbulan sebesar Rp500.000 s.d Rp1.000.000 berjumlah 116 orang (29,7%), memiliki uang saku/penghasilan perbulan sebesar <Rp500.000 berjumlah 59 orang (15,1%), memiliki uang saku/penghasilan perbulan sebesar Rp2.500.000 s.d Rp5.000.000 berjumlah 56 orang (14,4%), dan memiliki uang saku/penghasilan perbulan sebesar >Rp5.000.000 berjumlah 16 orang (4,1%). Lalu, mayoritas subjek tinggal dengan kedua orang tua berjumlah 349 orang (89,5%), dan sebanyak 41 orang (10,5%) tinggal dengan salah satu orang tua.

Tabel 1. Kategorisasi Pola Asuh Permisif

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase
Pola Asuh Permisif	Rendah	84	21,55%
	Sedang	222	56,9%
	Tinggi	84	21,55%
Jumlah		390	100%

Berdasarkan tabel di atas, kategorisasi pola asuh permisif pada penggemar BTS di Bandung Raya paling tinggi pada tahap sedang berjumlah 222 orang (56,9%), dan kategori rendah dan tinggi berjumlah 84 orang (21,55%).

Tabel 2. Kategorisasi Perilaku Konsumtif

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase
Perilaku Konsumtif	Rendah	75	19,5%
	Sedang	169	43,3%
	Tinggi	146	37,4%
Jumlah		390	100%

Berdasarkan tabel di atas, kategorisasi perilaku konsumtif pada penggemar BTS di Bandung Raya paling tinggi pada tahap sedang berjumlah 169 orang (43,3%), pada tahap tinggi berjumlah 146 orang (37,4%), dan pada tahap rendah berjumlah 75 orang (19,5%).

Tabel 3. Pola Asuh Permisif Berdasarkan Dimensi

Dimensi	Mean	Persentase
Orang tua kurang kontrol	22.06	42%

Pengabaian keputusan	10.04	20%
Orang tua masa bodoh	9.29	18%
Orang tua kurang memperhatikan anak	10.21	20%
Total		100%

Berdasarkan tabel di atas, dimensi pola asuh permisif pada penggemar BTS di Bandung Raya yang paling tinggi adalah orang tua kurang kontrol dengan mean sebesar 22,06 dan persentase sebesar 42%. Pada dimensi pengabaian keputusan hasil mean sebesar 10,04 dan persentase sebesar 20%, pada dimensi orang tua masa bodoh hasil mean sebesar 9,29 dan persentase sebesar 18%, dan pada dimensi orang tua kurang memperhatikan anak hasil mean sebesar 10,21 dan persentase sebesar 20%.

Tabel 4. Perilaku Konsumtif Berdasarkan Dimensi

Dimensi	Mean	Persentase
Pemenuhan keinginan	10.14	20%
Barang di luar jangkauan	7.83	15%
Barang menjadi tidak produktif	14.66	29%
Status	18.34	36%
Total		100%

Berdasarkan tabel di atas, dimensi perilaku konsumtif pada penggemar BTS di Bandung Raya yang paling tinggi adalah status dengan mean sebesar 18,34 dan persentase sebesar 36%. Pada dimensi pemenuhan kebutuhan hasil mean sebesar 10,14 dan persentase sebesar 20%, pada dimensi barang di luar jangkauan hasil mean sebesar 7,83 dan persentase sebesar 15%, dan pada dimensi barang menjadi tidak produktif hasil mean sebesar 14,66 dan persentase sebesar 29%.

Tabel 5. Hasil Analisis Pengaruh Pola Asuh Permisif terhadap Perilaku Konsumtif

Model	Coefficients^a		
	Unstandardized Coefficients	Sig.	R Square
B			
1 (Constant)	20,989	0,000	0,464
Pola Asuh Permisif	0,681	0,000	
Dependent Variable: Perilaku Konsumtif			

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis pola asuh permisif berpengaruh sebesar 46,4% (R Square) terhadap perilaku konsumtif. Nilai konstanta perilaku konsumtif (Y) sebesar 20,989, artinya jika pola asuh permisif bernilai 0 (nol) maka skor perilaku konsumtif bernilai 20,989. Selain itu, koefisien regresi pola asuh konsumtif (X) sebesar 0,681, artinya apabila terjadi penambahan skor pada pola asuh permisif (X) maka skor perilaku konsumtif akan bertambah sebesar 0,681.

3.2. Pengaruh Pola Asuh Permisif terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola asuh permisif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif penggemar BTS dalam membeli *merchandise* di

Bandung Raya. Penelitian ini membuktikan bahwa tinggi rendahnya pola asuh permisif yang diterapkan oleh orang tua kepada anak mempengaruhi intensitas perilaku konsumtif pada anak. Pola asuh permisif cenderung memberi kebebasan sepenuhnya pada anak tanpa adanya kontrol dan pengarahan dari orang tua, anak dimanjakan dan dibiarkan melakukan apa pun yang mereka inginkan sehingga merasa lebih bebas menentukan gaya hidup termasuk perilaku pembelian yang dapat menjadi penyebab munculnya perilaku impulsif dan jika dilakukan berulang kali menjadi perilaku konsumtif.

Hasil penelitian pola asuh permisif dan perilaku konsumtif pada penggemar BTS di Bandung Raya berada pada tahap sedang. Keluarga merupakan salah satu faktor eksternal dari perilaku konsumtif, karena di dalam keluarga terdapat peran penting pola asuh orang tua yang turut membantu dalam mendidik dan membentuk karakter seorang anak. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pola asuh permisif yang diterapkan orang tua pada anak dengan membebaskan anak, memanjakan anak, dan tidak mengontrol anak maka akan meningkatkan intensitas perilaku konsumtif pada anak karena anak tidak mampu membuat keputusan pembelian yang tepat. Anak dengan pola asuh permisif tidak mampu mengendalikan diri, dapat bertindak sesuka hatinya, mengikuti pola hidup yang bebas, dan memiliki kemampuan mengambil keputusan yang rendah.

Pada penelitian pola asuh permisif aspek yang paling tinggi adalah orang tua kurang kontrol dengan persentase sebesar 42%, artinya sebagian besar penggemar BTS pada penelitian ini memiliki pola asuh permisif karena orang tua kurang kontrol, yaitu orang tua kurang memberikan arahan terkait perilaku anak sesuai dengan norma-norma masyarakat, dan tidak memperhatikan dengan siapa anak bergaul. Sedangkan pada penelitian perilaku konsumtif aspek yang paling tinggi adalah status dengan persentase sebesar 36%, artinya sebagian besar penggemar BTS pada penelitian ini sering membeli *merchandise* BTS secara berlebihan dan tanpa pertimbangan, bertujuan untuk meningkatkan harga diri, dengan harapan bahwa kepemilikan barang-barang tersebut akan memberikan suatu bentuk pencapaian atau status. Meskipun barang-barang tersebut bukan suatu kebutuhan esensial bagi individu tersebut, namun pemiliknya berupaya mencapai sesuatu, seperti tingkat prestise atau pengakuan sosial, melalui kepemilikan barang tersebut (Fromm, 1987).

Siregar & Parinduri (2021) menyatakan bahwa dalam setiap pola asuh orang tua tidak hanya bertujuan untuk memberikan kenyamanan, tetapi juga perlu diperkuat dengan adanya batasan atau aturan yang dapat mencegah anak dari perilaku yang menyimpang, salah satunya adalah perilaku konsumtif. Ketika orang tua bersikap memanjakan anak dan membiarkan melakukan apa pun yang mereka inginkan, maka anak tidak akan belajar bagaimana memprioritaskan kebutuhan sehingga menimbulkan perilaku konsumtif yang memiliki konsekuensi yang negatif pada dirinya. Hal ini sejalan dengan penelitian Anggraini & Santhoso (2019) yang mengungkapkan bahwa awal munculnya perilaku konsumtif ditandai dengan adanya keinginan individu untuk membeli suatu produk yang berlebihan atau impulsif dalam pembelian.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui pengolahan data, pembahasan, dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa pola asuh permisif berpengaruh secara positif

dan signifikan terhadap perilaku konsumtif penggemar BTS dalam membeli *merchandise* di Bandung Raya. Semakin tinggi pola asuh permisif yang diterapkan orang tua pada anak dengan membebaskan anak, memanjakan anak, dan tidak mengontrol anak maka akan meningkatkan intensitas perilaku konsumtif pada anak karena anak tidak mampu membuat keputusan yang tepat.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131-140.
- Baumrind, D. (1991). The influence of parenting style on adolescent competence and substance use. *The Journal of Early Adolescence*, 11(1), 56–95.
- 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.
- Boon, S. D., & Lomore, C. D. (2001). Admirer-celebrity relationships among young adults: Explaining perceptions of celebrity influence on identity. *Human communication research*, 27(3), 432-465.
- Hamdan, H. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*, 2(2), 68-75.
- Ismail, I., Thalib, S. B., & Indahari, N. A. (2021). Hubungan pola asuh permisif dengan kecenderungan gaya hidup hedonis pada remaja. *Pinisi Journal of Art, Humanity and Social Studies*, 1(2), 52-58.
- Siregar, B., & Parinduri, R. Y. (2021). Pentingnya pola asuh terhadap anak dan remaja dengan cinta dan kasih sayang dalam keluarga Di Kecamatan Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. *AFoSJ-LAS (All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society)*, 1(2), 61-65.
- Tambunan, R. (2001). Remaja dan perilaku konsumtif. *Jurnal psikologi dan masyarakat*, 4(2), 5-13.
- Pradiningtyas, T. E., & Lukiastuti, F. (2019). Pengaruh pengetahuan keuangan dan sikap keuangan terhadap locus of control dan perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa ekonomi. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 6(1), 96-112.
- Purwanto, H., Yandri, D., & Yoga, M. P. (2022). Perkembangan dan dampak financial technology (fintech) terhadap perilaku manajemen keuangan di masyarakat. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 11(1), 80-91.
- Almaida, R., Gumelar, S. A., & Laksmiwati, A. A. (2021). Dinamika psikologis fangirl K-Pop. *Cognicia*, 9(1), 17-24.