

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebiasaan dan gaya hidup saat ini telah berubah drastis dalam kurun waktu yang sangat cepat. Kencangnya arus teknologi, informasi, dan kampanye pemasaran dari berbagai produk bermerek berhasil menggiring setiap orang untuk bisa bergaya hidup mewah sesuai yang mereka lihat di kemajuan teknologi, namun tidak jarang pula itu membuat sesuatu yang berlebihan. Tidak heran bila kini masyarakat Indonesia sebagian besar telah berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah kebiasaan membelanjakan uang tanpa melewati pertimbangan. Jika menilik dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konsumtif adalah bersifat konsumsi dimana hanya menggunakan tanpa menghasilkan sendiri. Namun dalam pengertian lain, seseorang yang konsumtif cenderung membeli atau berbelanja barang yang hanya merupakan keinginan mereka, bukan suatu kebutuhan. Dan dengan jumlah barang yang dibeli pun umumnya berlebihan atau tidak wajar. Sedangkan menurut *Erich Fromm, social psychologist Germany* tujuan dari pembelian itu hanya demi sebuah status.

AC Nielsen mempublish sebuah artikel dimana Indonesia merupakan negara yang konsumtif dengan urutan nomor dua di dunia setelah Singapura. Namun yang lebih mengejutkan lagi ialah 60% dari konsumen konsumtif di Singapura merupakan Warga Negara Indonesia (WNI). Hal ini tentu menunjukkan bahwasanya Indonesia adalah negara konsumtif terbesar pertama dan sekaligus kedua. Besarnya angka tersebut pasti memiliki pemicu di dalamnya. Adapun faktor pendukung tingginya angka konsumtif di Indonesia yakni faktor internal dan eksternal. Menurut Mangkunegara (2005: 45) faktor internal yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif seperti motivasi,

pengamatan dan proses belajar, serta konsep diri. Adapun ia juga mengatakan faktor eksternal pendukung perilaku konsumtif ialah adanya komunitas, berpikir jangka pendek, prestise (haus akan pujian), dan pengaruh *influencer* (kelompok anutan).

Kehadiran *influencer* dikalangan masyarakat sekarang ini nyatanya tidak membawa dampak positif pada kehidupan masyarakat. Khususnya dikalangan remaja. Para remaja cenderung memiliki hasrat untuk kepemilikan barang-barang yang bisa saja menurut pendapat orang lain itu tidak berguna atau membuang buang uang, seperti berbelanja barang *branded* atau barang keluaran terbaru tanpa tahu tujuannya. Gaya hidup yang ditunjukkan *influencer* di sosial media yang bertujuan sebagai promosi penjualan dengan *brand* tertentu tidak dapat dicerna dengan benar oleh sebagian remaja. Sehingga menyebabkan mereka berperilaku konsumtif demi mengikuti sang idola.

Bentuk kerjasama antara *influencer* dan *brand* tersebut membuat lonjakan yang cukup signifikan di berbagai *ecommerce*. Seperti di tahun 2021 Shopee menjadi *platform* belanja daring teratas di Indonesia pertama terhitung sejak Januari hingga pertengahan tahun. Hal itu terlihat dari total kunjungan yakni memiliki 126,99 juta pengunjung per bulannya menurut riset iPrice 2022. Berdasarkan data GlobalWebIndex (GWI) per kuartal III- 2020, 78,2% pengguna aplikasi belanja daring adalah remaja.

Pendapat serupa juga dikemukakan oleh Nasution, yang mengemukakan bahwasannya secara psikologis masa remaja adalah usia dimana seorang berintegrasi menjadi dewasa.

Masa remaja adalah usia dimana seorang individu berintegrasi menjadi masyarakat dewasa yang dimana saat itu remaja merasa bahwa mereka bukan lagi dibawah tingkatan orang dewasa melainkan setara dengan orang dewasa tersebut (Nasution,2007)

Seperti kesetaraan hak, integrasi, perubahan intelektual yang ingin mencolok dan cara berpikir yang memungkinkan bisa mencapai integrasi hubungan sosial dewasa. Perubahan tersebut telah jelas terlihat secara fisik. Sehingga membuat tidak sedikit dari remaja merasa kurang puas akan fisiknya yang terlihat kurang sempurna.

Oleh karena itu mereka mulai membeli pakaian dan alat-alat kecantikan yang dapat merubah fisik mereka terlihat menarik dan menonjolkan ketertarikan tersebut (Fitria & Sukma, 2013).

Di kalangan remaja, *shopping* atau belanja sudah bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan, namun sudah menjadi gaya hidup yang keberadaannya ingin dianggap dan diakui eksistensinya oleh lingkungan sekitarnya seperti memiliki rasa kepuasan dan kebanggaan tersendiri. (Hatane Samuel, 2006). Selain dari dorongan beberapa faktor di atas, faktor agar bisa diterima atau sama dengan orang lain yang menyebabkan dirinya berperilaku konsumtif.

Terkadang remaja tidak sadar bahwa perilaku yang ia tunjukkan tersebut tergolong ke dalam *shopping addiction* atau yang lebih umum dikenal dengan *shopaholic* yaitu kecanduan dalam berbelanja. Bukan dampak baik yang mereka dapat dari hal tersebut, namun sebaliknya. Beberapa memberikan efek yang jika tidak terpenuhi maka remaja tersebut akan mengalami indikasi seperti stress, sulit berkonsentrasi, dan mudah marah. Di kalangan remaja ini bisa saja menjadi masalah serius. Dikarenakan *shopping addiction* merupakan hal yang berbahaya apabila terindikasi oleh orang yang belum bekerja. Karena efek jangka panjang yang akan didapat ialah terkena masalah keuangan (hutang) dan akan merasakan kelelahan (Wilson A, 2021).

Isu yang dibahas bukan semata-mata hanya untuk memenuhi persyaratan kelulusan. Namun isu ini diangkat juga berdasarkan pengalaman pribadi penulis. Dimana keresahan yang akhirnya penulis rasakan setelah kurang lebih 2 tahun sebagai masyarakat yang konsumtif atau kecanduan belanja (*shopping addict*). Keresahan itu mulai terjadi di saat momen penulis harus mendapatkan uang dengan jumlah yang bisa dibbilang banyak di usia penulis masih remaja untuk melunasi sebuah masalah keuangan (hutang) di salah satu *platform* belanja daring. Sehingga kondisi tersebut mengganggu penulis baik dari segi psikologis, rohani, dan jasmani penulis. Ketidakberanian untuk mengungkapkan masalah tersebut kepada orang tuanya juga menjadi faktor keresahan yang penulis rasakan. Rasa bersalah dan takut juga menjadi dorongan sebagai bentuk menyadarkan diri dari bahayanya perilaku tersebut.

Perilaku konsumtif atau *Shopping Addict (Shopaholic)* sangat perlu untuk disoroti. Mungkin dari sekian banyak orang berpikir bahwa hal tersebut tidak

berpengaruh atau berdampak pada dirinya atau lingkungannya. Namun siapa sangka bahwa tindakan ini dapat mempengaruhi sikap, kepribadian dan psikologi seseorang. Oleh Karena itu permasalahan ini diangkat guna menyadarkan para remaja mengenai dampak apa yang akan diberikan jika terus menerapkan hal tersebut.

Penyampaian urgensi dalam isu di atas tentu saja merujuk pada sebuah permasalahan. Yakni permasalahan gaya hidup yang terjadi di sebagian besar remaja di Indonesia. Remaja ini telah terbawa kepada contoh gaya hidup yang merugikan, mengapa begitu?. Gaya hidup konsumtif jelas bukanlah gaya hidup yang bagus, dalam artian mereka hanya hidup untuk menikmati. Tentu di kemudian hari akan ada dampak yang signifikan. Contohnya seperti limbah dari industri *fashion*, kosmetik, dan masih banyak hal lainnya.

Tingginya lonjakan tersebut bisa saja dapat dipengaruhi oleh gaya konsumtif para remaja sekarang ini. Oleh karena itu penulis mencoba mengangkat permasalahan ini dalam bentuk tugas akhir dengan menggunakan media film eksperimental. Film eksperimental sendiri merupakan sebuah cabang seni film yang masih jarang dijumpai di kalangan umum. Film eksperimental adalah sebuah film yang bisa dibilang bebas, dalam artian tidak terdapat alur di dalamnya namun tetap memiliki struktur di dalamnya. Penulis menggunakan media film eksperimental ini agar pesan ataupun kesimpulan dari permasalahan ini lebih mudah dipahami oleh masyarakat dan juga sebagai bentuk rasa apresiasi diri penulis karena penulis berhasil melewati masa ini dan ingin membagikan momen tersebut.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan tersebut sebagai berikut:

1. Bagaimana visualisasi dampak buruk dari *Shopaholic* melalui media film eksperimental?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka Batasan masalah dalam Tugas Akhir ini adalah:

1. Masalah yang diangkat merupakan masalah pribadi yang dialami penulis.
2. Berfokus pada pembuatan karya akhir, yaitu visualisasi *shopaholic* melalui media film eksperimental

D. Tujuan Berkarya

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penciptaan karya seni ini Tugas Akhir ini memiliki tujuan:

1. Untuk menghasilkan karya film eksperimental yang menggambarkan seseorang yang terkena dampak buruk dari *Shopaholic*

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan berkarya, sistematika penulisan, serta kerangka berfikir.

BAB II LANDASAN TEORI

Mengemukakan mengenai teori-teori umum seperti shopaholic, gaya hidup konsumtif, Psikologi remaja yang merupakan pembahasan yang sesuai dengan konsep karya. Adapun selain teori umum, pada bab ini juga mengemukakan mengenai teori seni seperti film eksperimental, sinematografi dan juga referensi seniman yang akan menjadi acuan berkarya baik secara visual maupun konsep tertulis.

BAB III KONSEP KARYA DAN PROSES BERKARYA

Bab ini berisi mengenai penjabaran konsep penulis dalam penciptaan karya. Lalu penjabaran proses penciptaan karya dari mulai pra produksi, produksi, hingga nanti pasca produksi sampai karya siap diperlihatkan.

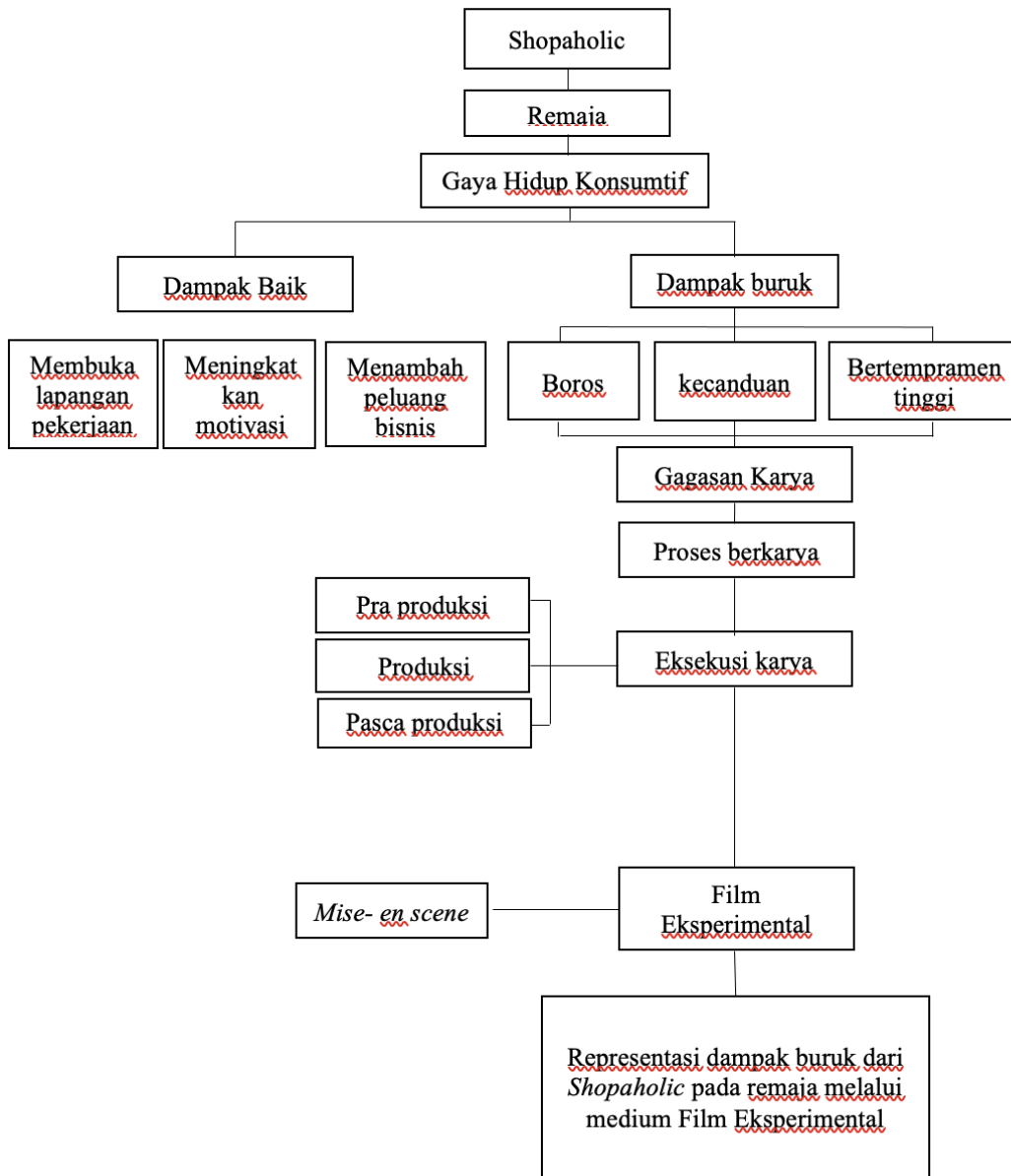
BAB IV KESIMPULAN

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan yang berupa jawaban dari permasalahan yang telah dikemukakan dalam pendahuluan, dan juga merupakan kesimpulan atas keseluruhan pembahasan pada bab-bab setelahnya.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini berisikan daftar Pustaka yang telah ditulis sesuai dengan alfabatis, dengan satu model format bentuk tulisan yang sama

F. Kerangka Berpikir



Gambar 1. 1 Kerangka berfikir
(Sumber data pribadi penulis)