

Materialisme dan kesejahteraan psikologis (well being) : Peranan self-presentational concerns

Sri Rahayu Hijrah Hati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=98993&lokasi=lokal>

Abstrak

Materialisme sebagai salah satu sisi gelap dari perilaku konsumen (Hirschman, 1991 dalam Burroughs & Rindfleisch, 2020) telah banyak diteliti oleh para ahli baik di negara-negara barat (misal Richins, 1994) maupun di negara-negara timur (misal Keng, Jung, Jiuan & Wirtz, 2002). Tingginya perhatian para ahli terhadap materialisme adalah karena materialisme dinilai telah banyak menimbulkan berbagai konsekuensi negatif terhadap kesejahteraan psikologis (well-being) individu seperti: menurunnya tingkat kepuasan hidup (Richins & Dawson, 1992 dalam Burroughs & Rindfleisch, 2002), menurunnya tingkat kebahagiaan (Belk, 1985 dalam Burroughs & Rindfleisch, 2002), Berta meningkatnya tingkat depresi (Kasser & Ryan, 1993 dalam Burroughs & Rindfleisch, 2002). Berbagai konsekuensi negatif tersebut tentunya tidak berkesesuaian dengan tujuan awal dari individu dalam mengejar materi yakni sebagai cara untuk menunjukkan keberhasilan mereka dalam hidup, mencari kebahagiaan dan meraih apa yang disebut sebagai "good life".

Meskipun demikian, hubungan negatif antara materialisme dan kesejahteraan psikologis (well-being) ternyata harus kita cermati secara seksama. Hal ini disebabkan karena beberapa penelitian yang ada telah menunjukkan bukti bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut sangatlah kompleks dan bersifat misterius (enigmatic). Adapun beberapa variabel yang dianggap dapat mempengaruhi hubungan antar kedua variabel tersebut adalah: kualitas pendidikan (misal Campbell 1981; Diener, 1994; dalam Burroughs & Rindfleisch, 2002), orientasi keagamaan (LaBarbera & Gurhan, 1997 dalam Burroughs & Rindfleisch, 2002), latar belakang keluarga (Burroughs & Rindfleisch, 1997 dalam Burroughs & Rindfleisch, 2002), sumber daya ekonomi (Cohen & Cohen, 1996 dalam Burroughs & Rindfleisch, 2002), dan kehadiran konflik nilai (Burroughs & Rindfleisch, 2002).

Penelitian yang dilakukan oleh Christopher dan Schlenker (2004), menunjukkan bahwa ada salah satu variabel lain yang dapat mempengaruhi hubungan antara materialisme dan kesejahteraan psikologis (well-being), yakni self-presentational concerns. Adapun self-presentational concerns mengacu pada rasa takut atas penilaian negatif dari pihak lain (fear of negative evaluation) dan orientasi terhadap identitas sosial (social identity) yang tinggi. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa pengaruh negatif yang ditimbulkan oleh materialisme terhadap komponen afeksi dan kesejahteraan psikologis, yakni: afeksi positif dan afeksi negatif ternyata akan menurun jika self-presentational concerns dikontrol secara statistik.

Berbagai hasil penelitian diatas pada akhirnya mendorong peneliti untuk melakukan studi mengenai pengaruh materialisme terhadap kesejahteraan psikologis (well-being) dengan memperhitungkan aspek self-presentational concerns di Indonesia. Hal ini perlu untuk dilakukan mengingat hasil penelitian terbaru di Indonesia (Palupi, 2005) menunjukkan bahwa tingkat orientasi konsumen Indonesia tergolong cukup tinggi

yakni sekitar 54,1 %.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 400 responden berusia 17 hingga 72 tahun. Pengumpulan data dilakukan melalui dua metode yakni secara konvensional dan online.

Sebelum analisis terhadap tujuan utama penelitian dilakukan, peneliti melakukan kajian psikometrik terhadap alat ukur materialisme yang selama ini digunakan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Hasil penelitian tersebut mendukung temuan Richins (2004) yang menyatakan bahwa short form Material Value Scale 9 item yang dikembangkan Richins memiliki kemampuan yang setara dengan long-form Material Value Scale yang terdiri 18 atau 15 item. Dengan menggunakan alat ukur tersebut dan beberapa alat ukur lainnya, diperoleh bukti bahwa self-presentational concerns merupakan variabel yang mempengaruhi hubungan antara materialisme dan kesejahteraan psikologis (well-being). Dengan kata lain, keinginan untuk memberikan impresi yang baik pada orang lain, mendorong banyak individu untuk mengejar materi yang dipandang sebagai lambang kesuksesan, inti kehidupan, dan sumber kebahagiaan mereka.