

OBAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada Era modern ini banyak orang menggunakan internet dan media sosial sebagai alat untuk menggali Informasi. Saat ini media televisi dan surat kabar mengalami banyak penurunan penggemarnya dikarenakan Informasi yang bisa dilihat menggunakan televisi atau media surat kabar sekarang bisa menggunakan Internet dimana berita *terupdate* tersajikan dengan cepat melalui Internet. Internet merupakan produk teknologi yang banyak di manfaatkan oleh masyarakat. Sebagai produk teknologi internet dapat memunculkan Jenis Interaksi sosial baru yang berbeda dari jenis Interaksi Sosial sebelumnya. Jika pada masa lalu masyarakat hanya bisa berkomunikasi *face to face communication* dan untuk Era modern ini masyarakat berinteraksi lewat dunia maya atau interaksi sosial *online*.¹

¹ Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial: Interaksi Indentitas dan Modal Sosial*, (Jakarta:Kencana Prenadamedia Group, 2016), h.3

Pengguna internet setiap tahunnya selalu meningkat mulai dari anak-anak hingga orang dewasa menggunakan internet untuk berbagai kebutuhan, saat ini pemanfaatan internet tidak hanya untuk berkomunikasi dengan orang-orang saja, tetapi bisa dimanfaatkan sebagai media sarana untuk pendidikan, berbisnis, bersosialisasi bahkan untuk berbelanja sehari-hari, tidak dapat dipungkiri bahwa pengaruh media sosial dan juga internet banyak memberikan kemudahan setiap harinya. Sosial media merupakan salah satu bentuk aplikasi dimana didalamnya memanfaatkan kecanggihan dan perkembangan aplikasi web 2.0 dari internet, salah satu jenis sosial yang paling banyak digunakan adalah jejaring sosial. Berdasarkan data laporan Hootsuite tren internet dan media sosial tahun 2021 di Indonesia tercatat pada bulan januari, Total Populasi (jumlah penduduk) 274, 9 juta, untuk Pengguna Mobile Connections 345,3 juta, Pengguna Internet 202,6 juta, dan yang terakhir ada pengguna Media Sosial Aktif sebanyak 170.0 juta.²

² Hootsuite and we are social 2020 : Indonesian Digital Report 2020, Di Akses pada Tanggal 29 April 2021 melalui <https://datareportal.com/digital-in-indonesia>

Selain itu usia produktif yang mendominasi penggunaan internet di Indonesia, menurut survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) adalah penduduk berusia 13 Tahun keatas berkisar 77.5% kedua penduduk berusia 18 tahun keatas dengan presentase 69.1 % dan terakhir ada penduduk berusia 16 sampai 64 Tahun dengan presentase 66.2 %. Di Indonesia sendiri rata- rata waktu yang dipakai untuk mengakses internet menurut laporan We Are Social sebanyak 8 jam 52 menit, urutan kedua yaitu menggunakan media sosial sebanyak 3 jam 14 menit, Rata-rata waktu melihat televisi berisi broadcast, streaming dan video tentang permintaan dan lain-lain yaitu 2 jam, 10 menit, untuk mendengarkan musik waktu yang di butuhkan sebanyak 1 jam 30 menit, dan untuk bermain game online ataupun offline sebanyak 1 jam 16 menit³.

Platforms yang paling aktif digunakan oleh masyarakat indonesia dengan presentase sebanyak 93,8 % dari jumlah populasi ialah media sosial *Youtube*, pengguna kedua adalah

³ Hootsuite and we are social 2020 : Indonesian Digital Report 2020, Di Akses pada Tanggal 29 April 2021 melalui <https://datareportal.com/digital-in-indonesia>

Whatsapp dengan jumlah presentase sebanyak 87,7%, pengguna ketiga adalah *Instagram* dengan jumlah presentase 86,6% pengguna keempat Media Sosial Facebook yaitu sebanyak 85,5 % dari jumlah populasi dan yang terakhir adalah *Twitter* dengan jumlah presentase 63.6 % dari jumlah populasi.⁴

Penggunaan media sosial saat ini tidak hanya dijadikan sarana untuk mencari informasi *terupdate* untuk kita nikmati, tetapi tempat untuk menunjukkan eksistensi diri kita dikehidupan dunia maya. Remaja merupakan salah satu yang berpotensi aktif dalam menggunakan situs jejaring internet. Dengan adanya media sosial dan kemudahan mengakses internet saat ini semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa bisa mengunggah foto atau apapun yang bisa ditampilkan di media sosial. Tidak hanya masyarakat biasa Artis Indonesia ataupun mancanegara bisa mengakses media sosial dan menampilkan aktivitas yang di unggah pada media sosial, mulai dari *Lifestyle*, kehidupan pribadi hingga ciri khas penampilannya. Gaya hidup

⁴ Hootsuite and we are social 2020 : Indonesian Digital Report 2020, Di Akses pada Tanggal 29 April 2021 melalui <https://datareportal.com/digital-in-indonesia>

yang berorientasi pada budaya barat merupakan gaya hidup yang di jadikan acuan oleh kalangan remaja, karena hal demikian banyak uang yang mereka keluarkan untuk menunjang penampilan mereka agar terlihat modis seperti panutannya di media sosial, namun saat ini banyak yang beranggapan bahwa semakin aktif dirinya di media sosial maka mereka akan di anggap semakin keren dan gaul, sedangkan kalangan remaja yang kurang aktif atau bahkan tidak aktif dalam media sosial sering sekali di anggap kuno atau ketinggalan zaman. Berkembang pesatnya teknologi dan arus informasi dengan cepat membuat masyarakat indonesia lebih terbuka terhadap pengetahuan global, tidak dapat di pungkiri bahwa dengan berkembangnya teknologi membuat peran media elektronik, cetak maupun online dapat mengubah gaya hidup seseorang. Gaya hidup berhubungan dengan cara kita melakukan, memiliki ,menggunakan dan menampilkan perilaku terkait dengan konsumsi dan pola konsumsi. Pada tataran normal gaya hidup berubah perlahan seiring berkembangnya zaman, namun

globalisasi mempengaruhi perubahan itu secara cepat terutama pada kelas menengah akibat dari media dan informasi terbuka⁵.

Adanya media sosial dan kemudahan dalam mengakses internet membuat semua orang mulai dari anak-anak hingga orang dewasa dengan mudahnya bermain media sosial, tanpa kita sadari internet adalah teknologi komunikasi dan informasi yang saat ini banyak digunakan. Dalam rentang waktu dan frekuensi yang berbeda-beda semua orang bisa dengan bebas mengakses media sosial sesuai kemauan dan kemampuan nya. Dari waktu dan frekuensi yang digunakan tersebut keaktifan media sosial membuat pengguna nya secara tidak sadar menggunakan waktu dan tenaga tidak selalu untuk kegiatan yang produktif, apalagi saat ini yang sedang diminati dan tren di masyarakat adalah *online shopping*. Adanya perkembangan serta inovasi kemudahan dalam berbelanja dan sebagainya dengan menggunakan media sosial membuat banyak perubahan yang terjadi kehidupan baik pada kalangan remaja ataupun usia

⁵Roza Karmila dkk, "Pengaruh Media Sosial dan Konsep Diri Terhadap Gaya Hidup Siswa SMAN 3 Kota Solok", Jurnal Civis: Media Kajian Kewarganegaraan, Vol 15 No 2, (Oktober 2018), Universitas Negeri Padang, h.121.

dewasa dimana hal tersebut dikarenakan waktu dan frekuensi yang mereka gunakan dalam mengakses media sosial, sebagai contoh jika dalam sehari waktu yang kita gunakan untuk menggunakan internet 5-10 jam, dalam waktu tersebutlah banyak perubahan yang secara tidak sadar dapat terjadi misalnya berbelanja, permasalahan itu dapat memicu terjadinya perilaku konsumtif.

Saat ini media sosial memiliki pengaruh besar terhadap perubahan gaya hidup remaja karena remaja lebih mengenal *tren* masa terkini dengan cepat melalui media sosial tanpa disadari hal tersebut menimbulkan perubahan gaya konsumtif pada kalangan remaja terutama perempuan. Fenomena perilaku konsumtif sering kali menyerang kalangan remaja dan juga mahasiswa dengan maraknya toko online shopping yang membuat para pengguna nya sering melakukan transaksi pembelian. Kebutuhan pada dasarnya memiliki 3 tingkatan, pertama adalah kebutuhan primer atau kebutuhan mendasar seperti sandang, pangan, papan, kedua adalah kebutuhan sekunder seperti televisi, motor, dan lain sebagainya dan yang

ketiga adalah kebutuhan tersier dimana kebutuhan tersier adalah kebutuhan yang diperuntukan untuk penunjang penampilan atau gaya hidup seperti tas mewah, liburan dan lain sebagainya. Kebutuhan remaja pada tingkatan normal hanyalah kebutuhan membeli peralatan penunjang pendidikan seperti alat tulis, buku pembelajaran dan lain sebagainya. Pada umumnya membeli sesuatu untuk memenuhi kebutuhan bukanlah hal yang negatif atau bahkan menjadi hal yang lumrah untuk semua orang, namun akan menjadi permasalahan ketika sedang memenuhi kebutuhan tersebut khususnya untuk mahasiswa atau remaja sekolah menengah keatas mengarah terhadap perilaku konsumtif.⁶

Teori Penggunaan dan kepuasan mengemukakan bahwa *audience* memiliki kebutuhan yang perlu di penuhi dalam penggunaan media, kebutuhan tersebut terdiri dari kebutuhan kognitif yaitu kebutuhan yang di dasarkan atas hasrat atau dorongan untuk memahami dan menguasai lingkungan. Kedua

⁶ Nur Fitriyani dkk, “*hubungan antara konformitas dengan perilakukonsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang.*”, Jurnal Psikologi, Vol 12 No 1, (April 2013), Universitas Diponegoro, h. 57.

ada kebutuhan Afektif yaitu kebutuhan yang selaras dengan kesenangan dan emosional saja, ketiga ada kebutuhan integrasi pribadi yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan kredibilitas, keempat ada kebutuhan integrasi sosial, yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan hal-hal yang didasarkan hasratnya untuk berafiliasi, dan yang terakhir kebutuhan pelarian, yaitu kebutuhan untuk melarikan diri dari kondisi emosi dan kurangnya dukungan sosial.⁷

Menurut Sembiring (2008) menjelaskan bahwa orang yang konsumtif tidak lagi mementingkan fungsi dan juga kegunaan ketika membeli barang tersebut, melainkan mementingkan prestise dari barang yang di beli nya. Dapat di artikan bahwa perilaku berkonsumsi boros dan berlebihan dimana lebih mengutamakan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan serta tidak adanya skala prioritas. Keinginan yang muncul untuk membeli sesuatu pada remaja biasanya

⁷ Nurdin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 183.

dipengaruhi oleh siaran iklan, media sosial, ataupun mengikuti teman karena berpenampilan sangat *staylish*⁸.

Soejatmiko (dalam Ervita, 2013: 2) menjelaskan bahwa konsumtivisme merupakan motivasi seseorang untuk berbelanja tidak lagi guna memenuhi kebutuhan dasarnya yang ia perlukan, melainkan terkait dengan hal lain yakni identitas. Remaja yang cenderung memiliki sikap perilaku konsumtif didasarkan karena belum menemukan jati diri, seperti bagaimana seharusnya dilakukan dan tidak dilakukan sehingga mereka hanya mengikuti bagaimana lingkungannya berperilaku.⁹

Irmasari (Dalam Annisa, 2018: 5) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif menimbulkan dampak negatif antara lain, adanya kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Kecemburuan sosial dapat terjadi ketika mereka

⁸ Nur Fitriyani dkk, “hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang.”, Jurnal Psikologi, Vol 12 No 1, (April 2013), Universitas Diponegoro, h. 56.

⁹ Ervita Rosari, Skripsi: “Konsumtivisme Wanita Dewasa Awal pada Tiga Wilayah Konsumsi: Primer, Sekunder, Tersier” (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2013), h.2.

melihat orang disekitarnya memiliki kemampuan lebih dalam membeli sesuatu, sedangkan dirinya tidak dikarenakan adanya faktor lain. Secara tidak langsung adanya kecemburuan sosial dapat menimbulkan penyakit sosial, ekonomi dan psikologi dan dalam beretika karena dapat menimbulkan kriminalitas.¹⁰

Indikator Untuk mengukur perilaku konsumtif sebagaimana yang di kemukakan oleh sumartono (2002:119) dalam Endang Dwi Astuti (2013) terdiri dari (1) membeli produk karena diiming-imingi hadiah, (2) membeli produk karena kemasannya menarik, (3) membeli produk karena demi menjaga penampilan dan gengsi (4) membeli produk atas pertimbangan harga (bukan berdasarkan kegunaan atau manfaatnya) (5) membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status (6) memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan (7) munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa

¹⁰ Annisa Adzkiya, Skripsi: "*Analisis Perilaku Konsumtif Dan Pendorongnya.*" (Jakarta: Universitas Uin Syarif Hidayatullah,2018),h.5

percaya diri yang tinggi (8) mencoba lebih dari 2 produk sejenis (merk berbeda).¹¹

Berdasarkan paparan di atas hal ini menarik untuk diteliti di karenakan pada tahun 2020 ini mulai dari maret hingga waktu yang belum ditentukan, perguruan tinggi negeri maupun swasta memberlakukan pembelajaran kepada mahasiswa dalam bentuk kuliah daring yaitu perkuliahan yang dilakukan secara *online*. Hal ini memberikan alasan konkrit untuk peneliti dikarenakan remaja mahasiswa memiliki waktu yang lebih banyak menggunakan *smartphone* untuk keperluan pembelajaran ataupun hal lain salah satu nya yaitu berbelanja, hal tersebut membuat remaja menjadi pengiat aktif perilaku konsumtif. Peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“Pengaruh Keaktifan Media Sosial terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Remaja”**. maka dari itu dengan adanya penelitian pembaca di harapkan dapat memudahkan mengkaji masalah-masalah pengaruh keaktifan media sosial terhadap perubahan gaya

¹¹ Rika Wahyuni dkk, “*pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di kecamatan lubuk begalung kota padang*”. Jurnal Benefita Vol 4 No 3, (Oktober 2019), Universitas Putra Indonesia, h. 551.

konsumtif remaja (survey pada Mahasiswa di Pandeglang-Banten).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah yaitu :

1. Adanya penyebab perilaku konsumtif
2. Gaya hidup yang mendorong seseorang berperilaku konsumtif

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian ini lebih fokus pada permasalahan tidak melebar dalam penelitaian, mengingat keterbatasan waktu, tenaga dan finansial. Maka peneliti hanya berfokus pada Variabel bebas (X) dan Variabel terikat (Y). dimana variabel X disini ialah media Sosial dan variabel Y disini adalah perilaku konsumtif Pembatasan dalam penelitian ini lebih di dasarkan pada tingkat kepentingan/ urgensi dari masalah yang di hadapi dalam penelitian ini. Penelitian ini dibatasi pada hal-hal sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada remaja di Pandeglang Banten sebagai objek.

2. Permasalahan yang dikaji hanya pada Pengaruh keaktifan Media sosial terhadap perubahan gaya hidup konsumtif remaja.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar Belakang Masalah dapat du buat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa Pengaruh Keaktifan Media sosial terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif remaja di Pandeglang Banten?
2. Seberapa besar pengaruh Keaktifan Media Sosial terhadap perubahan gaya hidup konsumtif remaja di Pandeglang Banten

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan Perumusan Masalah diatas, maka tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk Mengetahui adakah Pengaruh Keaktifan Media sosial terhadap Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Remaja di Pandeglang-Banten.

2. Untuk Mengetahui seberapa besar Pengaruh Keaktifan Media Sosial Terhadap Perubahan Gaya hidup Konsumtif Remaja di Pandeglang-Banten.

F. Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini di harapkan memiliki manfaat antara lain:

- a. Bagi Akademisi
 - a) Sebagai tambahan informasi dan referensi tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.
 - b) Dapat menambah khasanah atau wawasan ilmu pengetahuan bagi para pembaca tentang masalah perubahan gaya konsumtif dengan cara penggunaan secara aktif media sosial khususnya pada remaja.
 - c) Sebagai salah satu bentuk penelitian yang dapat menjadi dokumen di perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hassanudin Banten.
- b. Bagi Penulis
 - a) Penelitian ini dapat memenuhi pengetahuan dan pengalaman berharga bagi peneliti

- b) Sebagai wujud presentasi dari ilmu pengetahuan serta sarana untuk berbagi ilmu pengetahuan

G. Kerangka Pemikiran

Salah seorang ahli dalam bukunya *Business Research* mengemukakan bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang akan diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang lain akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan di teliti.¹²

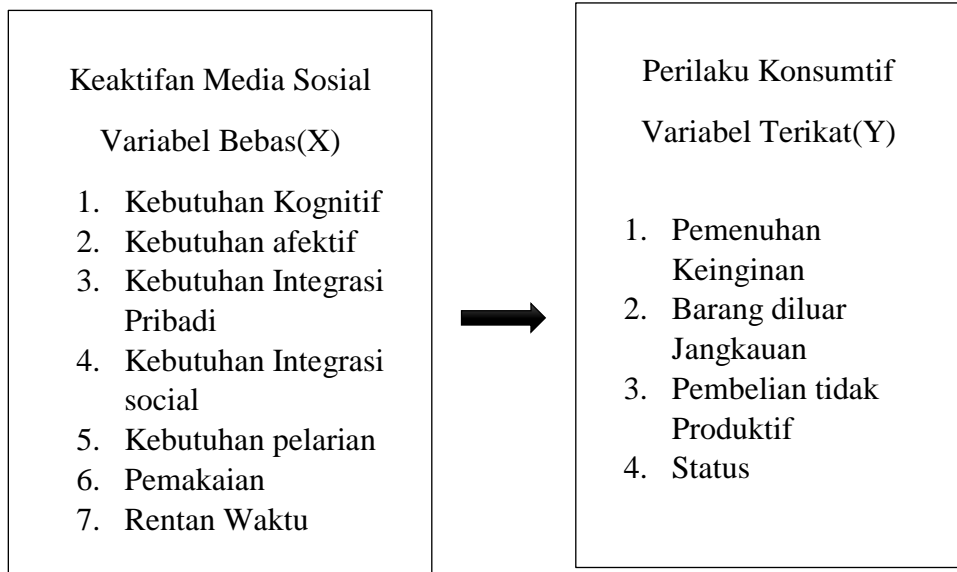
Kerangka berfikir dalam penelitian ini adalah :

Variabel Independent (X) : Keaktifan Media Sosial

Variabel Dependent (Y) : Perilaku Konsumtif

Berikut adalah kerangka pemikiran dari penelitian ini :

¹² Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 2014). H 117.



Dari kerangka penelitian dapat dilihat bahwa variabel yang akan digunakan yaitu dua variabel, meliputi satu variabel independen atau bebas dan satu variabel terikat atau dependen. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keaktifan Media Sosial (X), untuk indikator Kebutuhan terdapat berbagai macam kebutuhan dalam menggunakan media sosial untuk masing-masing individu. Untuk indikator jejaring sosial, dapat dilihat dari berapa jumlah akun media sosial yang dimilikinya. Agar indikator semakin lengkap maka perlu di ketahui juga jenis jejaring sosial mana yang paling banyak dimiliki dan paling banyak dipakai oleh mahasiswa.

Untuk indikator kedua, yaitu pemakaian atau intensitas penggunaan media sosial, dapat dilihat dengan seberapa sering pengguna online mengunjungi akun media. Angka tertinggi dari frekuensi *log-ins* menandakan bahwa ada penggunaan yang tinggi dari jejaring sosial, begitupula dengan frekuensi *log-ins* yang rendah dapat menandakan pengguna yang rendah pula dari situs media sosial. Indikator terakhir yaitu indikator aspek waktu, digunakan untuk mengetahui seberapa lama waktu yang dihabiskan oleh seseorang dalam sekali kunjungan ke akun media sosial nya.¹³ variabel terikat atau dependen ialah Perilaku Konsumtif (Y) perilaku mengkonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal dengan mendahulukan keinginan daripada kebutuhan yaitu keinginan keinginan yang sebenarnya kurang diperlukan. Tidak menuntaskan dalam pemakaiannya atau membeli barang dengan jenis yang sama namun dengan merk yang berbeda saat

¹³ Nur Aisyah dkk, “*pengaruh tingkat keaktifan penggunaan jejaring sosial terhadap Perilaku konsumtif siswa sman 9 surabaya dalam berbelanja Online.*”, Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Vol 2 No 3, Universitas Negeri Surabaya., h.4.

barang tersebut belum habis atau selesai digunakan. Didalam perilaku konsumtif.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan diperlukan agar didapat kejelasan dalam pembahasan masalah yang dihadapi, serta memudahkan dalam pembahasan penelitian, Dalam hal ini juga penulis memberikan sedikit gambaran materi yang akan penulis teliti. Adapun sistematika penulisan ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN : pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, Hipotesis, Metode Penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI : pada bab ini menguraikan tentang Media Sosial dan Perilaku Konsumtif mulai dari teori yang berkaitan dengan media sosial dan pembahasan mengenai perilaku konsumtif.

BAB III METODE PENELITIAN : pada bab ini menguraikan tentang waktu dan tempat penelitian, penentuan populasi dan

sampel, jenis metode penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN : pada bab ini berisi tentang deskriptif data, deskriptif semua variabel serta hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP : pada bab ini mengungkapkan kesimpulan dan saran