

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Gaya hidup menggambarkan bagaimana seseorang hidup di dunia saat ini. Ini seperti cara berbicara tentang apa yang kita lakukan dan bagaimana kita bertindak dalam kehidupan sehari-hari. Dalam banyak hal, gaya hidup yang ditampilkan oleh antar kelas sosial lainnya, bahkan ada kecenderungan kelas-kelas tersebut mengembangkan gaya hidup unik untuk membedakan dirinya dari kelas sosial lainnya.¹ Pesatnya perkembangan teknologi selama satu dekade terakhir membawa dampak besar terhadap industri, termasuk industri telekomunikasi. Tidak harus bertemu langsung untuk berinteraksi, tetapi bisa dengan menggunakan berbagai jenis media². Perkembangan teknologi saat ini memiliki dampak ganda yang signifikan. Pertama, teknologi memberikan manfaat yang besar kepada penggunanya dengan memudahkan kehidupan sehari-hari melalui inovasi seperti sistem komunikasi telepon seluler yang sangat kompleks. Kedua, sebaliknya, teknologi juga membawa risiko dan dampak negatif yang perlu diwaspadai. Contohnya, penggunaan telepon seluler yang berlebihan dapat menyebabkan ketergantungan dan gangguan kesehatan seperti masalah tidur dan gangguan mental. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk memahami secara mendalam implikasi positif dan negatif dari kemajuan teknologi ini guna mengambil keputusan yang bijak dalam penggunaannya.³

Ponsel pintar merupakan salah satu aspek dalam perkembangan teknologi saat ini, dan peningkatannya yang pesat menyebabkan kebutuhan manusia juga semakin

¹ J. Dwi Narwoko, "Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan", (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group), 2007, hlm.183.

² Khairunizam, dkk. "Perkembangan teknologi semakin maju dan cepat, terutama teknologi komunikasi", (Bandung:Surya Kencana), 2017.

³ Setiawati, Yuni Atmawati, "Pengaruh Penggunaan Handphone Terhadap Hasil Belajar Peserta Didik Pada Mata Pelajaran Pendidikan Kewarganegaraan", Jurnal Cendikia, 2022, Volume 14, No. 01, Hal. 67, Tersedia di <file:///C:/Users/ACER/Downloads/245-Article%20Text-1324-1-10-20220304.pdf>. diakses pada tanggal 13 Februari 2023, pukul 20:50.

meningkat dan kompleks. Salah satu teknologi yang mendapat perhatian dalam beberapa tahun terakhir adalah *smartphone*, hal ini tercermin dari peningkatan pengguna *smartphone*. Konsumen memiliki pilihan *smartphone* yang semakin beragam⁴. Saat ini telepon seluler sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat Indonesia kelas bawah, menengah, dan atas yang sudah menggunakan telepon seluler, apalagi harga yang ditawarkan sangat terjangkau. Maka dari itu akan dijelaskan pada Gambar 1.1 dibawah ini :

Gambar 1.1 Jumlah Pembelian Smartphone



Sumber : Jumlah Pelanggan *smartphone* di Indonesia (Bps.co.id,2020)

Dari data di atas terlihat bahwa jumlah pelanggan *smartphone* terus meningkat secara signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2018, jumlah *smartphone* di Indonesia mencapai 319,4 juta. Pada tahun 2019, jumlah *smartphone* di Indonesia meningkat sebesar 6,8% dibandingkan tahun sebelumnya menjadi 341,1 juta. Pada tahun 2020 dan 2021, jumlah *smartphone* di Indonesia terus meningkat, dan tren ini diperkirakan akan terus berlanjut pada tahun depan. Menurut Emarketer, Indonesia kini

⁴ Hartomo, "*Ilmu Sosial Dasar*". (Jakarta : PT Bumi Aksara), 2004, hlm 326.

menjadi pengguna *smartphone* terbesar kelima di dunia karena gaya hidup masyarakat yang semakin modern.

Saat ini, ponsel bukan sekedar teknologi komunikasi, namun mencerminkan hubungan emosional dan budaya yang melambangkan status sosial seseorang. Kita semua ingin mengupgrade ponsel kita ke model terbaru. Konsumsi tersebut merupakan salah satu bentuk berkembangnya *smartphone* sebagai produk teknologi komunikasi baru yang hadir di berbagai kalangan sosial dan menjadi ikon sosial.⁵

Penggunaan *smartphone* dikalangan mahasiswa sering kali menyimbolkan gengsi tersendiri terutama di dalam lingkungan kelompok pertemanan. Remaja yang menggunakan *smartphone* dianggap di dalam lingkungan pertemanan sebagai seseorang yang dianggap gaul ataupun karena menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Perlu dipahami bukanlah *smartphone* yang membentuk suatu posisi-posisi remaja dalam hubungannya dengan lingkungan pertemanannya melainkan adanya suatu legitimasi yang terbentuk secara sosial dalam proses interaksi diantara mahasiswa bukanlah faktor subjektif individu maupun objektif kebendaan dari *smartphone*, melainkan sebuah reproduksi status sosial yang terbentuk dari pengetahuan dan pengalaman dari masing-masing remaja yang disampaikan melalui praktik-praktik penggunaan *smartphone* di dalam proses interaksi sesama mahasiswa.⁶

Beberapa produsen memanfaatkan karakteristik remaja untuk memasuki pasar yang potensial ini. Produsen menggunakan strategi pemasaran yang dirancang khusus untuk menarik minat remaja, yang sering kali lebih mudah tergiur oleh iklan dan tren yang diikuti oleh teman-temannya. Selain itu, remaja cenderung memiliki perilaku konsumtif yang tidak realistis, yang menyebabkan sering membuang-buang uang. Kebiasaan membeli produk di kalangan remaja ini semakin marak, terutama di kalangan remaja yang orang tuanya berasal dari latar belakang ekonomi yang relatif

⁵ Nurudin, “*Sistem Komunikasi Indonesia*”, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada), 2004, Hlm.187.

⁶ Ilham Hidayatulloh, “*Status Remaja Pengguna Smartphon*”. Universitas Padjajara, 2017.

kaya. Dengan daya beli yang lebih tinggi, remaja dari keluarga kaya cenderung lebih sering membeli produk-produk yang mereka inginkan tanpa banyak pertimbangan. Hal ini menjadikan remaja sebagai target utama bagi produsen untuk memasarkan produk mereka secara agresif.⁷

Seperti kita ketahui bersama, produk *smartphone* semakin digemari masyarakat karena memudahkan dalam berkomunikasi. Oleh karena itu, telepon seluler merupakan *smartphone* yang mempunyai fungsi layaknya komputer dan didukung oleh sistem operasi yang canggih. Perbedaan *smartphone* dengan telepon biasa adalah telepon seluler merupakan perangkat bergerak yang memungkinkan penggunanya menggunakan koneksi telepon dan data internet secara bersamaan untuk tetap terhubung. Pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.⁸ Sebagian besar faktor-faktor ini berada di luar kendali pemasar, namun harus dipertimbangkan. Selain itu, keputusan pembelian dipengaruhi oleh empat faktor psikologis penting: motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

Pada penelitian ini peneliti berfokus meneliti sebuah universitas bernama Jakarta Business School. Alasan peneliti memilih Jakarta Business School karena Jakarta Business School berdiri di sebuah pusat perkantoran yang dimana perkantoran tersebut tergolong berkembang dan elit, selain itu berdasarkan observasi peneliti universitas tersebut dapat dikatakan perilaku konsumtif penggunaan *smartphone*. Selanjutnya peneliti memfokuskan penelitian ini terhadap mahasiswa dan mahasiswi di universitas tersebut. Karena mahasiswa dan mahasiswi merupakan objek utama penggunaan *smartphone* yang dimana pada saat ini berkembang pesat.

⁷ Wahyu Firmansyah, "Pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku pembelian pakaian". Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.

⁸ Kotler dan Armstrong, "Ponsel pintar menjadi gaya hidup" [http://rotasinews.com/ponsel-pintar-jadi-gaya-hidup/\(2007:200\)](http://rotasinews.com/ponsel-pintar-jadi-gaya-hidup/(2007:200)), diakses (13 Februari 2023).

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa Jakarta Business School sebagai universitas elit dan memiliki kerja sama dengan salah satu kampus di Malaysia yaitu university Sultan Azlan Shah. Jakarta Business School (JBS) merupakan sekolah bisnis dengan pendekatan ilmu yang modern, kreatif, cerdas dan aplikatif sehingga menghasilkan lulusan yang dibutuhkan di dunia industri dan wirausaha yang memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat setempat. Program akademik yang ditawarkan JBS dibuat berdasarkan standar kualitas pendidikan global.⁹

Selain itu, dalam kondisi ini dilihat bahwa mahasiswa dan mahasiswi berdasarkan gaya hidup konsumtif dan tingkat ekonominya, hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi antara tingkat ekonomi dan pola konsumsi. Mahasiswa dan mahasiswi dengan tingkat ekonomi yang lebih tinggi cenderung memiliki gaya hidup konsumsi yang lebih luas, termasuk belanja untuk pembelian barang mewah, aktivitas rekreasi, dan hiburan. Di sisi lain, mahasiswa dan mahasiswi dari latar belakang ekonomi rendah cenderung mengalami pembatasan dalam gaya hidup konsumtif mereka, dengan prioritas yang lebih besar pada kebutuhan dasar seperti pendidikan dan sandang-pangan.

Di Jakarta Business School sudah banyak berbagai macam motif jenis *smartphone*. Ada banyak merek *smartphone* yang beredar di pasaran saat ini, antara lain Apple, Samsung, Xiaomi, Huawei, Asus, Lenovo, Sony, Oppo, Vivo, Advan, LG, dan masih banyak lagi. Tersedia banyak merek di pasaran menandakan persaingan perusahaan *smartphone* ini sangat ketat. Jika perilaku seperti ini terus berlanjut maka sikap egois dan sombong akan mulai terbentuk pada diri siswa lain, dan motivasi dapat memberikan pengaruh dan kekuatan pada individu tersebut untuk melakukan sesuatu.¹⁰

Data awal menunjukkan bahwa banyak mahasiswa Jakarta Business School yang beralih ke ponsel berkualitas tinggi karena ponsel tersebut memungkinkan

⁹ Tentang Kami, "Jakarta Business School". <https://jbs.ac.id/about-us/>. Diakses pada Rabu. 08-11-2023.

¹⁰ Jhon Wilson, Loc.Cit

mereka melakukan tugas di luar kemampuan ponsel sebelumnya. Dulunya ponsel hanya bisa digunakan untuk SMS dan menelepon, namun saat ini *smartphone* bisa disamakan dengan laptop dan komputer karena fungsinya yang hampir sama. Ponsel pintar terus berkembang, mulai dari fungsi hingga bentuknya. Perkembangan yang meningkat ini juga terkait dengan penggunaan kartu untuk mengoperasikan telepon seluler.¹¹ Peneliti menemukan bahwa beberapa faktor mempengaruhi keputusan pembelian ponsel mahasiswa, antara lain faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.¹²

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti bahwa Jakarta Business School ini memiliki faktor budaya yang kental dengan *highclass* karena melihat dari segi *circle* mahasiswanya. Sedangkan faktor sosial peneliti menjelaskan pola kehidupan yang terjalin atau terbangun di dalam mahasiswa tersebut. Selanjutnya itu hasil observasi peneliti juga membahas mengenai faktor pribadi terjadi pada mahasiswa karena pilihan Pilih produk sesuai dengan gaya hidup, situasi keuangan, dan pendapatan seseorang.

Terakhir itu berdasarkan hasil observasi peneliti menemukan faktor psikologis pada mahasiswa dalam pembelian produk *smartphone* yaitu mahasiswa membeli *smartphone* tidak untuk melihat kegunaan dari *smartphone* tersebut, tetapi mahasiswa menggunakannya sebagai *lifestyle* dan unjuk kepameran. Di Indonesia, masyarakat sangat beragam dan setiap orang mempunyai kedudukan yang relatif berbeda-beda, sehingga penting untuk berupaya memperoleh status sosial. Tidak dapat dipungkiri bahwa baik individu maupun kelompok mencari status yang jelas untuk membedakan dirinya dengan orang lain. Karena mereka ingin dihargai dan dicintai oleh lingkungan sosialnya.

¹¹ Nurudin, “*Sistem Komunikasi Indonesia*” (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada), 2004, Hlm 188.

¹² I Gusti Ngurah Kusuma Yudha Utama. “*Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli Smartphone*”. Bali. 2006, Hlm 30.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas tentang bagaimana *smartphone* mengekspresikan gengsi di kalangan mahasiswa, maka peneliti penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor yang mendorong mahasiswa Jakarta Business School dalam membeli *smartphone*?
2. Bagaimana *smartphone* sebagai gaya hidup di kalangan mahasiswa Jakarta Business School?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Dapat menjelaskan faktor mahasiswa dalam membeli *smartphone*
2. Untuk mengetahui bagaimana *smartphone* sebagai gaya hidup di kalangan mahasiswa swasta Jakarta Business School

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Manfaat penelitian ini adalah untuk memajukan penelitian di bidang sosiologi ekonomi, khususnya dalam mempertimbangkan permasalahan gaya hidup berdasarkan daya beli ponsel pintar. Kajian ini juga merupakan bagian dari penerapan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan.

1.4.2 Manfaat Praktisi

1. Bagi Institut Jakarta Business School : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa Jakarta Business School dalam membeli *smartphone*.
2. Bagi Institut/Universitas lain : diharapkan penelitian ini dapat memberikan serta merekomendasikan apa saja faktor dalam membeli *smartphone*
3. Bagi Masyarakat : Agar masyarakat lebih kritis dan lebih tertarik untuk membeli *smartphone*.

4. Bagi peneliti selanjutnya : Kami berharap penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi penelitian serupa, dengan fokus pada penelitian serupa. *Smartphone* sebagai gaya hidup konsumtif pada kalangan mahasiswa.

1.5 Tinjauan Pustaka Sejenis

Dalam menyelesaikan penelitian, peneliti menggunakan beberapa jenis literatur sejenis sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi peneliti. Tinjauan literatur serupa juga dapat membantu memperdalam dan mensintesis apa yang dibahas dalam penelitian dan mengidentifikasi persamaan dan perbedaan antara literatur yang digunakan peneliti sebagai referensi.

Penelitian pertama yang digunakan oleh peneliti adalah jurnal yang berjudul “Research Note: A Need or a Status Symbol? Use of Cellular Telephones in Turkey (Kebutuhan atau Simbol Status? Penggunaan Telepon Seluler di Turki)”. Jurnal ini membahas mengenai motif di balik penggunaan ponsel dan kepuasan yang diperoleh pengguna di Turki.¹³ Diduga penggunaan ponsel sebagai simbol status lebih penting daripada motif lain yang mempengaruhi tingkat penggunaan secara negatif. Sampel terdiri dari 630 pengguna ponsel, berusia 18 tahun atau lebih, dipilih secara acak di kota Konya. Hasilnya memverifikasi pentingnya status/relaksasi dan keamanan/kemasyarakatan sebagai motif penggunaan ponsel. Sementara motif status/relaksasi berhubungan negatif, motif keamanan/sosial menunjukkan hubungan positif dengan tingkat penggunaan total. Penghasilan, pengalaman sebelumnya dengan ponsel, merek handset, penggunaan di tempat kerja dan di dalam mobil juga dianggap penting dalam menentukan tingkat penggunaan.

Hasil penelitian pada jurnal ini menunjukkan Tiga motif muncul sebagai alasan untuk menggunakan ponsel: status/ relaksasi, perantaraan/bisnis dan keamanan/sosial.

¹³ Yusuf Ziya Özcan dan Abdullah Kocak “Research Note: A Need or a Status Symbol? Use of Cellular Telephones in Turkey (Kebutuhan atau Simbol Status? Penggunaan Telepon Seluler di Turki)”. Jurnal Internasional Komunikasi, Tahun 2024, Volume 200 No. 318.

Pendapatan ditemukan berpengaruh terhadap tingkat penggunaan aktif walaupun hubungan antara pendapatan dan tingkat penggunaan tidak linier sempurna. Itu adalah kasus bahwa orang dengan pendapatan terendah lebih sering menggunakan ponsel mereka daripada kelompok pendapatan lebih tinggi berikutnya. Pengalaman sebelumnya dengan telepon seluler penting untuk perilaku bertelepon karena individu yang lebih berpengalaman memanfaatkannya lebih banyak. Lokasi dimana pengguna telepon seluler sering menggunakan teleponnya tampaknya penting dalam kaitannya dengan tingkat penggunaan. Penggunaan di tempat kerja dan di dalam mobil sangat penting. Memiliki tempat kerja sebagai faktor yang meningkatkan tingkat penggunaan tidak terduga, mengingat. Motif status/relaksasi berhubungan negatif dengan tingkat penggunaan, semakin banyak ponsel yang dimiliki untuk tujuan pameran, semakin rendah penggunaan secara keseluruhan, yang menegaskan cara yang disarankan untuk menghitung tingkat penggunaan sebagai aktif, pasif dan total, terutama untuk negara-negara berkembang. Temuan menunjukkan bahwa keamanan/ kemasyarakatan signifikan sebagai motif dalam penggunaan ponsel.

Literatur kedua “Analisis Gaya Hidup Hedonistik di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Filsafat Universitas Pembangunan Panka Budi Medan)” oleh Danny Abrianto dan Vinna Salwa Alani Alrashid. Jurnal ini menggambarkan gaya hidup hedonis mahasiswa (Studi kasus: Mahasiswa Filsafat Universitas Pembangunan Panka Budi). Dan kelompok pelajar ini lebih menyukai kehidupan yang penuh dengan kesenangan. Kenikmatan duniawi lebih diutamakan daripada kenikmatan intelektual. Gaya hidupnya selalu mewah, dan ia selalu bersenang-senang, nongkrong di kafe, berbelanja, dan bergabung dengan kelompok sosial kelas atas. Selain itu, mahasiswa dalam kelompok ini selalu mengikuti tren dan mengikuti perkembangan

global di bidang fashion, teknologi, dan lainnya. Faktor yang mempengaruhi gaya hidup siswa dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.¹⁴

Berdasarkan temuan penelitian ini, gaya hidup hedonistik mahasiswa Filsafat UNPAB-Medan antara lain menghabiskan waktu bersama teman-teman di kafe-kafe kelas atas, selalu mengikuti tren dan perkembangan globalisasi, serta memakai barang-barang bermerek. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis ini dapat dibedakan menjadi dua bagian. Salah satunya adalah faktor internal siswa itu sendiri seperti sikap, pengalaman, kepribadian, dan citra diri. dan faktor eksternal mahasiswa itu sendiri seperti kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan budaya. Peneliti menganalisis gaya hidup hedonis mahasiswa filsafat UNPAB-Medan. Mereka mengaku menjalani gaya hidup hedonistik akibat pertemanannya, bahkan mungkin terkesan hedonistik saat menghabiskan waktu bersama teman-teman hedonistik. dan ingin menjadi terkenal di kalangan teman lain juga.

Literatur ketiga berjudul “Smartphone Sebagai Gaya Hidup Lulusan Fakultas Keperawatan STIKPER Gung Sari 2014” yang ditulis oleh Racmat Tri Wahyu Thalip. Tulisan ini memaparkan data awal yang menunjukkan banyak mahasiswa STIKPER Gunung Sari yang beralih ke *smartphone*. Ini karena ponsel ini memungkinkan Anda melakukan tugas-tugas yang berada di luar kemampuan ponsel sebelumnya. Dulunya ponsel hanya bisa digunakan untuk SMS dan menelepon, namun kini *smartphone* bisa dikatakan memiliki fungsi yang hampir sama dengan laptop atau komputer.¹⁵

Hasil dari penelitian ini adalah *smartphone* selain sebagai gaya hidup, juga menjadi pilihan populer bagi pelajar untuk mengakses Internet melalui perangkat seluler, karena alasan seperti gaya, hiburan, kebutuhan, atau sekadar mengikuti tren, dibandingkan dengan fungsi utama dari ponsel pintar itu sendiri menjadi sebuah

¹⁴ Danny Abrianto dan Vinna Salwa Arani Ar-rasyid “Analisis Gaya Hidup Hedonisme Di kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Filsafat Universitas Pembangunan Panca Budi Medan)”, Jurnal Pendidikan Islam, <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ARRASYID>, E-ISSN : 2808-8328.

¹⁵ Racmat Tri Wahyu Thalip, “Smartphone Sebagai Gaya Hidup Di Kalangan Mahasiswa STIKPER Gung Sari Jurusan Keperawatan Angkatan 2014”, Skripsi Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar.

kebutuhan. Kami hanya menggunakan ponsel cerdas untuk mengikuti teman-teman kami dan terpengaruh oleh tren dan perkembangan saat ini. Faktor besar lainnya yang mendorong orang berpartisipasi melalui ponsel pintar adalah *prestise*. Hal ini juga memperhitungkan peningkatan kehidupan pengguna melalui penggunaan ponsel pintar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup mengembalikan pemikiran informan tentang suatu benda dan menunjukkan keberadaannya. Hal ini membuktikan apa yang dikatakan Husserl bahwa setiap orang memberikan suatu kesempatan pada suatu objek, dalam hal ini *smartphone* yang digunakan, untuk menggambarkan dirinya. Kelebihan dan manfaatnya pun berbeda-beda tergantung orangnya, dalam hal ini informan atau mahasiswa yang menggunakan *smartphone* di STIKPER Gunung Sari.

Literatur keempat adalah jurnal yang ditulis oleh Nadia Afra Ulfairah yang berjudul “Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Kecamatan Sutera”. Jurnal ini membahas bagaimana hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Kecamatan Sutera.¹⁶

Hasil dari penelitian ini adalah Gaya hidup hedonis terbukti berhubungan dengan perilaku konsumsi mahasiswa di wilayah Stella. Dengan kata lain, semakin masyarakat menyukai gaya hidup hedonis, maka perilaku konsumsinya akan semakin canggih. Hal sebaliknya juga terjadi. Semakin menurun gaya hidup hedonis maka semakin rendah pula perilaku konsumsinya. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis berhubungan dengan perilaku konsumsi mahasiswa di wilayah Stella. Hal ini terlihat dari hasil perhitungan regresi linier sederhana dengan tingkat signifikansi sebesar 0,026%.

Literatur kelima adalah thesis yang ditulis oleh Resti yang berjudul “Penggunaan Smartphone Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau”. Thesis ini membahas mengenai melihat penggunaan

¹⁶ Nadia Afra Ulfairah, “Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Kecamatan Sutera”, Jurnal Universitas Negeri Padang, Tahun 2021, Vol 5 No. 2.

smartphone di kalangan pelajar. Adapun permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah pertama, alasan mahasiswa memilih smartphone sebagai sarana komunikasi dan informasi mahasiswa. Kedua, bagaimana penggunaan siswa yang menggunakan smartphone.¹⁷

Hasil dari penelitian ini adalah globalisasi memberikan dampak besar terhadap perkembangan dan pertumbuhan dunia sosial dan bisnis, terutama yang membutuhkan informasi untuk memahami perkembangan dunia. Penggunaan *smartphone* tidak hanya sebagai sarana informasi dan komunikasi saja, namun juga untuk keperluan sosial dan gaya hidup. Konon jika memiliki smartphone, Anda bisa memantau apa yang terjadi di dunia maya.

Literatur keenam adalah jurnal yang ditulis oleh Mira Nurazijah, Syaipia Lailla Nur Fitriani dan Tin Rustini yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa”. Jurnal ini menggambarkan masyarakat di tengah perkembangan informasi dan teknologi yang berdampak pada kehidupan dengan segala kenyamanannya. Namun karena kemudahannya, tak heran jika masyarakat memiliki keinginan untuk mengikuti tren saat ini dan beralih ke gaya dan sikap yang lebih hedonistik yang mengutamakan kepuasan diri sendiri. Ketika gaya ini dipraktikkan, terjadilah perilaku konsumen dimana masyarakat ingin mengeluarkan uang tanpa memikirkan bagaimana uang tersebut akan digunakan. Penelitian telah dilakukan untuk mengetahui tingkat gaya hedonis yang mendorong perilaku konsumen. Metode yang digunakan adalah metode campuran, yaitu gabungan pendekatan kuantitatif dan kualitatif.¹⁸

¹⁷ Resti, “*Penggunaan Smartphone Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*”, Thesis Jurusan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Tahun 2015, Vol 2 No. 1.

¹⁸ Mira Nurazijah, Syaipia Lailla Nur Fitriani dan Tin Rustin, “*Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa*”, Journal on Education, Tahun 2023, Vol 05, No. 02, Januari-Februari.

Hasil penelitian ini adalah menemukan bahwa perkembangan saat ini semakin memudahkan segala bentuk budaya untuk merambah ke masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, tidak heran jika mereka membentuk gaya hidup yang senantiasa mengikuti tren dan hal-hal baru. Ada pula perilaku yang hanya dilakukan begitu saja, atau disebut juga perilaku konsumen, dalam rangka mewujudkan keinginannya, dan tidak dianggap benar-benar bermanfaat bagi kesejahteraan seseorang. Hasil survei menunjukkan bahwa responden selalu ingin mendapatkan apa yang diinginkannya, namun bukan berarti ingin mengikuti tren gaya terkini. Responden mengatakan hal tersebut bukanlah hal yang berlebihan, dan bukanlah gaya hidup yang bertujuan untuk kesenangan belaka.

Literatur ketujuh adalah jurnal yang ditulis oleh James E. Katz and Satomi Sugiyama. Yang berjudul “Mobile Phones as Fashion Statements: The Co-creation of Mobile Communication’s Public Meaning (Ponsel sebagai 5 Pernyataan Mode: Penciptaan Bersama Publik Komunikasi Seluler)”. Jurnal ini membahas mengenai komunikasi seluler publik sebagai fenomena frontstage dan back-stage. Kami menjelajahi estetika desain ponsel dari sudut pandang asal komersialnya dan interpretasi ulang publik, menekankan mode dan identitas dalam kreasi bersama dan konsumsi teknologi komunikasi seluler. Ponsel dalam konteks ini dianalisis baik sebagai ikon fisik maupun sebagai item tampilan dekoratif yang berkaitan dengan fashion dan desain. Kita mulai dengan mencatat bagaimana telepon awal, karena memungkinkan orang berkomunikasi secara efisien dari jarak jauh, berfungsi sebagai simbol status.¹⁹

Hasil dari penelitian ini adalah membahas bentuk fashion dan personalisasi citra ponsel. Analisis ini adalah hubungan yang lebih tepat antara etos industri (memasarkan simbol status futuristik) dan penerimaan populer serta penciptaan

¹⁹ James E. Katz and Satomi Sugiyama, “Mobile Phones as Fashion Statements: The Co-creation of Mobile Communication’s Public Meaning (Ponsel sebagai 5 Pernyataan Mode: Penciptaan Bersama Publik Komunikasi Seluler)”, Jurnal Internasional CSCW, Tahun 2018, Volume 31-20.

bersama teknologi komunikasi. Selain itu, kami juga berusaha menyoroti estetika seni rakyat dan penggunaan apa yang telah menjadi perangkat yang sangat penting dan signifikan secara sosial. Kami telah menunjukkan, dari dimensi budaya rakyat, berbagai upaya artistik untuk membuat perangkat bersama. Dengan cara ini tidak hanya menjadi alat komunikasi tetapi juga (tergantung keadaan) simbol status dan pernyataan nilai individu. Ini adalah pernyataan mode sebanyak pilihan pakaian seseorang. Analisis ini berbeda dengan teori masyarakat massa, dan studi budaya tentang penindasan, yang keduanya cenderung menyarankan bahwa konsumen adalah sapi pasif, yang diperah oleh perusahaan besar. Sebaliknya, kami menemukan jalinan adopsi, modifikasi, dan sulaman yang kaya. Tentu kita pasti paham itu handphone sebagai upaya dekoratif bukanlah dorongan universal; banyak pengguna hanya menerima ponsel sebagai item "di luar rak". Mereka menganggap telepon tidak memiliki minat yang melekat atau keindahan intrinsik. Mereka juga menahan diri untuk tidak menggunakan dan menampilkannya saat ada orang lain.

Literatur kedelapan adalah artikel yang ditulis oleh L Srivastava. Yang berjudul "Mobile phones and the evolution of social behaviour (Ponsel dan Evolusi Perilaku Sosial)". Artikel ini membahas tentang ponsel saat ini adalah alat yang meresap. Ini telah menjadi aspek penting dari kehidupan sehari-hari pengguna yang telah berubah dari sekadar '*objek teknologi*' menjadi "*objek sosial*".²⁰

Hasil dari penelitian ini adalah tidak ada perkembangan teknologi yang dapat eksis dalam kekosongan. Tidak ada kemajuan teknologi yang mungkin terjadi tanpa efek pada masyarakat. Saksikan perubahan yang dibawa oleh bubuk mesiu, listrik, radio, dan telepon tetap secara bergantian. Saat ini, tenaga nuklir, roket, Internet, dan ponsel yang berada di garis depan. Besok, kita tidak tahu. Ponsel telah meratakan struktur hierarkis tradisional dan meningkatkan aksesibilitas ke institusi politik,

²⁰ L Srivastava, "Mobile phones and the evolution of social behaviour (Ponsel dan Evolusi Perilaku Sosial)", Artikel Internasional Dalhousie University, Tahun 1999, Geneva 20, CH-1211, Switzerland.

memungkinkan individu untuk memilih atau mengajukan keluhan kepada pihak berwenang secara langsung.

Literatur kesembilan adalah jurnal yang ditulis oleh Roberto Pedone dan Rosaria Conte. Yang berjudul “Dynamics of Status Symbols and Social Complexity (Dinamika Simbol Status dan Kompleksitas Sosial)”. Jurnal ini membahas mengenai versi simbolik dari efek Simmel telah dieksplorasi melalui simulasi komputer. Efek Simmel mengacu pada dinamika simbol status dalam masyarakat yang tertata secara hierarkis. Fenomena ini disoroti oleh sosiolog Georg Simmel, ketika dia mencoba menjelaskan difusi dan penurunan mode yang cepat. Simmel berhipotesis bahwa ketidakstabilan mode dihasilkan dari tindakan gabungan peniruan anggota status yang lebih tinggi dan pembedaan dari anggota status yang lebih rendah.²¹

Hasil dari penelitian ini adalah *symbol status* yang mencirikan tingkat hierarki agen didefinisikan sebagai lokasinya pada kisi dua dimensi. Tidak diragukan lagi, metafora spasial memungkinkan efek minat dimodelkan dalam bentuk yang cukup abstrak dan sederhana. Singkatnya, berkat efek Simmel, difusi simbol status tidak menaungi perbedaan sosial. Hal ini tampaknya disebabkan oleh perilaku kelas “menengah” yang kompleks (campuran), yang sebagian memiliki perilaku kelas atas dan sebagian perilaku kelas bawah.

Literatur kesepuluh adalah artikel yang ditulis oleh Erzsébet Dani. Yang berjudul “Smartphones and social media as status symbol of Gen Z (Smartphone dan media sosial sebagai simbol status Gen Z)”. Artikel ini membahas mengenai Smartphone yang telah mengarah pada pembentukan kebiasaan dan pola perilaku baru dan menjadi alat komunikasi yang paling luas saat ini. Mereka juga muncul sebagai simbol status di antara generasi Z dan Alpha. Alat ini memainkan peran penting dalam kehidupan generasi muda dan berdampak pada platform media sosial; yang telah

²¹ Roberto Pedone dan Rosaria Conte, “*Dynamics of Status Symbols and Social Complexity (Dinamika Simbol Status dan Kompleksitas Sosial)*”, Jurnal Internasional Sagepub, National Research Council, Tahun 2000, Volume 19, Issue 3.

menyebabkan pertanyaan lebih lanjut.²² Hasil dari penelitian ini adalah smartphone memainkan peran yang semakin penting dalam kehidupan generasi Z dan Alpha di mana karakter "*tanda cinta*" sangat kuat hadir. Dengan produk prestise, citra yang diinginkan mudah dicapai dan ditransmisikan di dunia digital. Prevalensi influencer di kalangan anak muda, yang dapat dianggap sebagai profesi baru di abad ke-21, memberikan dasar yang bagus untuk berbagi.

Tabel 1.1
Tinjauan Pustaka Sejenis

No	Nama Peneliti dan Judul	Teori Yang Digunakan	Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Yusuf Ziya Özcan dan Abdullah Kocak "Research Note: A Need or a Status Symbol? Use of Cellular Telephones in Turkey (Kebutuhan atau Simbol Status? Penggunaan Telepon Seluler di Turki)".	Teori Penggunaan dan Gratifikasi	Kuantitatif	Persamaannya melihat motif penggunaan smartphone yang melatarbelakangi munculnya status simbol sosial dalam kehidupan,	Perbedaannya lebih detail dalam mendeskripsikan penggunaan smartphone.
2	Danny Abrianto dan Vinna Salwa Arani Ar-rasyid "Analisis Gaya Hidup Hedonisme Di kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Filsafat Universitas Pembangunan Panca Budi Medan)".	Teori Hedonistic	Kuantitatif	Persamaannya Membahas mengenai faktor pengaruh pembelian smartphone atau pengaruh hedonism di kalangan mahasiswa.	Perbedaannya Subjek penelitian ini lebih membahas tentang bentuk bentuk gaya hidup hedonisme dikalangan mahasiswa
3	Racmat Tri Wahyu Thalip "Smartphone Sebagai Gaya Hidup Di Kalangan Mahasiswa	Teori Fenomenologi	Kualitatif	Persamaannya Membahas mengenai kegunaan smartphone dan	Perbedaannya terletak pada subjek penelitian mengenai pandangan islam

²² Erzsébet Dani, "*Smartphones and social media as status symbol of Gen Z (Smartphone dan media sosial sebagai simbol status Gen Z)*", Artikel Internasional University of Debrecen, Hungary.

	STIKPER Gung Sari Jurusan Keperawatan Angkatan 2014”.			berfokus pada gaya hidup	
4	Nadia Afra Ulfairah “Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Kecamatan Sutera”	Teori Perilaku Konsumtif	Kuantitatif	Persamaannya gaya hidup hedonis dan perilaku konsumsi mahasiswa	Perbedaannya terletak pada pembahasan fashion pakaian mahasiswa.
5	Resti “Penggunaan Smartphone Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau”.	Teori Perubahan Sosial	Kuantitatif	Persamaannya Membahas motif lain penggunaan smartphone di kalangan mahasiswa,	Perbedaannya terletak pada pembahasan mengenai pengaruh globalisasi
6	Mira Nurazijah, Syaipia Lailla Nur Fitriani dan Tin Rustini “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa”.	Teori Hedonisme	Mixed method (Kuantitatif dan Kualitatif)	Persamaannya terletak pada pembahasan pengaruh hedonisme yang mengakibatkan ingin mendapatkan apa yang diinginkan.	Perbedaannya terletak pada fokus kajian yang dilakukan dan metode kajiannya.
7	James E. Katz and Satomi Sugiyama. “Mobile Phones as Fashion Statements: The Co-creation of Mobile Communication’s Public Meaning (Ponsel sebagai Pernyataan Mode: Penciptaan Bersama Publik Komunikasi Seluler)”.	Teori Kelas Kenyamanan	Kualitatif	Persamaannya terletak pada pembahasan bahwa perkembangan smartphone semakin berkembang,	Perbedaannya terletak pada pembahas bentuk fashion dan personalisasi citra ponsel.
8	L Srivastava. “Mobile phones and the evolution of social behaviour (Ponsel dan Evolusi Perilaku Sosial)”.	Teori Perubahan Sosial	Kualitatif	Persamaannya terletak pada peran smartphone dan perubahan perilaku,	Perbedaannya terletak pada lebih detail dalam mendeskripsikan

					perkembangan teknologi.
9	Roberto Pedone dan Rosaria Conte. "Dynamics of Status Symbols and Social Complexity (Dinamika Simbol Status dan Kompleksitas Sosial)".	Teori Interaksi Sosial	Kuantitatif	Persamaannya Membahas mengenai simbol status dan teori hierarki,	Perbedaannya Lebih detail menjelaskan tingkatan pada teori hierarki
10	Erzsébet Dani. "Smartphones and social media as status symbol of Gen Z (Smartphone dan media sosial sebagai symbol status Gen Z)".	Teori Masyarakat Konsumtif	Kuantitatif	Persamaannya terletak pada peran smartphone dan pengaruh kepada kehidupan sosial	Perbedaannya terletak pada cara mempromosikan dan memilih smartphone dalam kehidupan Gen Z

Sumber : Hasil Kategorisasi Peneliti Berdasarkan Tinjauan Penelitian Sejenis, 2023.

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1 Smartphone

Smartphone merupakan perangkat elektronik portabel yang menyediakan fungsionalitas tingkat lanjut selain melakukan panggilan dan mengirim pesan teks. Hal ini menandakan bahwa *smartphone* mempunyai keunggulan tertentu dalam memberikan layanan kepada penggunanya. Misalnya, iPhone atau ponsel berbasis Android lainnya dapat menjalankan aplikasi pihak ketiga dan menyediakan fungsionalitas tanpa batas. Dalam jaringan komunikasi seperti Internet, *smartphone* sendiri menggunakan gelombang radio digital. Dalam hal ini, teknik yang disebut dengan penguncian pergeseran frekuensi (FSK) dapat digunakan untuk memproses rangkaian informasi yang diterima melalui satu perangkat digital dan dikirimkan ke perangkat digital lainnya ²³

²³ Dianisa, "Pengertian, sejarah, perkembangan *smartphone*". <https://dianisa.com/pengertian-smartphone/>. Diakses pada tanggal 7 Agustus 2023.

Dengan kemajuan Internet, *smartphone* menjadi populer sebagai gadget praktis karena memiliki banyak fitur dan fungsi yang sebanding dengan komputer mini. Namun tahukah anda bahwa awalnya *smartphone* hanya dapat digunakan sebagai media pengirim dan penerima pesan, untuk lebih jelasnya silakan simak perkembangan *smartphone* dari masa ke masa berikut ini:²⁴

1. **Tahun 1992** – Sekitar 25 tahun yang lalu, perusahaan teknologi IBM dianggap sebagai pengembang ponsel pintar pertama di dunia. Produk digital pertama ini diberi nama Simon dan dijual di seluruh dunia pada tahun 1994 dengan menyediakan fungsionalitas layar sentuh kepada pengguna.
2. **Tahun 2001** – Baru pada tahun 2000-an ponsel pintar menjadi perangkat elektronik portabel pertama yang mendukung jaringan 3G dan mengakses Internet melalui sistem nirkabel. Namun pada saat itu akses internet melalui telepon genggam tentunya masih tergolong mahal dan belum mendukung kecepatan akses data dibandingkan saat ini
3. **Tahun 2007** – Revolusi ponsel pintar modern dimulai pada tahun 2007 ketika Steve Jobs merilis iPhone pertama. Model ponsel sebelumnya mengandalkan keyboard, yang hanya dapat digunakan untuk menavigasi Internet versi dasar. Namun berbeda dengan iPhone yang memungkinkan penggunanya menggunakan layar sentuh dengan sistem dan fitur yang paling mirip dengan komputer desktop saat itu.

²⁴ Ibid, Him 22

4. **Tahun 2010** – Smartphone kini semakin populer, menghadirkan fungsionalitas yang dapat diakses oleh kelas menengah melalui Android, dan tersedia dalam berbagai model dan merek.
5. **Tahun 2018** – Diperkirakan penggunaan smartphone akan meningkat hingga lebih dari 5 miliar orang, dan penggunaannya mulai tersebar dimana-mana, menggunakan smartphone tidak hanya untuk menelepon dan mengirim pesan, tetapi juga untuk belajar, mencari pekerjaan, membaca berita, menonton film, dan bersosialisasi. Lebih banyak. Pada titik ini, mustahil untuk hidup tanpa smartphone, meski hanya sesaat.

Kehidupan manusia sehari-hari tidak terlepas dari kebutuhan untuk berkomunikasi satu sama lain. Salah satu alat komunikasi yang biasa digunakan masyarakat untuk komunikasi jarak jauh adalah telepon genggam. Sama seperti telepon seluler yang masih menggunakan teknologi lama, teknologi telepon seluler juga terus berkembang seiring berjalannya waktu. Kemungkinan kegunaan ponsel pintar adalah sebagai berikut:²⁵

1. **Komunikasi Antar Manusia.** merupakan perkembangan terkini dalam teknologi telepon nirkabel. Pada prinsipnya *smartphone* memungkinkan Anda melakukan panggilan suara, mengirim pesan SMS, pesan MMS, dan mengirim layanan data seperti halnya ponsel biasa.
2. **Mencari Informasi / Ilmu.** Menjelajah Internet jauh lebih nyaman menggunakan ponsel cerdas dibandingkan dengan ponsel biasa yang

²⁵Organisasi Org. “Kegunaan/Fungsi/Manfaat Smartphone pada Manusia”.
<http://www.organisasi.org/1970/01/kegunaan-fungsi-manfaat-smartphone-bagi-manusia.html?m=1>.
Diakses pada 7 Agustus 2023.

tidak memiliki teknologi canggih. Menjelajah internet terasa lebih cepat ketika Anda menggunakan *smartphone* yang menggunakan koneksi internet nirkabel generasi terbaru seperti 3G, 3.5G, 4G, 4.5G, dan 5G. Selain itu, browser web modern dapat menerjemahkan HTML, bahasa pemrograman web, dan teknologi modern lainnya.

3. **Hiburan.** *Smartphone* dapat menampilkan berbagai macam format multimedia yang ada. Media streaming online dapat dengan mudah dilakukan bahkan di *smartphone* kelas atas tanpa kendala. Selain itu, terdapat beragam aplikasi hiburan gratis yang dapat diunduh secara gratis atau berbayar, melengkapi keseluruhan penawaran hiburan di *smartphone* anda.
4. **Gaya.** Banyak orang yang memanfaatkan *smartphone* untuk menunjang dandanannya sehari-hari. Orang-orang dengan gengsi tinggi cenderung menggunakan *smartphone* yang terkesan keren dan canggih.
5. **Penunjuk Arah.** Salah satu fungsi penting dari *smartphone* adalah untuk memperoleh informasi tentang arah, arah kiblat, dll. *smartphone* dengan fungsi GPS dapat menampilkan petunjuk arah layaknya kompas sungguhan. Apalagi jika dipadukan dengan layanan jejaring sosial, bisa menjadi sesuatu yang sangat menarik dan perlu.

1.6.2 Mahasiswa

Mahasiswa merupakan mahasiswa yang terdaftar dan belajar pada suatu universitas. Mahasiswa dibagi ke dalam tingkat perkembangan dari usia 18 hingga 25 tahun. Tahap ini berlangsung mulai dari masa remaja akhir hingga masa dewasa awal, dan dari sudut pandang perkembangan, tugas perkembangan pada masa pembelajaran ini adalah memperkuat sikap diri sendiri terhadap kehidupan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian mahasiswa adalah seseorang yang menuntut ilmu pada suatu perguruan tinggi. Beberapa mahasiswa menjadi pengangguran setelah lulus sekolah dan bertujuan mencari pekerjaan atau melanjutkan pendidikan tinggi. Siapa

pun yang terdaftar sebagai mahasiswa pada suatu universitas dapat disebut mahasiswa.²⁶

Rakusir merupakan kualitas yang selalu ada dalam diri mahasiswa. Artinya rasional, analitis, kritis, universal dan sistematis. Dibawah ini adalah penjelasannya:²⁷

1. Rasional : Selalu mengikuti pemikiran dan pertimbangan yang logis dan rasional.
2. Analisis: Penelitian yang dilakukan terhadap suatu bahasa untuk mengkaji strukturnya secara lebih rinci. Dalam kegiatan laboratorium, kata analisis juga dapat berarti suatu kegiatan yang dilakukan di laboratorium untuk memastikan kandungan suatu zat.
3. Kritis: Aliran pemikiran yang menekankan pada evaluasi reflektif dan kritik terhadap masyarakat dan kebudayaan melalui penerapan ilmu pengetahuan dari ilmu-ilmu sosial dan humaniora.
4. Universal: Universal mempunyai arti umum. Misalnya, konsep kemanusiaan yang dianggap universal karena diyakini ada pada semua manusia, tanpa memandang warna kulit, agama, atau ras.
5. Sistematis: merumuskan dan menjelaskan sesuatu dalam hubungan yang teratur dan logis, membentuk suatu sistem terpadu yang menyeluruh dan utuh yang dapat mengungkapkan rangkaian sebab akibat dengan menguraikan hubungannya dengan objek..
6. Inovatif: Mampu menciptakan sesuatu yang baru dan bermanfaat.
7. Revolusioner: mampu mengubah keadaan atau keadaan menjadi lebih baik

Karakteristik mahasiswa secara umum yaitu mencakup lebih sedikit gejala emosi dan kepribadian yang lebih stabil. Mereka cenderung berpikir hati-hati tentang

²⁶ Adityawarman, "Pengertian Mahasiswa". https://repository.um-surabaya.ac.id/3715/3/BAB_II.pdf. Diakses tanggal 8 Agustus 2023.

²⁷ Adam Muiz, "Ciri – Ciri Mahasiswa". https://adammuiz.com/mahasiswa/#Ciri-ciri_Mahasiswa. Diakses Tanggal 8 Agustus 2023.

apa yang mereka capai agar tetap stabil dan memiliki pandangan realistis tentang diri mereka sendiri dan orang-orang di sekitar mereka. Terlebih lagi, sebagaimana kita ketahui bahwa sebagian besar siswa berada jauh dari orang tua dan keluarga, mereka cenderung berbagi dan memberikan dukungan lebih dekat dengan teman sebayanya.

Karakteristik yang paling menonjol dari mahasiswa adalah kemandirian dan prospek masa depan mereka, baik dalam pekerjaan maupun kehidupan cinta. Perdalam pengetahuan khusus Anda di setiap bidang untuk mempersiapkan dunia kerja yang membutuhkan kekuatan mental tinggi. Salah satu ciri siswa yang mengikuti perkembangan teknologi adalah rasa ingin tahunya terhadap kemajuan teknologi. Cenderung mengejar bahkan mengadopsi inovasi.²⁸

1.6.3 Gaya Hidup : Pendekatan Gaya Hidup Masyarakat Modern

Gaya hidup merupakan pola tingkah laku sehari-hari sekelompok orang dalam suatu masyarakat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari sekelompok orang dalam suatu masyarakat. Gaya hidup merupakan salah satu ciri dunia modern atau biasa disebut dengan modernitas. Gaya hidup merupakan pola perilaku yang membedakan seseorang dengan orang lain. Gaya hidup membantu kita memahami apa yang dilakukan seseorang. Gaya hidup adalah seperangkat kebiasaan dan sikap yang penting dalam situasi tertentu.²⁹

Gaya hidup adalah cara hidup seseorang. Produk apa yang di beli, bagaimana menggunakannya, bagaimana pengaruhnya terhadap produk itu. Gaya hidup adalah kumpulan keputusan masa lalu dan rencana masa depan³⁰. Menurut Miner dan Moen, gaya hidup kini menggambarkan bagaimana orang hidup, membelanjakan uangnya dan

²⁸ Zainiah, Umairah, "Karakteristik Mahasiswa". <https://eprints.uny.ac.id/8590/3/BAB%20%20-%2008413244048.pdf>. Diakses tanggal 8 Agustus 2023.

²⁹ David Chaney, Op.cit , Hlm 40

³⁰ Luqman Haqani, "Perusak Pergaulan dan Kepribadian Remaja Muslim" (Bandung Pustaka Ulumuddin), 2004, Hlm 55

merencanakan waktunya.³¹ Selain itu menurut Bilson-Cinamora, gaya hidup seseorang merupakan indikasi gaya hidupnya, yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya.³²

1.6.4 Teori Masyarakat Konsumtif (Jean Baudrillard)

Masyarakat Konsumtif dicirikan oleh konsumsi yang tinggi. Tingkat konsumsi yang sangat tinggi ini diakibatkan oleh perilaku konsumtif, boros, dan “rakus” dalam mengonsumsi suatu barang. Dari sudut pandang masyarakat konsumen, keberhasilan masyarakat dan kebahagiaan individu ditentukan oleh seberapa banyak mereka mengkonsumsinya. Dalam hal ini masyarakat membeli suatu barang dan jasa bukan karena kegunaannya, melainkan dipengaruhi oleh gaya hidupnya, sehingga kebutuhan dan keinginannya menjadi sangat kompleks, cair dan tidak jelas.

Pada umumnya masyarakat selalu memilih produk yang berbeda dari yang lain agar “terlihat berbeda”. Produk diciptakan untuk mengenali “perbedaan” karena mereka “terlihat berbeda,” dan perbedaan tersebut memberi orang “status sosial” dan “makna sosial.” Tak heran jika pencarian status, materialisme, dan hedonisme menjadi nilai-nilai yang dominan dalam masyarakat ini. Dalam konteks ini, konsumsi bukanlah suatu pengejaran.

Fokus Baudrillard dalam teori ini adalah pada barang yang dijual, yang ditentukan oleh sistem simbol dan kode, bukan pada barang tertentu atau kondisi spesifik pembelian dan penjualannya. Realitas masyarakat konsumen dimana segala sesuatu bisa dijual. Semua barang yang dijual adalah barang berlabel. Dengan kata lain, semua tanda adalah produk. Seni tinggi, kulit putih, tubuh manusia, seks, teori abstrak praktis: simbol, produk, dan budaya selalu terhubung. Itu semua adalah simbol

³¹ Andiyati Nuri, “Penggunaan Handphone Blackberry Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Fis Uny”, Skripsi Univesritas Negeri Yogyakarta, 2012, hlm 13.

³² Bilson Sinamora, “Paduan riset perilaku konsumen”, (Jakarta PT : Gramedia Pustaka), 2000, hlm 10.

dan semuanya untuk dijual. Dalam konteks ini, objek konsumen berperan sebagai penanda status dan pemicu berkembangnya 'stratifikasi status'. Subyek konsumen tidak lagi terisolasi, namun secara kolektif membedakan dan memberi kode pada masyarakat.

Hal ini menunjukkan bahwa yang dikonsumsi masyarakat bukanlah benda atau produk itu sendiri, melainkan citra yang dibawa benda tersebut, yang dipandang mampu memberikan status dan status sosial. Baudrillard percaya bahwa dalam masyarakat konsumen, individu dan kelompok yang tidak mengkonsumsi dianggap pelit dan pelit, dan semakin banyak mereka mengkonsumsi, semakin baik citra sosial mereka. Penting untuk mengkonsumsi segala sesuatu yang sebenarnya tidak diperlukan.³³ Menurut Baudrillard, perilaku konsumen tidak hanya didorong oleh aspek ekonomi dan keputusan rasional, namun terdapat juga sistem makna budaya dan sosial yang menarik individu terhadap merek *smartphone* tertentu.³⁴

Smartphone sebagai gaya hidup konsumtif pada kalangan mahasiswa (Studi kasus mahasiswa Jakarta Business School) mengeksplorasi bagaimana fenomena masyarakat konsumtif tercermin dalam penggunaan *smartphone* di kalangan mahasiswa kelas atas. Berdasarkan teori-teori Jean Baudrillard, penelitian ini menyoroti bagaimana simulasi, *hiperealitas*, dan simulakrum memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan praktek konsumsi di era digital.³⁵ Konsep simulasi mengacu pada pengalaman maya yang diciptakan oleh teknologi, di mana pengguna *smartphone* seringkali terlibat dalam dunia digital yang terkesan nyata namun sebenarnya merupakan representasi dari realitas yang dihasilkan oleh perangkat tersebut.³⁶

³³ Muhammad Ridha, "Sosiologi Waktu Senggang: Eksploitasi dan Komodifikasi Perempuan Di Mall". (Resist Book), 2012, Hlm 115.

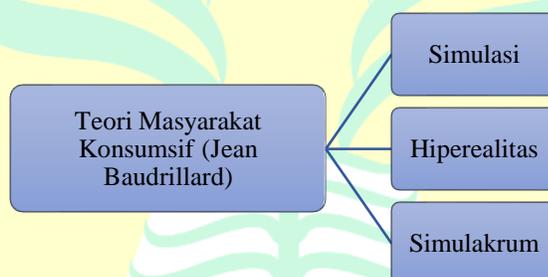
³⁴ Abdul Latif, "Masyarakat konsumsi Jean Baudrillard". (Yogyakarta : Kreasi Wacana), 2011, Hlm 27.

³⁵ Baudrillard, Jean, "The Consumer Society: Myths and Structures" (London: Sage Publications), 1970, Hlm 10.

³⁶ Baudrillard, Jean, "Simulacra and Simulation." (Ann Arbor: University of Michigan Press), 2010, Hlm 30

Di sisi lain, *hiperealitas* menyoroti bagaimana pengguna *smartphone* terjebak dalam dunia maya yang semakin sulit dibedakan dari realitas fisik. Mahasiswa sering kali tergoda untuk menciptakan citra diri yang sempurna melalui media sosial, memperkuat konstruksi *hiperealitas* mereka. Selain itu, konsep simulakrum menggambarkan bagaimana pengguna *smartphone* terlibat dalam reproduksi tak henti-hentinya dari gambaran dan citra-citra yang telah dihasilkan oleh industri teknologi, tanpa pernah mengalami realitas itu sendiri.³⁷ Melalui pendekatan kualitatif yang mendalam terhadap mahasiswa Jakarta Business School, Penelitian ini bertujuan untuk lebih memahami bagaimana fenomena konsumsi penggunaan *smartphone* yang terjadi di kalangan mahasiswa senior, dan bagaimana pengaruhnya terhadap pembentukan identitas individu dan dinamika sosial di masyarakat.

Skema 1.1 Teori Masyarakat Konsumtif



Sumber: Analisa Teori Peneliti, 2023.

1.6.5 Hubungan Antar Konsep

Menurut Baudrillard, perilaku konsumtif merupakan suatu bentuk perilaku sosial dan tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan tetapi juga oleh faktor sosial dan budaya. Baudrillard memandang konsumsi sebagai bentuk simbolis yang membantu mengekspresikan identitas dan status sosial. Menurut Baudrillard, konsumsi berfungsi tidak hanya sebagai alat pemuas kebutuhan, tetapi juga sebagai suatu bentuk perilaku

³⁷ Aiken, Cadmael, "Consumer Society in American Philosophy: A Deconstructive Analysis." (Stanford: Stanford University Press), 2008, Hlm 24.

sosial yang kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Teori Baudrillard menganggap konsumsi sebagai bentuk perilaku sosial yang kompleks, dipengaruhi oleh berbagai faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Oleh karena itu, meningkatnya permintaan pembelian ponsel pintar dapat dilihat sebagai bentuk konsumsi simbolik yang mengekspresikan identitas dan status sosial penggunanya. Dalam konteks ini, penggunaan pembelian ponsel pintar dapat mempengaruhi perilaku konsumsi pengguna, karena pembelian ponsel pintar memungkinkan mereka membeli produk yang sebelumnya tidak tersedia.

Konsep konsumerisme dan simulasi Jean Baudrillard relevan dengan perilaku konsumen dalam membeli *smartphone*. Karya Baudrillard *Simulacra* dan *Simulacrum* penting dalam mendefinisikan modernisme dalam hal budaya dan konsumerisme. Baudrillard adalah seorang filsuf postmodern yang memfokuskan pada masyarakat konsumerisme, yang erat kaitannya dengan sistem tanda.³⁸ Gagasan Baudrillard adalah bahwa orang cenderung mengejar barang-barang material untuk menunjukkan status sosial. Secara ringkas, konsep Baudrillard mengenai konsumerisme dan simulasi untuk menunjukkan status sosial relevan dengan perilaku konsumen dalam pembelian *smartphone*.

Skema 1.2 Hubungan Antar Konsep



Sumber: Analisa Peneliti 2023.

³⁸ Munther Mohd. Habib, "Culture and Consumerism in Jean Baudrillard: A Postmodern Perspective", *Jurnal Asian Social Science*, 2018, Vol 14 No. 9, Hlm 43.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Pendekatan dan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode mempelajari dan memahami hubungan antara individu atau kelompok orang yang berbeda dan masalah sosial atau kemanusiaan.³⁹ Secara umum penelitian kualitatif dapat digunakan untuk mempelajari kondisi kehidupan masyarakat, sejarah, perilaku, konsep dan fenomena, konflik sosial, dan konflik lainnya. Proses penelitian meliputi pengajuan pertanyaan atau prosedur, pengumpulan data spesifik dari partisipan, analisis data secara induktif dari topik spesifik ke topik umum, dan pencarian makna dari data tersebut. Termasuk inisiatif-inisiatif penting.⁴⁰

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Kualitatif deskriptif sendiri mengacu pada suatu bentuk penelitian yang berfokus pada penjelasan berbagai fenomena yang terjadi.⁴¹ Metode kualitatif saat ini merupakan prosedur penelitian yang menggunakan kata-kata lisan dari orang-orang yang diamati untuk menghasilkan data deskriptif.⁴² Atas dasar itu peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengumpulkan data melalui tindakan dan perkataan serta ungkapan verbal orang yang diteliti dan mencoba menjelaskan fenomena yang terjadi sebagai tema utama penelitian. Dengan cara melakukan wawancara mendalam.

1.7.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Jakarta Business School, Jalan Gatot Subroto, Kuningan Timur, Kecamatan Setia Budi, Kota Jakarta Timur. Selain itu penelitian ini juga akan dilakukan di kantin yang berlokasi di Gedung K-Link, yang dimana kantin tersebut

³⁹ John W. Creswell, *“Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed”*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar), 2013, Hlm. 4.

⁴⁰ Ibid., hlm. 5

⁴¹ Sukmadinata. *“Metode Penelitian Pendidikan”*. (Bandung: Remaja Rosdakarya), 2006, Hlm. 72.

⁴² Moleong L. J. *“Metodologi Penelitian Kualitatif”* (Bandung, Remaja Rosdakarya), 2007, Hlm. 3.

merupakan tempat para mahasiswa melakukan perkumpulan antar circle. Untuk pelaksanaan penelitian, Periode pelaksanaan penelitian ini adalah dari bulan Februari 2023 sampai dengan bulan Desember 2023.

1.7.3 Subjek Penelitian

Subyek penelitian adalah orang-orang yang terlibat dalam penelitian atau diteliti untuk mengumpulkan data.⁴³ Subjek penelitian pada dasarnya juga identik dengan responden ataupun informan dalam penelitian. Selain itu, subjek penelitian pun dalam hal ini memiliki fungsi sebagai sarana bagi peneliti untuk mendapatkan informasi dan data yang di butuhkan dalam penelitian. Sehingga, melalui adanya subjek penelitian, hal ini dapat memberikan informasi ataupun data terkait rumusan masalah peneliti. Adapun dalam penelitian ini, peneliti tidak memfokuskan pada aspek generalisasi dari informasi ataupun data yang diperoleh dari informan. Hal ini dikarenakan peneliti menggunakan metode kualitatif untuk memperoleh informasi dan data yang lebih rinci.

Oleh karena itu, peneliti memfokuskan pada enam mahasiswa dari Jakarta Business School sebagai subjek utama penelitian ini. Mahasiswa tersebut dipilih karena mereka adalah pengguna aktif *smartphone* yang terlibat dalam gaya hidup konsumtif terkait pembelian *smartphone*. Selain itu, terdapat dua informan kunci, yaitu dosen dan staf akademik Jakarta Business School, yang membantu mengamati penggunaan *smartphone* oleh mahasiswa. Berdasarkan hal tersebut, peneliti akan melakukan observasi langsung dan wawancara mendalam sebagai metode pengumpulan data. Dengan cara ini, data yang diperoleh akan merupakan kombinasi dari wawancara dan observasi langsung, sehingga memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Untuk mendukung pengumpulan data dari lapangan, peneliti menggunakan buku catatan dan pulpen sebagai alat pencatatan data yang efektif.

⁴³ McMillan, J. H., & Schumacher, "Research in education: A conceptual introduction", Jurnal Little Brown, 1984, Vol 200 No 78.

1.7.4 Peran Peneliti

Peran peneliti merupakan pelaku dari penelitian ini. Adapun dalam penelitian ini, peneliti berusaha memperoleh informasi dan data mengenai smartphone sebagai Gaya Hidup Konsumtif Pada Kalangan Mahasiswa, Melalui mahasiswa Jakarta Business School, Untuk melengkapi pengumpulan data, peneliti juga mengunjungi tempat penelitian secara langsung yakni Kampus Jakarta Business School. Selain itu, peneliti juga memanfaatkan studi literatur yang terkait dengan permasalahan penelitian.

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat diartikan sebagai metode yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Metode-metode ini bersifat abstrak dan tidak dapat diimplementasikan menggunakan objek yang terlihat, namun dapat didemonstrasikan menggunakan perilaku.⁴⁴ Dalam pengumpulan data tersebut, peneliti mendatangi langsung subjek penelitian dan memperoleh data yang valid. Oleh karena itu, peneliti menggunakan metode berikut.

1. Metode Wawancara (Interview)

Wawancara mendalam merupakan metode pengumpulan data yang umum digunakan dalam penelitian kualitatif. Umumnya wawancara mendalam melibatkan tanya jawab pribadi antara pewawancara dengan informan atau responden, dan antara pewawancara dengan informan atau responden, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Penyedia juga akan dilibatkan dalam penelitian ini. Kehidupan sosial yang relatif panjang. Wawancara mendalam ditandai dengan integrasinya ke dalam kehidupan informan. Oleh karena itu, ciri khas wawancara mendalam adalah bahwa wawancara tersebut tertanam dalam kehidupan informan.⁴⁵ Agar wawancara

⁴⁴ Suharsimi Arikunto. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek" (Jakarta : PT. Rineka Cipta), 2002, Hlm. 134.

⁴⁵ Sutrisno Hadi, "Metodologi Research Jilid II" (Yogyakarta : Andi Offset), 1989, Hlm 193.

berhasil dan memperoleh data yang diinginkan, perlu diciptakan suasana bersahabat agar pewawancara dan peneliti tidak terlalu berjauhan. Keuntungan pengumpulan data melalui survei adalah data yang dibutuhkan dicatat secara langsung sehingga lebih akurat dan mudah dipahami. Sedangkan peneliti dalam proses penelitian melakukan wawancara sebanyak 6 kali dengan informan. Yang berguna untuk mendapatkan informasi lebih mendalam terkait penggunaan *smartphone* oleh mahasiswa dan mahasiswi di Jakarta Business School.

2. Metode Observasi

Observasi adalah proses memperoleh data hanya dengan mengamati orang atau lokasi penelitian. Dalam observasi secara eksklusif ini peneliti berperan menjadi pengamat utuh yg bisa mengamati tanda-tanda-tanda-tanda yg terjadi dalam situasi yg sebenarnya diamati eksklusif sang peneliti. Peneliti melakukan observasi sebanyak 20 kali yang berguna untuk mengamati sebuah fenomena perilaku gaya hidup konsumtif yang terjadi di Jakarta Business School. Dalam observasi peneliti banyak sekali perilaku gaya hidup konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswi dan mahasiswa di Jakarta Business School, antara lain penggunaan *smartphone* antar individu, tingkatan sosial antar individu, dan perbedaan kelompok yang dapat menjadikan sebuah perilaku mengucilkan antar individu.

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara memperoleh data dan informasi berupa buku, arsip, dokumen, teks, diagram, gambar, laporan dan keterangan yang dapat menunjang penelitian.⁴⁶ Berdasarkan dokumentasi, peneliti tentunya dapat memperoleh beberapa gambar, catatan ataupun arsip penting dalam penelitian. Beberapa gambar, catatan

⁴⁶ Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*" (Bandung : Alfabeta), 2018, Hlm 476.

ataupun arsip penting tersebut tentunya yang berhubungan dengan mahasiswa Jakarta Business School sebagai sasaran penelitian.

1.7.6 Teknik Analisis Data

Untuk analisis data, metode analisis deskriptif digunakan untuk mengungkapkan data yang dikumpulkan dalam kata-kata dan gambar, bukan nilai numerik. Data-data seperti naskah, wawancara, catatan lapangan, dan dokumen kemudian kami jelaskan untuk memperjelas fakta dan kenyataan.⁴⁷ Analisis data versi Miles dan Huberman mengemukakan bahwa ada tiga aliran kegiatan, antara lain reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau validasi :⁴⁸

1. Reduksi data merupakan proses yang berfokus pada pemilihan, penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi diawali dengan pengumpulan data, meliputi merangkum, mengkode, mengeksplorasi tema, dan mencatat, dengan tujuan menghilangkan data dan informasi yang tidak relevan serta memvalidasi data
2. Penyajian data merupakan deskripsi terstruktur dari kumpulan informasi yang memberikan kesempatan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Penyajian data kualitatif dilakukan dalam bentuk teks naratif, dengan tujuan mengorganisasikan informasi terstruktur ke dalam format yang runtut, relevan, dan mudah dipahami.
3. Penarikan kesimpulan atau validasi merupakan tugas akhir dari penelitian kualitatif. Peneliti harus menarik kesimpulan dan memeriksa makna dan keakuratan kesimpulan yang disepakati di mana pun penelitian dilakukan. Makna yang dirumuskan peneliti dari datanya harus diperiksa kebenarannya, relevansinya, dan kekuatannya. Peneliti menyadari bahwa ketika mencari makna, mereka perlu menggunakan pendekatan emik dari sudut pandang

⁴⁷ Sudarto, “*Metodologi Penelitian Filsafat*” (Jakarta : Raja Grafindo Persada), 1997, Hlm 66.

⁴⁸Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, “*Metodologi Penelitian Sosial*”. (Jakarta : PT Bumi Aksara), 2009, hlm 85.

informasi material, bukan menafsirkan makna dari sudut pandang peneliti (perspektif etis).

1.7.7 Triangulasi Data

Triangulasi dalam pengujian reliabilitas melibatkan pengujian data dari sumber yang berbeda dengan cara yang berbeda dan pada waktu yang berbeda. Jadi ada triangulasi sumber, triangulasi dengan teknologi pengumpulan data, dan triangulasi waktu.⁴⁹ Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber digunakan untuk memeriksa keabsahan data dengan membandingkan hasil wawancara dan isi dokumen dengan menggunakan sumber informasi yang berbeda. Dalam hal ini kita membandingkan data observasi dengan data wawancara, dan juga membandingkan hasil wawancara dengan wawancara lainnya.

Teknik triangulasi data dapat dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi literatur yang relevan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan triangulasi dengan melakukan triangulasi terhadap sumber data. Yaitu dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data untuk menguji kebenaran suatu informasi tertentu. Selain wawancara dan observasi, peneliti dapat menggunakan, misalnya observasi partisipan, dokumen, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan dan tulisan pribadi, gambar dan foto, dan lain-lain.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB 1 : Bab I menjelaskan latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan penelitian terkait, kerangka konseptual, metode penelitian, dan sistem penelitian. Pada bab ini peneliti telah menjelaskan tentang perkembangan smartphone yang dimana semakin pesat, selanjutnya peneliti juga telah menjelaskan mengenai kerangka konseptual yang terdiri dari smartphone, mahasiswa, gaya hidup

⁴⁹ Sugiyono, op.cit., hlm. 273

menurut pendekatan gaya hidup masyarakat modern dan teori masyarakat konsumsi menurut Jean Baudrillard.

BAB II : Bab II menjelaskan mengenai gambaran umum, Potret sosial mahasiswa Jakarta Business School. *Landscape* kultur sosial mahasiswa Jakarta Business School, Serta profil informan. Pada bab ini peneliti telah melakukan observasi secara langsung yang dimana berguna untuk mendapatkan data dan fenomena yang terjadi di Institut Jakarta Business School. Dari hasil penelitian Bab II, peneliti menemukan banyak fenomena sosial yang dilakukan mahasiswa yang dapat menimbulkan perilaku konsumsi mahasiswa. Selain itu, peneliti di Jakarta Business School Research Institute memperoleh rincian pembelian smartphone oleh mahasiswa.

BAB III : Bab III menjelaskan hasil penelitian dan temuan di bidang ini mengenai fenomena penggunaan ponsel pintar di kalangan mahasiswa Jakarta Business School. Dalam bab ini, peneliti menjelaskan hasil penelitian lapangan dan temuan yang menemukan berbagai jenis fenomena gaya hidup konsumen di kalangan mahasiswa Jakarta Business School.

BAB IV : Bab IV merupakan bab yang berasal dari analisis hasil dan dihubungkan dengan teori masyarakat konsumtif menurut Jean Baudrillard. Yang dimana pada bab ini peneliti akan membahas beberapa sub bab antara lain, Pertama, membahas mengenai pengantar. Kedua, akan dibahas mengenai Pembentukan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Pada Penggunaan *Smartphone*. Ketiga, akan dibahas mengenai Smartphone Sebagai Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswa Dalam sub ini akan dijelaskan penggunaan *smartphone* oleh mahasiswa berdasarkan perilaku konsumtif pembelian *smartphone*. Pada bagian ini terbagi lagi menjadi dua sub bab kecil yang pada setiap sub bab nya membahas mengenai Perilaku Konsumtif Dari Identifikasi Makna, Perilaku Konsumtif Dari Partisipasi Relasi. Keempat, akan dibahas mengenai Penampilan Sebagai Output Gaya Hidup Konsumtif. Dan terakhir, terdapat bagian penutup sebagai konklusi kesimpulan dari pemaparan yang telah dibahas sebelumnya.

BAB V : Merupakan bab terakhir dan terdiri dari dua sub bab yaitu Kesimpulan dan Saran. Kesimpulan mencakup ringkasan yang disusun dari bab 1 hingga bab 5 berdasarkan penelitian yang dilakukan. Di sisi lain, saran mencakup argumentasi tandingan dan memberikan solusi bagi penelitian.

