

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA
MAHASISWA PENDIDIKAN SOSIOLOGI DI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**



Putri Yulianingsih

1405620044

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

ABSTRAK

Putri Yulianingsih. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi di Universitas Negeri Jakarta.* Skripsi. Jakarta: Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi di Universitas Negeri Jakarta. Media sosial menjadi salah satu platform yang sering digunakan oleh mahasiswa untuk berinteraksi dan mengakses informasi yang dapat memengaruhi pola konsumsi mereka.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ angkatan 2020-2021 yang berjumlah 164 mahasiswa. Adapun metode pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive random sampling*. Kriteria responden yang telah ditetapkan yaitu mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ angkatan 2020-2021 yang aktif menggunakan media sosial dan pernah belanja *online*. Sampel penelitian berjumlah 117 mahasiswa. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket, observasi, wawancara, dan studi kepustakaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial (X) terhadap tingkat perilaku konsumtif (Y). Hal ini terlihat dari model $Y = 1,183 + 0,902X$ dan hasil analisis regresi linear sederhana yang menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (X) memengaruhi variabel dependen (Y), sehingga H_0 diterima. Hasil Uji-T juga menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan nilai T-hitung $8,088 > T\text{-tabel } 1,658$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R^2 atau R Square 0,363, yang artinya variabel independen memiliki pengaruh sebesar 36,3% tanpa ada variabel lain yang diteliti dengan tingkat kategori sedang.

Kata Kunci: Penggunaan Media Sosial, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa

ABSTRACT

Putri Yulianingsih. *The Influence of Social Media Usage on Consumptive Behavior Among Sociology Education Students at Universitas Negeri Jakarta. Thesis. Jakarta: Sociology Education Study Program, Faculty of Social Sciences and Law, Universitas Negeri Jakarta, 2025.*

This research aims to determine whether social media usage influences consumer behavior among Sociology Education students at Universitas Negeri Jakarta. Social media has become one of the most frequently used platforms by students for interaction and information access, which may impact their consumption patterns.

This study uses a quantitative approach. The population of this research is Sociology Education students at UNJ from the 2020-2021 batch, totaling 164 students. The sampling method used is nonprobability sampling with a purposive random sampling technique. The criteria for respondents are Sociology Education students at UNJ from the 2020-2021 batch who are active social media users and have shopped online. The sample size for this study is 117 students. Data collection techniques were carried out using questionnaires, observations, interviews, and literature studies.

The results of this study indicate that the intensity of social media use (X) affects consumer behavior (Y). This is reflected in the model $Y = 1.183 + 0.902X$ and the results of simple linear regression analysis, which show a significance value of $0.000 < 0.05$. This suggests that the independent variable (X) affects the dependent variable (Y), so H_a is accepted. The results of the t-test also indicate an effect of the independent variable on the dependent variable, with a t-value of $8.088 > t\text{-table } 1.658$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. In addition, the results of the coefficient of determination test show an R^2 value of 0.363, which means the independent variable has an influence of 36.3% without the involvement of other variables in the study, indicating a moderate level of influence.

Keywords: *Social Media Usage, Consumptive Behavior, Students*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab / Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Jakarta



Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D

NIP. 198107182008011016

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Ubedilah, S.Pd., M.Si</u> NIP. 197203152009121001 Ketua Sidang		24 Januari 2025
2.	<u>Prima Yustitia Nurul Islami,</u> <u>S.KPm., M.Si</u> NIP. 198901232019032017 Sekretaris Sidang		23 Januari 2025
3.	<u>Dr. Ahmad Tarmiji Alkhudri,</u> <u>S.Pd., M.Si</u> NIDN. 0011108605 Penguji Ahli		23 Januari 2025
4.	<u>Prof. Dr. Ciek Julyati Hisyam,</u> <u>M.M., M.Si</u> NIP. 196204121987032001 Dosen Pembimbing I		23 Januari 2025
5.	<u>Devi Septiandini, M.Pd</u> NIP. 199009192023212052 Dosen Pembimbing II		23 Januari 2025

Tanggal Lulus: 13 Januari 2025

LEMBAR PER NYATAAN ORISINALITAS

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Putri Yulianingsih

Nomor Registrasi : 1405620044

Menyatakan bahwa skripsi berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi di Universitas Negeri Jakarta” ini sepenuhnya karya sendiri. Tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan plagiat dari karya orang lain dan saya tidak melakukan penjiplakan ataupun pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam kaidah keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya ini atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Jakarta, 20 Januari 2025



Putri Yulianingsih

NIM. 1405620044

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Putri Yulianingsih
NIM : 1405620044
Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum/Pendidikan Sosiologi
Alamat email : putriyulianingsih16@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (... ..)

yang berjudul :
**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWA PENDIDIKAN SOSIOLOGI DI UNIVERSITAS
NEGERI JAKARTA**

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 13 Februari 2025

Penulis

(Putri Yulianingsih)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Al Baqarah ayat 286)



Pesembahan :

Skripsi ini dipersembahkan untuk mahasiswa yang senantiasa berusaha untuk memahami dan mengkritisi dinamika sosial di era digital, serta pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul: “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan Sosiologi di Universitas Negeri Jakarta”. Pada kesempatan kali ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Mama saya yang selalu memberikan dukungan kepada saya dalam melakukan studi di Universitas Negeri Jakarta. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan semangat kepada peneliti, baik secara langsung maupun tidak langsung, antara lain kepada:

1. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta.
2. Ubedilah, S.Pd., M.Si selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Prof. Dr. Ciek Julyati Hisyam, M.M., M.Si selaku Dosen Pembimbing I skripsi saya yang sudah membimbing saya dalam penyusunan skripsi serta memberikan saran dan motivasi selama pengerjaan skripsi berlangsung.
4. Devi Septiandini, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II Skripsi saya yang sudah membimbing saya dalam penyusunan skripsi serta memberikan masukan dan dukungan selama pengerjaan skripsi berlangsung.
5. Ubedilah, S.Pd., M.Si selaku Ketua Sidang yang sudah memberikan saran dan masukan sehingga penulisan skripsi ini dapat menjadi lebih baik.
6. Prima Yustitia Nurul Islami, S.KPm., M.Si selaku Sekretaris Sidang yang telah memberikan masukan terhadap penulisan skripsi saya.
7. Dr. Ahmad Tarmiji Alkhudri, S.Pd., M.Si selaku Penguji Ahli yang telah memberikan masukan dan saran terhadap skripsi saya sehingga penulisan skripsi ini dapat menjadi lebih baik.
8. Para dosen Program studi Pendidikan Sosiologi dan Sosiologi. Terima kasih atas ilmu dan pengalaman yang diberikan selama saya menempuh

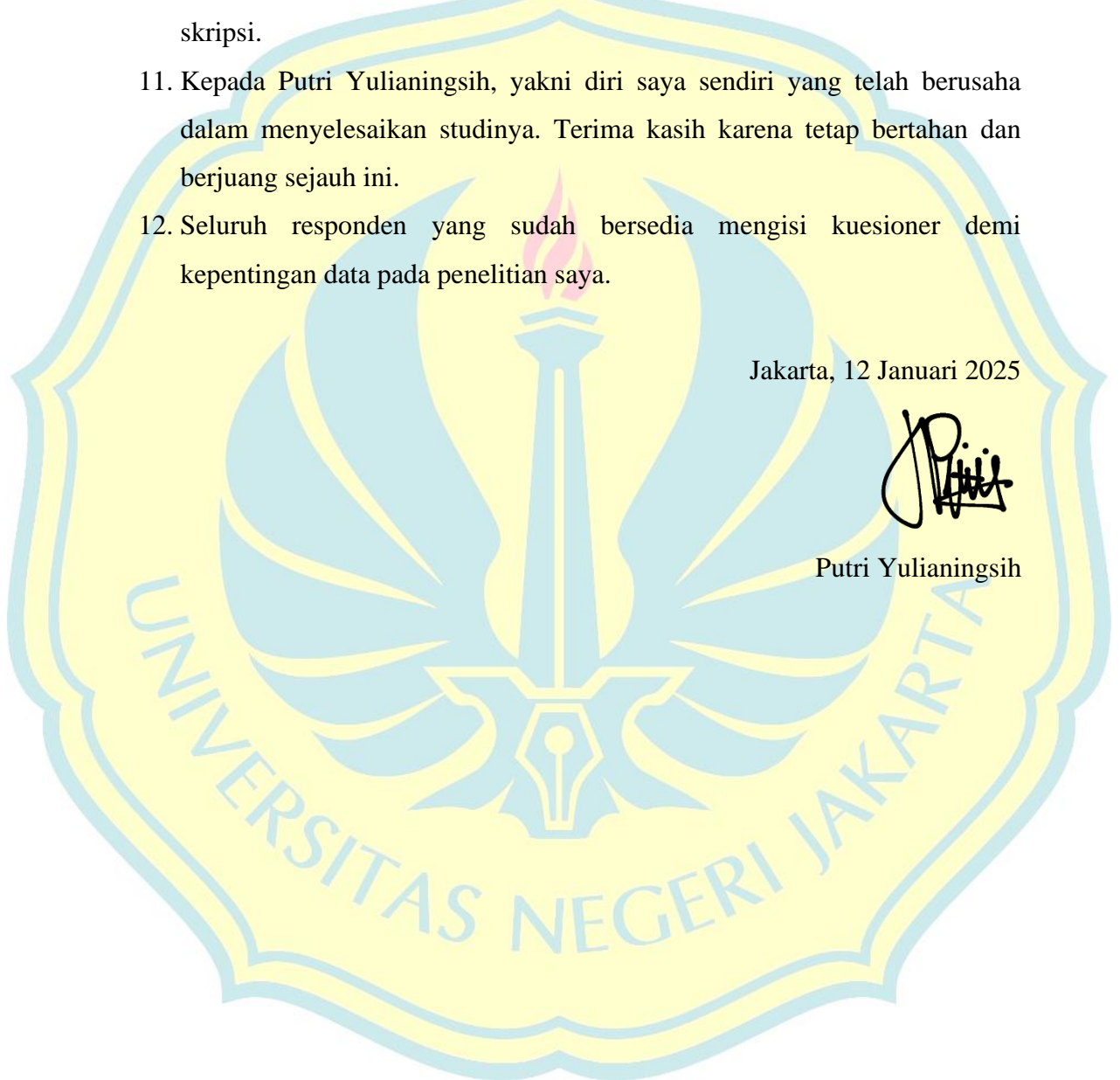
pendidikan S1 di Program studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta.

9. Keluarga saya tercinta terutama Mama yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi untuk bisa menyelesaikan skripsi pada tahun ini.
10. Teman seperbimbingan yang telah bersama-sama berusaha menyelesaikan skripsi.
11. Kepada Putri Yulianingsih, yakni diri saya sendiri yang telah berusaha dalam menyelesaikan studinya. Terima kasih karena tetap bertahan dan berjuang sejauh ini.
12. Seluruh responden yang sudah bersedia mengisi kuesioner demi kepentingan data pada penelitian saya.

Jakarta, 12 Januari 2025



Putri Yulianingsih



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PER NYATAAN ORISINALITAS	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Teoritis	9
1.4.3 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis.....	9
1.6 Tinjauan Teoritik	12
1.6.1 Deskripsi Teoritik.....	12
1.6.2 Kerangka Teoritik.....	22
1.6.3 Hipotesis Penelitian.....	23
1.7 Metodologi Penelitian.....	24
1.7.1 Pendekatan dan Metode Penelitian	24
1.7.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	24
1.7.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
1.7.4 Intrumen Penelitian.....	27
1.7.5 Uji Coba Instrumen Penelitian.....	32
1.7.6 Teknik Pengumpulan Data	34
1.7.7 Teknik Analisis Data	35

1.8 Sistematika Penulisan	35
BAB II DESKRIPSI UMUM OBJEK DAN LOKASI PENELITIAN	37
2.1 Profil Program Studi Pendidikan Sosiologi	37
2.2 Profil Mahasiswa Pendidikan Sosiologi UNJ	39
BAB III HASIL PENELITIAN DAN UJI HIPOTESIS.....	41
3.1 Pengantar.....	41
3.2 Karakteristik Responden.....	41
3.3 Deskripsi Data.....	44
3.3.1 Variabel Tingkat Perilaku Konsumtif (Y)	45
3.3.1.1 Dimensi Faktor Budaya	46
3.3.1.2 Dimensi Faktor Sosial.....	47
3.3.1.3 Dimensi Faktor Pribadi.....	48
3.3.2 Variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial (Variabel X).....	50
3.3.2.1 Dimensi Perhatian.....	51
3.3.2.2 Dimensi Penghayatan	52
3.3.2.3 Dimensi Frekuensi	53
3.3.2.4 Dimensi Durasi	54
3.4 Uji Asumsi Klasik.....	56
3.4.1 Uji Normalitas	56
3.4.2 Uji Homogenitas.....	57
3.4.3 Uji Linearitas	57
3.5 Uji Hipotesis	58
3.5.1 Uji t (Parsial).....	59
3.5.2 Regresi Linear Sederhana	60
3.5.4 Koefisien Determinasi	61
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	62
4.1 Analisis Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif.....	62
4.2 Analisis Sosiologis Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif	69
BAB V PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	76

LAMPIRAN.....	79
RIWAYAT HIDUP.....	96



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Statistika Deskriptif Variabel Tingkat Perilaku Konsumtif (Y)	45
Tabel 3. 2 Statistika Deskriptif Dimensi Faktor Budaya	47
Tabel 3. 3 Statistika Deskriptif Dimensi Faktor Sosial.....	48
Tabel 3. 4 Statistika Deskriptif Dimensi Faktor Pribadi	49
Tabel 3. 5 Statistika Deskriptif Variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial (X)	50
Tabel 3. 6 Statistika Deskriptif Dimensi Perhatian	52
Tabel 3. 7 Statistika Deskriptif Dimensi Penghayatan.....	53
Tabel 3. 8 Statistika Deskriptif Dimensi Frekuensi	54
Tabel 3. 9 Statistika Deskriptif Dimensi Durasi	55
Tabel 3. 10 Uji Normalitas	56
Tabel 3. 11 Uji Homogenitas	57
Tabel 3. 12 Uji Linieritas	58
Tabel 3. 13 Coefficients	59
Tabel 3. 14 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	61
Tabel 4. 1 Rekapitulasi Hasil Deskripsi Data Variabel Tingkat Perilaku Konsumtif.....	62
Tabel 4. 2 Rekapitulasi Hasil Deskripsi Data Variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	64
Tabel 4. 3 Tabulasi Silang Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Tingkat Perilaku Konsumtif.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Skema Kerangka Berpikir	23
Gambar 3. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Angkatan	42
Gambar 3. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	42
Gambar 3. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Gambar 3. 4 Klasifikasi Responden Penggunaan Media Sosial	43
Gambar 3. 5 Klasifikasi Responden yang Suka/Pernah Belanja <i>Online</i>	44
Gambar 4. 1 Skema Analisis Masyarakat Konsumsi Baudrillard.....	75

