

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

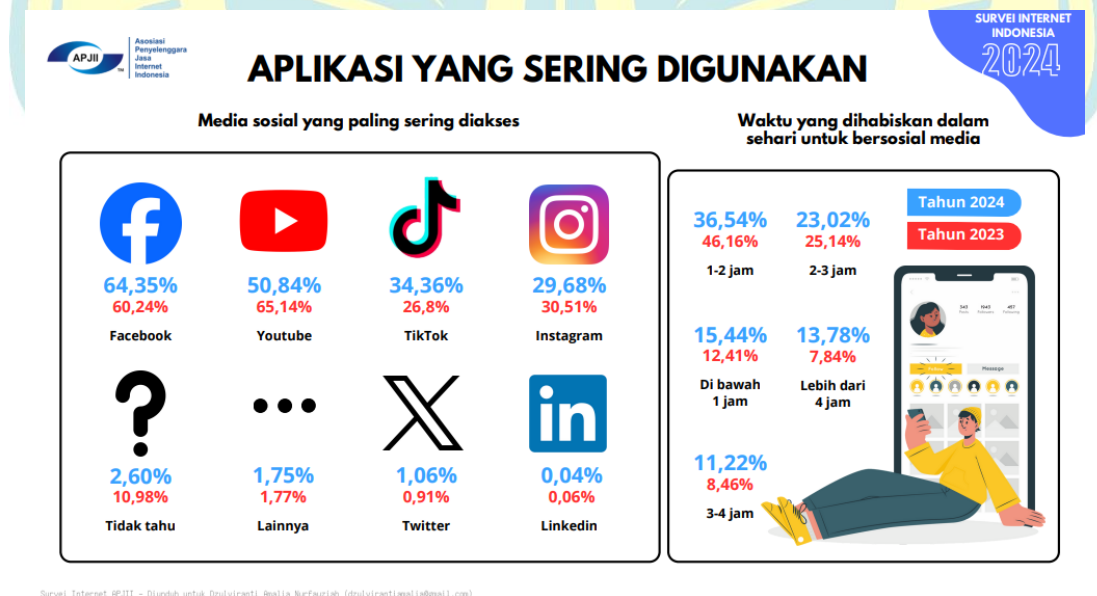
Teknologi semakin berkembang seiring berjalannya waktu, setiap orang dapat melakukan komunikasi jarak jauh dan bisa melakukan komunikasi antar dua waktu yang berbeda. Salah satu wujud dari perkembangan teknologi yaitu *New Media*. Istilah *New Media* mengacu pada media baru yang muncul dan berkaitan dengan dunia digital, media baru berbeda dengan media tradisional. Salah satu perbedaannya adalah kecepatan, contohnya surat kabar. *New Media* memiliki kemampuan untuk menyebarkan informasi lebih cepat. Media tradisional memerlukan waktu untuk mengolah, mencetak, dan mendistribusikan informasinya.

Kehadiran media baru atau *New Media* akan membentuk suatu kelompok masyarakat yang disebut sebagai masyarakat maya. Masyarakat maya ini sangat bergantung pada media dan cenderung melihat dunia nyata sebagai sebuah realitas digital, dimana masyarakat dapat menjelajahi ruang yang luas, berkomunikasi dengan individu yang jauh, namun terkadang mengabaikan interaksi dengan orang-orang di sekitarnya. Fenomena tersebut menunjukkan adanya individualisme yang kuat dalam perilaku manusia. Ahmadi (2020) menyatakan bahwa kehadiran *New Media* sebagai hasil dari perkembangan teknologi informasi memiliki kapasitas untuk menyediakan banyak informasi kepada masyarakat. Bagaimana baik atau buruknya pengaruhnya tergantung pada individu masing-masing.

Media sosial memainkan perannya untuk membentuk dan mengekspresikan identitas seseorang. Selain itu, Feroza dan Misnawati (2020) menyatakan bahwa penggunaan media sosial bisa untuk berkomunikasi dan berinteraksi menggunakan berbagai fitur yang ada di platform tersebut, seperti mengirimkan pesan berupa teks,

foto, audio, dan video. Beberapa jenis media sosial yang populer saat ini termasuk blog, wiki, dan platform lainnya.

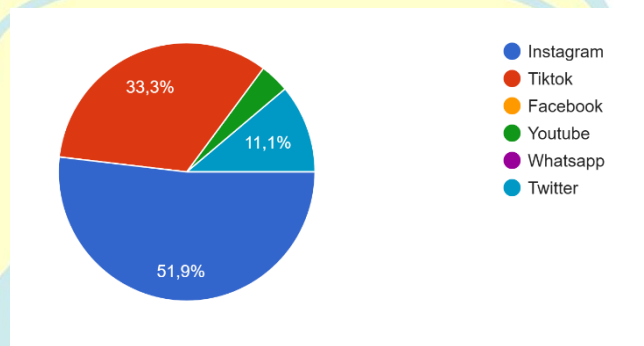
Media sosial sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, khususnya di kalangan siswa. Mustofa (2019) menyatakan bahwa sebagian besar waktu dihabiskan seseorang untuk mencari berbagai informasi, termasuk politik, gaya hidup, dan hal-hal sehari-hari yang sering dianggap sepele. Melalui *New Media*, diciptakan beberapa media sosial yang sering digunakan, contohnya, *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, dan *Youtube*. Beberapa media sosial tersebut, memaparkan berbagai macam gaya hidup, tren masa kini, serta produk-produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh siswa. Media sosial merupakan *platform* untuk berbagi, mencari inspirasi, serta terlibat dalam interaksi sosial. Konten-konten yang bertebaran beraneka ragam, mulai dari tren *fashion*, *lifestyle*, tutorial, *live streaming*, dan masih banyak lagi tren di media sosial yang dapat mempengaruhi persepsi siswa yang berkaitan dengan pembelian. Hal tersebut didukung oleh gambar 1.1



Gambar 1. 1 Penggunaan Internet di Indonesia

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Gambar 1.1 menunjukkan survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, menunjukkan bahwa *Facebook* merupakan media sosial yang paling sering digunakan, diikuti oleh *Youtube*, *TikTok*, *Instagram*. Sedangkan pada siswa SMA Negeri 54 Jakarta, media sosial yang paling sering digunakan yaitu *Instagram*, diikuti oleh *TikTok*, *Twitter*, dan *Youtube*. Hal ini ditunjukkan pada gambar 1.2.

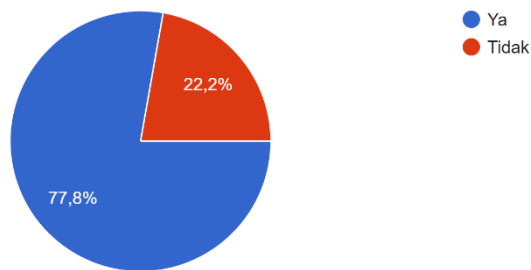


Gambar 1. 2 Penggunaan Media Sosial di SMA Negeri 54 Jakarta

Sumber : Pra Survei Peneliti (2023)

Menurut Suryaningsih (2019), dampak positif media sosial yaitu memudahkan siswa dalam proses belajar mengajar, memudahkan siswa dalam berkomunikasi dengan orang lain, meningkatkan wawasan, serta memperluas tambahan materi pembelajaran. Sedangkan dampak negatifnya yaitu media sosial membuat siswa sulit lepas dan menghabiskan waktu hanya untuk bermain media sosial, selain itu siswa juga menjadi lebih malas yang mengakibatkan prestasi belajarnya menurun. Dampak-dampak pada penggunaan media sosial tersebut seringkali membuat siswa meniru perilaku yang ada di media sosial, misalnya gaya berpakaian *influencer* yang sedang populer.

Dampak positif maupun negatif tersebut dapat membentuk pola atau gaya hidup di lingkungan siswa. Seperti yang ditunjukkan pada gambar 1.3, dimana 77,8% siswa gemar berbelanja di media sosial yang dipasarkan oleh *influencer*.



Gambar 1. 3 Perilaku Konsumtif Siswa

Sumber : Pra Survei Peneliti (2023)

Gaya hidup seseorang berkaitan dengan perilaku konsumen, terlebih lagi dalam keputusannya membeli suatu barang. Perubahan gaya hidup yang mengarah pada perilaku konsumtif cenderung terjadi di kalangan masyarakat. Perilaku konsumtif terjadi karena adanya fenomena perubahan gaya hidup, sosial budaya dan semakin beragamnya jenis kebutuhan manusia. Perubahan tersebut akan mengarah pada perilaku membeli sesuatu bukan berdasarkan kebutuhan dan kemampuan seseorang melainkan akan membeli karena alasan lain, seperti sekedar mengikuti *fashion*, sekedar ingin mencoba produk baru, ingin dikenal masyarakat, dan sebagainya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan D. Lestari et al. (2023) gaya hidup suatu masyarakat akan bervariasi dibandingkan dengan masyarakat lainnya. Bahkan, gaya hidup individu dan kelompok tertentu akan berubah secara dinamis dari waktu ke waktu.

Mengikuti *trend* masa kini atau gaya hidup tertentu sudah menjadi kebiasaan siswa agar dapat merasa lebih terhubung dengan temannya. Media sosial tidak hanya memperkenalkan siswa pada berbagai merek dan produk, tetapi juga menciptakan tekanan sosial untuk mengikuti *trend* terbaru. Kesadaran akan merek dan produk tertentu dapat meningkatkan keinginan untuk membeli, terutama ketika produk tersebut dihubungkan dengan gaya hidup yang dianggap populer atau diinginkan oleh kelompok sosial tertentu. Kegiatan mengikuti *trend* masa kini dapat menjadi cara untuk memperkuat serta mengekspresikan identitas pribadi. Sukarno dan Indrawati (2020)

menyatakan bahwa siswa yang bergaya hidup hedonis, ditunjukkan dari gaya hidup mewah yang sering dilakukan, sebagai contoh yaitu menggunakan tas, sepatu, jaket, serta aksesoris dengan merk mahal dan terkenal, selain itu siswa juga memiliki *smartphone* canggih dengan harga yang mahal, sering berkumpul dengan teman-teman sepulang dari sekolah, ingin memiliki barang-barang yang sedang tren atau terbaru, serta rutin pergi ke mall atau bioskop.

Perilaku konsumtif bisa diartikan dengan tindakan seseorang dalam membeli barang secara berlebihan tanpa adanya pertimbangan, dimana barang tersebut kurang dibutuhkan atau bukan barang kebutuhan pokok. Perilaku konsumtif khususnya terjadi pada kalangan remaja karena kurang memperhitungkan segala sesuatu dalam konsumsi sehari-hari. Menurut Fransisca dan Erdiansyah (2020) kelompok pada usia remaja merupakan salah satu penganut perilaku konsumtif karena para remaja dinilai masih kurang percaya diri, labil serta belum mampu menentukan kebutuhan dan keinginan yang perlu dikonsumsi atau tidak, sehingga remaja menyukai hal-hal menyenangkan dan boros dalam menggunakan uang jajanannya.

Menurut Khrishananto dan Adriansyah (2021) seorang remaja pengguna instagram dengan intensitas yang tinggi, lalu menyaksikan berbagai konten yang bersifat promosi, maka remaja tersebut akan cenderung untuk melakukan pembelian di luar rencana. Disisi lain, Adanya rasa ingin diterima untuk menjadi bagian disebuah kelompok yang mengharuskan remaja melakukan berbagai hal yang sama dengan kelompok tersebut, atau berkonformitas tanpa mempertimbangkan dampak negatif dan positifnya akan lebih mendukung seorang remaja semakin berkecenderungan untuk berperilaku konsumtif.

Penggunaan media sosial memiliki banyak fungsi yang dapat memudahkan penggunaannya untuk bisa melakukan kegiatan ekonomi khususnya belanja. Konten produk yang menarik menjadi ketertarikan pengguna media sosial untuk melakukan pembelian dimana saja dan kapan saja. Media sosial selalu memberikan informasi yang

terkini mengenai apapun termasuk hal-hal yang memancing siswa untuk berperilaku konsumtif. Funky et al. (2021) menyatakan bahwa tren gaya hidup saat ini terus berubah dari waktu ke waktu, dan secara bertahap setiap individu akan mengikuti perkembangan tersebut.

Penelitian Mustomi dan Puspasari (2020) yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa” menyatakan hasilnya tidak ada pengaruh signifikan antara media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan hal itu maka topik yang berkaitan dengan pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif perlu diteliti lagi. Dengan adanya research gap dan diperlukannya bukti empiris untuk mendukung kebenaran asumsi tersebut, maka diperlukan penelitian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada penambahan variabel gaya hidup dan subjek penelitiannya yaitu siswa SMAN 54 Jakarta.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas yaitu penggunaan media sosial dan gaya hidup yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan berkaca dari pengalaman peneliti yang menemukan masalah ini ketika peneliti sedang melakukan Praktik Keterampilan Mengajar (PKM) di SMA Negeri 54 Jakarta, maka peneliti tertarik untuk meneliti apakah terdapat hubungan yang berpengaruh dari penggunaan media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa. Penelitian ini penting dilakukan untuk mencari tahu dampak dan kemungkinan yang akan terjadi dari penggunaan media sosial dan gaya hidup yang dapat memancing perilaku konsumtif pada siswa.

1.2 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah terdapat pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa SMAN 54 Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa SMAN 54 Jakarta?

3. Apakah terdapat pengaruh media sosial terhadap gaya hidup siswa SMAN 54 Jakarta?
4. Apakah terdapat pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa SMAN 54 Jakarta melalui gaya hidup?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka dari itu tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa SMAN 54 Jakarta
2. Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa SMAN 54 Jakarta
3. Mengetahui pengaruh media sosial terhadap gaya hidup siswa SMAN 54 Jakarta
4. Mengetahui pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup pada siswa SMAN 54 Jakarta

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi khasanah ilmu yang berkepentingan, khususnya mengenai pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif siswa. Sehingga penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan untuk semua pihak yang membaca.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi siswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi koreksi bagi siswa dalam penggunaan media sosial, sehingga diharapkan siswa dapat menggunakan media sosial dan mengurangi gaya hidup yang berlebihan untuk mengurangi bahkan menghindari perilaku konsumtif.

b. Bagi guru

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dan menambah informasi guru mengenai pentingnya meningkatkan pemahaman ekonomi siswa dalam upaya mengurangi perilaku konsumtif siswa

c. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini dapat memberikan dan menambahkan informasi serta dapat menjadi bahan referensi untuk melakukan penelitian sejenis.

