

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF PELAJAR DI KECAMATAN PAMIJAHAN

¹Liza Maulida Hidayat [Institut Agama Islam Sahid, Bogor, 1680, Indonesia]

²Titien Yusnita [Institut Agama Islam Sahid, Bogor, 1680, Indonesia]

³Febri Palupi Muslikhah [Institut Agama Islam Sahid, Bogor, 1680, Indonesia]

E-mail: liza.maulida662@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the influence of social media exposure on the consumptive lifestyle of Muslim students in Pamijahan District. The background of this research is based on the increasing use of social media and digital wallet services among teenagers, which affects consumption patterns and shopping habits. This research employs a quantitative approach using the survey method. The sample consists of 100 respondents who are active students in Pamijahan District. The data analysis technique used is simple linear regression. The results show that social media usage significantly influences the consumptive lifestyle of students, particularly in indicators of impulsive buying and the tendency to prioritize wants over needs.

Keywords: social media; consumptive lifestyle

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh paparan media sosial terhadap gaya hidup konsumtif pelajar muslim di Kecamatan Pamijahan. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya penggunaan media sosial dan layanan dompet digital di kalangan remaja, yang mempengaruhi pola konsumsi dan kebiasaan belanja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan pelajar aktif di Kecamatan Pamijahan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap gaya hidup konsumtif pelajar, terutama dalam indikator belanja secara spontan dan kecenderungan mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan.

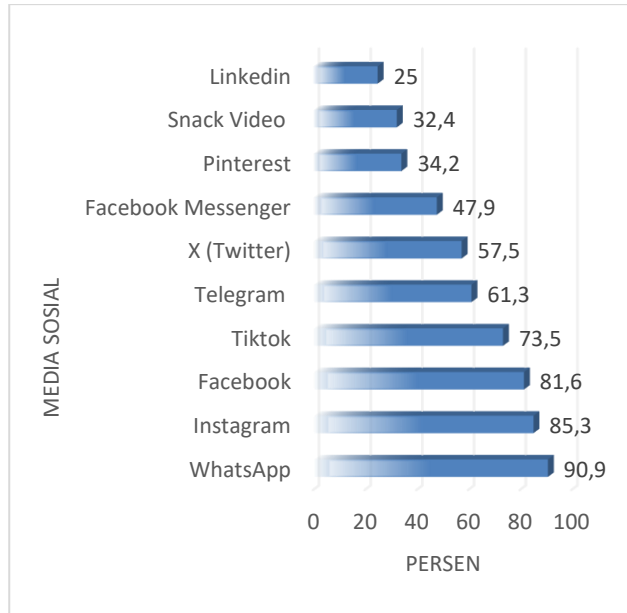
Kata Kunci: media sosial, gaya hidup konsumtif

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era modern membawa perubahan besar terhadap pola hidup masyarakat. Kemajuan teknologi, khususnya di bidang informasi, memungkinkan proses pengolahan dan penyebaran data berlangsung lebih cepat, akurat, dan efisien (Siregar dkk., 2020). Di sisi lain, teknologi komunikasi juga memberikan kemudahan dalam transfer data antarpengguna tanpa batas ruang dan waktu (Huda, 2020). Transformasi digital ini tidak hanya memengaruhi sistem sosial dan politik, tetapi juga mengubah cara masyarakat berinteraksi, mencari informasi, dan mengonsumsi berbagai produk dalam kehidupan sehari-hari.

Salah satu faktor penting dalam perubahan tersebut adalah pesatnya perkembangan internet. Penggunaannya yang semakin masif menjadikan internet sebagai sumber utama pencarian informasi dan media interaksi publik. Data Kementerian Komunikasi dan Informatika menunjukkan bahwa satu dari tiga keluarga di Indonesia telah menjadi pengguna internet dan sebagian besar mengaksesnya melalui perangkat mobile (Vinka dkk., 2021). Laporan APJII tahun 2024 juga mencatat bahwa jumlah pengguna internet mencapai 221,56 juta jiwa dengan penetrasi sebesar 79,5 persen. Tingginya penetrasi internet ini menandakan bahwa aktivitas digital telah menjadi bagian penting kehidupan masyarakat modern.

Berdasarkan survei yang dikutip dari We Are Social, sekitar 49,9 persen atau sekitar 139 juta orang dari total populasi Indonesia aktif menggunakan media sosial. Berikut adalah daftar media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak pada tahun 2024.



Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa aplikasi berbasis komunikasi dan berbagi konten seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook masih mendominasi penggunaan media sosial di kalangan masyarakat. Perkembangan media sosial ini mencerminkan perubahan pola komunikasi digital serta preferensi pengguna dalam mengakses informasi dan berinteraksi secara online baik antara individu, komunitas, atau organisasi, terutama di kalangan pelajar untuk berkomunikasi dan terlibat dengan satu sama lain (Abbas et al., 2019).

Penggunaan media sosial turut mendorong pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Kemkominfo mencatat bahwa perkembangan sektor *e-commerce* mencapai 91 persen, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan pertumbuhan tercepat di dunia (Ardhana dkk., 2023). *E-commerce* kini tidak hanya menjadi sarana transaksi, tetapi juga berkembang menjadi media pemasaran dan gaya hidup, terutama di kalangan generasi muda. Prediksi Statista menyebutkan bahwa jumlah pengguna *e-commerce* diperkirakan mencapai 105,2 juta orang pada tahun 2029. Tren ini sejalan dengan meningkatnya perilaku belanja daring masyarakat yang cenderung

konsumtif, terutama sejak hadirnya berbagai layanan pembayaran digital seperti ShopeePay yang menawarkan kemudahan transaksi dan promosi menarik (Mulyani dkk., 2022).

Fenomena meningkatnya belanja daring tersebut berkaitan erat dengan perubahan gaya hidup masyarakat. Gaya hidup mencerminkan cara seseorang menghabiskan waktu dan uang, serta bagaimana ia memandang diri dan lingkungannya (Fatmawati, 2020). Sejumlah penelitian menemukan bahwa gaya hidup konsumtif ditandai oleh kecenderungan membeli barang berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan, serta ketertarikan pada produk-produk yang dianggap dapat meningkatkan citra diri (Hafsyah, 2020). Remaja dan pelajar menjadi kelompok yang paling rentan terhadap pengaruh ini karena mudah terpapar konten media sosial yang menampilkan tren fashion, lifestyle, dan produk-produk viral yang mendorong perilaku belanja impulsif (Triandana dkk., 2021).

Media sosial sendiri memainkan peran besar dalam membentuk pola konsumsi tersebut. Platform seperti Instagram, TikTok, dan ShopeeLive mempromosikan berbagai produk melalui influencer, iklan, hingga algoritma yang menyesuaikan minat pengguna. Paparan konten semacam ini menciptakan dorongan psikologis bagi remaja untuk mengikuti tren agar diterima secara sosial atau merasa tidak ketinggalan zaman. Kemudahan akses *e-commerce* dan layanan pembayaran digital semakin mempercepat proses pembelian, bahkan oleh pelajar di daerah pedesaan. Dalam konteks penggunaan media sosial, individu dapat dengan bebas memberikan pendapat dan komentar tanpa merasa khawatir (Rosmalina, 2021).

Rosmalina (2021) menjelaskan empat ciri utama media sosial, yaitu:

1. Partisipasi, media sosial dipandang mampu mendorong setiap orang untuk berkontribusi, seolah-olah menghapuskan batasan antara dirinya dengan khalayak.
2. Keterbukaan, dalam konteks media sosial, terdapat tingkat keterbukaan. Keterbukaan ini mencakup kemudahan

untuk memberikan umpan balik atau saran serta komentar antar pengguna.

3. Perbincangan, media sosial bersifat interaktif. Ini berarti setiap pengguna berperan sebagai pengirim pesan atau penerima pesan dalam komunikasi.
4. Komunitas, platform ini memfasilitasi pembentukan komunitas baru atau pemeliharaan komunikasi dengan komunitas yang sudah ada. Hal ini disebabkan oleh kemampuan media sosial dalam mendukung efisiensi komunikasi untuk kepentingan komunitas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dirancang secara deskriptif untuk menjelaskan dan merangkum berbagai kondisi, situasi, atau variabel yang terjadi di masyarakat yang diteliti berdasarkan hasil pengamatan di lapangan. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel Independen dengan variabel dependen.

Pengumpulan data meliputi penggunaan instrumen penelitian, analisis data, dan bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesis melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan analisis data menggunakan Program SPSS.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada fenomena meningkatnya penggunaan media sosial oleh pelajar serta kecenderungan perilaku konsumtif yang semakin meningkat. Waktu penelitian yang direncanakan kurang lebih 1 (satu) bulan, mulai dari Februari hingga Maret 2025.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*. Teknik ini merupakan metode pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi

sampel. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5 persen. Berdasarkan perhitungan, diperoleh sampel sebanyak 100 responden yang akan dijadikan sebagai subjek penelitian.

Berikut merupakan rumus Slovin untuk menentukan sample:

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1} \longrightarrow n = \frac{100}{100(0,05)^2 + 1}$$
$$n = \frac{100}{100(0,0025) + 1}$$
$$n = \frac{100}{1,25}$$
$$n = 80$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi (100)

e = margin of error (5% atau 0.05)

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin, jumlah sampel yang diperoleh adalah 80 responden dari total populasi sebanyak 100 pelajar di Kecamatan Pamijahan dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 5 persen (0,05). Dengan jumlah 80 responden diharapkan mampu memberikan gambaran yang valid mengenai pengaruh paparan media sosial terhadap pola konsumsi pelajar di Kecamatan Pamijahan.

DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional adalah inti dari penjelasan mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, yang memuat indikator yang relevan dan bertujuan untuk menetapkan batasan pada variabel-variabel tersebut. Ada berbagai aspek yang dipertimbangkan dalam penelitian ini, termasuk usia dan jenis kelamin. Usia pelajar (16-19 tahun) yang umumnya terdaftar di tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA). Usia ini dipilih karena merupakan masa transisi dari remaja awal menuju remaja akhir, di mana individu mulai mengalami perubahan penting dalam aspek fisik, emosional, dan sosial. Jenis kelamin dalam

penelitian ini merujuk pada kategori biologis individu yang dibagi menjadi laki-laki dan perempuan. Pada banyak penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat bukti bahwa laki-laki dan perempuan sering kali menunjukkan perbedaan dalam preferensi, pola konsumsi, dan tanggapan terhadap pengaruh sosial, termasuk yang berasal dari media sosial.

Pernyataan-pernyataan berikut dapat diukur dan dianalisis dengan skala likert:

Tabel 1

No	Frekuensi	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Setuju	3
4	Sangat Setuju	4

INSTRUMEN PENELITIAN

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk menilai apakah suatu pernyataan dapat diterima sebagai valid saat menganalisis variabel penelitian, seperti kuesioner. Salah satu ciri validitas dari kuesioner adalah kemampuannya untuk mengidentifikasi dengan tepat apa yang sedang diukur. Sampel yang digunakan untuk uji validitas dan reabilitas dalam penelitian ini berjumlah 15 responden. Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel Media Sosial (X) dan Gaya Hidup Konsumtif (Y), seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Hal ini terlihat dari nilai r-hitung pada semua butir yang lebih besar dibandingkan r-tabel, yaitu 0,220. Nilai r-tabel 0,220 tersebut digunakan karena sesuai dengan jumlah responden dalam penelitian dan tingkat signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$).

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk menentukan seberapa baik atau buruk pengujian yang dilakukan, yaitu apakah pengujian memberikan hasil yang sama atau hampir identik atau tidak (Slamet, 2020). Reliabilitas berfungsi untuk mengetahui sejauh mana pengukuran dapat konsisten, sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat dipercaya

dan digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan. Adapun kriteria tingkat pengujian realibitas alpha cronbach sebagai berikut:

Tabel 2

Alpha	Tingkat Realibitas
0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
>0,20 – 0,40	Sedikit Realiabel
>0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
>0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1.00	Sangat Reliabel

Sumber : Sugiyono 2016

Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	Media Sosial yang Berpengaruh	0,760	Reliabel
2	Gaya Hidup Konsumeris	0,758	Reliabel

Variabel Media Sosial yang Berpengaruh menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,745 dengan 15 item pernyataan, dan Variabel Gaya Hidup Konsumtif menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,745 dengan 15 item pernyataan yang dapat dilihat >0,60. Hasil pengujian tersebut membuktikan bahwa kuesioner yang digunakan sebagai instrumen pengumpulan data adalah reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan media sosial yang tinggi tidak hanya berguna sebagai sarana hiburan dan komunikasi, tetapi menjadi hal utama dalam menerima informasi mengenai tren gaya hidup, produk terbaru serta konten promosi yang disampaikan oleh influencer. Sebagian besar pelajar mengaku bahwa mereka sering merasa terdorong untuk membeli suatu produk setelah melihat ulasan positif atau iklan yang menarik dimedia sosial, tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya. Media sosial yang dapat diakses kapan pun

tanpa batasan, waktu, tempat dan jarak telah mendorong terjadinya transformasi dalam proses transaksi jual beli, dari yang semula bersifat konvensional menjadi online. Salah satu faktor penting dalam penggunaan media sosial adalah ketersediaannya sebagai platform komunikasi dua arah yang memungkinkan interaksi langsung antar pengguna. Menurut Rosmalina (2021), terdapat tiga indikator utama dalam menilai ketersediaan media sosial, yaitu partisipasi, keterbukaan, dan umpan balik/perbincangan dan komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk keputusan belanja pada pelajar, sehingga berdampak langsung terhadap munculnya pola konsumtif.

Tabel 4

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.388	1.578		0.879	0.382
	X	0.959	0.036	0.950	26.845	0.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan hasil regresi di atas menunjukkan bahwa variabel ketersediaan media sosial (X) berpengaruh positif terhadap gaya hidup konsumtif (Y). Koefisien regresi sebesar 0,959 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam ketersediaan media sosial akan diikuti oleh peningkatan sebesar 0,959 satuan dalam gaya hidup konsumtif. Hal ini menggambarkan bahwa semakin tersedia dan mudah diaksesnya media sosial, maka kecenderungan pelajar untuk memiliki gaya hidup yang konsumtif juga semakin tinggi. Sementara itu, nilai konstanta sebesar 1,388 menandakan bahwa meskipun ketersediaan media sosial tidak ada ($X=0$), pelajar tetap memiliki kecenderungan gaya hidup konsumtif sebesar 1,388 satuan yang dapat dipengaruhi oleh faktor lain di luar media sosial. Hasil uji signifikansi memperkuat hubungan tersebut dengan nilai $\text{Sig.} = 0,000 < 0,05$ dan $t\text{-hitung} = 26,845 > t\text{-tabel} = 1,991$, yang berarti bahwa pengaruh variabel ketersediaan media sosial terhadap

gaya hidup konsumtif adalah signifikan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa ketersediaan media sosial berpengaruh signifikan secara parsial terhadap pola konsumtif dapat diterima, dan hasil ini menunjukkan bahwa pentingnya peran media sosial dalam membentuk pola konsumsi pelajar di Kecamatan Pamijahan.

Paparan media sosial terutama E-commerce dan sistem pembayaran E-wallet, memiliki dampak signifikan terhadap gaya hidup konsumtif pelajar di Kecamatan Pamijahan terutama bagi mereka yang berada di rentang usia 16-19 tahun. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui kuisioner, diketahui bahwa e-wallet mempengaruhi perilaku konsumsi pelajar dalam berbagai aspek, seperti kemudahan transaksi, pengaruh media sosial dan penawaran diskon yang dapat meningkatkan dorongan untuk berbelanja secara impulsif. Para pelajar umumnya lebih aktif dalam menggunakan smartphone dan platform media sosial untuk mencari produk dan berbelanja secara online. E-wallet dengan segala kemudahan dan fasilitas pembayaran yang ditawarkannya menjadi salah satu alat yang mempermudah transaksi pada pelajar. Hal ini sangat sesuai dengan hasil kuisioner yang menunjukkan bahwa kemudahan bertransaksi dan tawaran promo seringkali memicu pembelian impulsif pada pelajar. Mayoritas responden mengaku bahwa mereka sering membeli produk karna penawaran diskon atau flash sale yang diberikan oleh e-commerce, meskipun barang tersebut tidak selalu sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, media sosial terutama peran influencer sangat berpengaruh dalam mendorong pelajar untuk mengikuti gaya hidup yang dipromosikan oleh influencer di media sosial. Hal ini terbukti dari hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa banyak pelajar merasa sangat mengenal influencer di media sosial meskipun mereka belum pernah berjumpa secara langsung. Pengaruh dari media sosial ini menunjukkan bahwa pelajar sering kali melakukan pembelian untuk meningkatkan status sosial mereka di kalangan teman-teman sebaya, meskipun barang tersebut hanya digunakan untuk memuaskan keinginan, bukan kebutuhan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, hasil analisis dan pembahasan yang telah ditemukan oleh penulis terhadap gaya hidup konsumtif pada pelajar, dapat ditarik kesimpulan bahwa Paparan media sosial terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif pelajar di Kecamatan Pamijahan, khususnya pada usia 16-19 tahun. Koefisien regresi sebesar 0,959 menunjukkan bahwa semakin tinggi ketersediaan dan akses terhadap media sosial, maka kecenderungan pelajar untuk bersikap konsumtif juga semakin tinggi. Hasil dan Pembahasan ditulis dengan huruf Kapital, jarak 1 spasi dan ditebalkan. Simpulan hendaknya merupakan jawaban atas pertanyaan penelitian, dan diungkapkan bukan dalam kalimat statistik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhana, V. Y., & Mulyodiputro, M. D. (2023). Pelatihan E-Commerce Dan Marketplace Bagi Masyarakat Muda Desa Dasan Baru Kediri. *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, 1-6.
- Fatmawati, N. (2020). Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29-38.
- Hafsyah, A. H. (2020). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Transaksi Online (E-Commerce). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 94-103.
- Mulyani, A. Y., Sabanni, S. R., & Nabila, A. (2022). Persepsi Mahasiswa Universitas Siliwangi Mengenai Penggunaan E-Wallet (Shopeepay) Sebagai Alat Pembayaran Non Tunai. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 95-106.
- Rosmalina, A., & Khaerunnisa, T. (2021). Penggunaan Media Sosial Dalam Kesehatan Mental Remaja. *Prophetic: Professional, Empathy, Islamic Counseling Journal*, 4(1), 49-58.
- Siregar, L. Y., & Nasution, M. I. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 71-75.
- Triananda, S. F., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Peranan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9106-9110.
- Vinka, A. M., & Michele, N. (2021). Pengaruh Teknologi Internet Terhadap Pengetahuan Masyarakat Jakarta Seputar Informasi Vaksinasi Covid-19. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 1-13.