

The Influence of Social Media on Student Consumptive Behavior

Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Dini Alfitriyani¹

Jurusan Hubungan Internasional Universitas Lampung
e-mail: dinialfitriyani07@gmail.com

ABSTRACT

Student consumptive behavior can be described through several aspects of individual interests, in the current era the use of social media will influence individuals in choosing shopping choices. Social media does not only function to seek entertainment, for education, work, or study, but this research underlines the use of social media in shopping aspects. This study uses 2 instruments to see the effect between variables and uses a cross sectional survey method. There were 24 respondents who were collected with an age range of 16-24 years to describe student behavior in using social media towards consumptive behavior. This research describes the use of social media and consumer behavior by students. There are 8 questions from social media variables and there are 8 questions and statements totaling 8 from consumptive behavior variables. Especially on the question "do you often feel that social media makes it easier to get information for shopping?" in the accumulation that is seen is 50% very suitable and 50% suitable. This means that 24 respondents stated that social media had an effect on the shopping information they got. From the description of the use of social media, it can be concluded that all respondents agree with the use of social media every day and agree that social media can provide more information about shopping. From the conclusions that can be drawn is the purpose of using social media for the benefit of seeking information, working, shopping, for education, and for entertainment only. The factor that most influences students when shopping through social media is related to easy access to shopping information, promotions or discounts, and the effectiveness and efficiency of time when shopping through social media which will increase student consumptive behavior.

Keywords: Consumptive behaviour, social media

ABSTRAK

Perilaku konsumtif mahasiswa dapat digambarkan melalui beberapa aspek kepentingan individu, di era sekarang penggunaan media social akan mempengaruhi individu dalam memilih pilihan berbelanja. Media social tidak hanya berfungsi untuk mencari hiburan, untuk Pendidikan, bekerja, maupun belajar, tetapi pada penelitian ini digaris bawahi mengenai penggunaan media social pada aspek berbelanja. Penelitian ini menggunakan 2 instrumen untuk melihat pengaruh antar variable dan menggunakan metode *cross sectional survey*. Responden yang terkumpul sebanyak 24 dengan rentang usia 16-24 tahun untuk menggambarkan perilaku mahasiswa dalam penggunaan media social terhadap perilaku konsumtif. Melalui penelitian ini diuraikan mengenai penggunaan social media dan perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswa. Terdapat 8 pertanyaan dari variable media social dan terdapat 8 pertanyaan dan pernyataan yang berjumlah 8 dari variable perilaku konsumtif. Terlebih pada pertanyaan “apakah anda sering merasa media social membuat anda lebih mudah mendapatkan informasi untuk belanja?” pada akumulasi yang terlihat adalah 50% sangat sesuai dan 50% sesuai. Artinya pada 24 responden menyatakan media social berpengaruh pada informasi belanja yang mereka dapatkan. Dari gambaran penggunaan media social simpulkan bahwa semua responden setuju dengan penggunaan media social setiap hari dan menyatakan setuju pada pernyataan media social dapat memberikan informasi lebih mengenai berbelanja. Dari kesimpulan yang dapat diambil adalah Tujuan dalam penggunaan media social untuk kepentingan mencari informasi, bekerja, berbelanja, untuk pendidikan, dan untuk hiburan semata. Factor yang paling mempengaruhi mahasiswa ketika berbelanja melalui media social adalah terkait dengan mudahnya akses mendapatkan informasi belanja, adanya promo atau diskon, dan efektifitas dan efisiensi waktu ketika berbelanja melalui media social yang akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswanya.

Kata kunci: Media Sosial, Perilaku Konsumtif

PENDAHULUAN

Mahasiswa merupakan individu pada tahap perkembangan usia remaja akhir. Usia mereka tentunya sudah memiliki kendali penuh atas apa yang ia butuhkan dan yang ia inginkan. Perilaku mahasiswa dalam mengimplementasikan sikap yang baik untuk mempunyai prioritas pengeluaran akan berpengaruh pada tingkat perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa. Penggunaan social media dalam kehidupan sehari-hari merupakan salah satu kebutuhan mahasiswa. Media social dapat digunakan untuk keperluan perkuliahan maupun kepentingan pribadi. Salah satu manfaat adanya social media adalah untuk memudahkan akses pada suatu pencapaian tertentu, salah satunya adalah

pemenuhan kebutuhan. Mahasiswa yang membeli barang hanya karena keinginan semata tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang lebih prioritas kemungkinan pengaruh tertentu. Kecenderungan membeli barang tanpa memikirkan dampaknya akan menyebabkan individu tersebut menjadi konsumtif.

Perilaku konsumtif mahasiswa dengan skala prioritasnya masing-masing menyebabkan terjadi perbedaan dalam pengelolaan keuangan. Aktivitas mahasiswa yang bermain social media juga membuat tingkat keinginan dan skala prioritas mereka berubah. Banyak faktor yang menyebabkan mereka menjadi berperilaku konsumtif, faktor tersebut dapat berasal dari diri sendiri maupun karena faktor eksternal. Perilaku konsumtif tiap mahasiswa akan berbeda dengan intensitasnya. Melalui penelitian ini diharapkan mampu menggambarkan fenomena pengaruh penggunaan media social terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan penelitian dilakukan secara online dengan menyebarkan kuisioner kepada mahasiswa. Pada awalnya pembuatan instrument penelitian dengan menggunakan gform sebagai media menyampaikan angket pernyataan dan pertanyaan. Kemudian data tersebut dianalisis menggunakan Analisa statistika deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cross sectional survey*. Artinya penelitian ini bersifat sekali dalam pengumpulan data karena meneliti isu-isu yang bersifat temporer. Responden berjumlah 24 yang berasal dari Lampung dengan rentang usia 16-24 tahun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambar



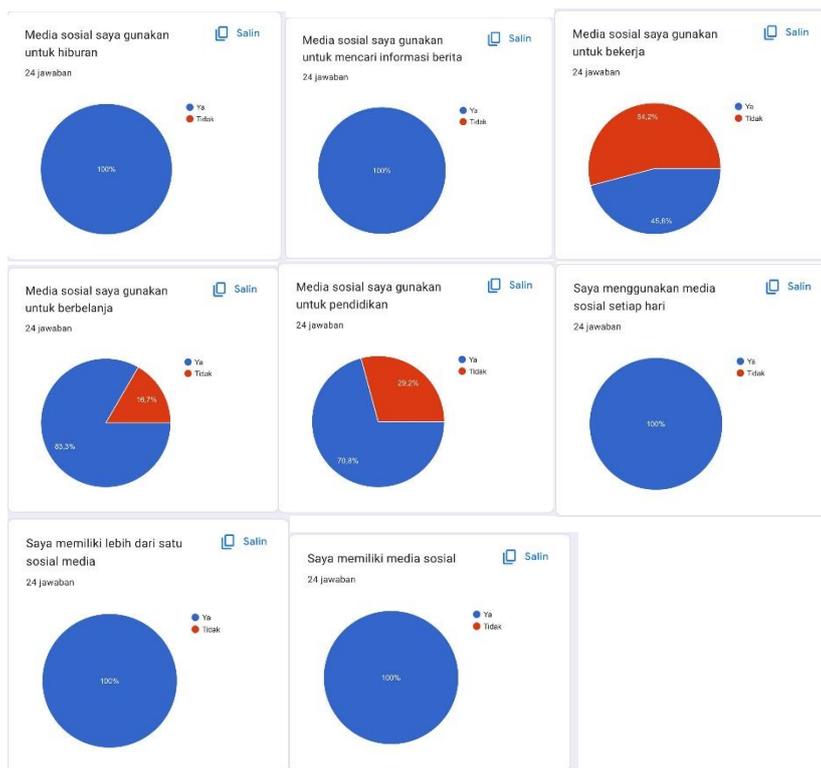
Gambar 1. Instrumen perilaku konsumtif
Sumber: google form 2023

Melalui instrumen yang dibuat terdapat gambaran bahwa penggunaan media social dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Hal itu dinyatakan pada diagram pernyataan mengenai kesesuaian dan ketidak sesuaian pernyataan dengan diri individu. Terlebih pada pertanyaan “apakah anda sering merasa media social membuat anda lebih mudah mendapatkan informasi untuk belanja?” pada akumulasi yang terlihat adalah 50% sangat sesuai dan 50% sesuai. Artinya pada 24 responden menyatakan media social berpengaruh pada informasi belanja yang mereka dapatkan.

Seperti halnya pada pernyataan “adanya media social mempengaruhi keuangan saya” sebanyak 29,2% menyatakan sangat sesuai, dan 33,3% menyatakan sesuai, hanya sebanyak 37,5% yang menyatakan tidak sesuai. Factor yang mempengaruhi individu dalam berbelanja salah satunya adalah diskon atau promo yang tersedia. Pada

pernyataan “melalui media social saya menemukan banyak diskon belanja” sebanyak 54,2% menyatakan setuju dan 37,5% menyatakan setuju, hanya 8,3% yang menyatakan tidak sesuai.

Selanjutnya pada pernyataan “Saya menyisihkan uang untuk berbelanja di social media”, melalui pernyataan ini individu dapat dilihat control diri ketika memiliki media social mereka akan memiliki skala prioritas yang lebih untuk berbelanja di media social. Terkait dengan efektifitas dan efisiensi waktu yang ada terdapat pernyataan “Melalui media social membuat saya menghemat waktu ketika berbelanja” sebanyak 33,3% menyatakan sangat sesuai, 54,2% menyatakan sesuai dan 12,5% menyatakan tidak sesuai. Hal ini dapat menggambarkan ketika mereka memiliki media social akan lebih membuat mudah ketika ia berbelanja. Melalui penggambaran dan penjelasan item pertanyaan dan pernyataan mengenai pengaruh penggunaan media social terhadap perilaku konsumtif mahasiswa terdapat pengaruh yang signifikan ketika adanya media social meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa yang dapat dilihat dari beberapa factor yang dijelaskan.



Gambar 2. Instrumen media sosial
Sumber: google form 2023

Dari instrument tersebut dapat terlihat bahwa media social merupakan bagian besar dari kehidupan sehari hari seorang individu. Dapat terlihat bahwa semua responden mengatakan ya pada pernyataan “saya memiliki social media” “saya menggunakan media social setiap hari” “saya memiliki lebih dari satu social media” “media social saya gunakan untuk hiburan” “media social saya gunakan untuk informasi berita”. Dari pernyataan yang lain akan digaris bawahi adalah mengenai penggunaan media social untuk berbelanja yang dinyatakan sebanyak 83,3% dari 24 responden yang mengisi. Hal ini cukup menggambarkan bahwa media social dapat digunakan untuk melakukan transaksi jual beli oleh konsumen.

2. Tabel

Di dalam bagian pembahasan dijelaskan keberhasilan dan kendala pada pelaksanaan kegiatan. Pada bagian ini juga dapat ditambahkan mengenai tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan.

Tabel 1. Tabel Pernyataan Instrumen Media Sosial

Pertanyaan	Tingkat Pemahaman (24 responden)		Keterangan
	Ya	Tidak	
Saya memiliki media sosial	24	0	-
Saya memiliki lebih dari satu media sosial	24	0	
Saya menggunakan social media setiap hari	24	0	
Media social saya gunakan untuk Pendidikan	17	7	
Media social saya gunakan untuk berbelanja	20	4	
Media social saya gunakan untuk bekerja	13	11	
Media social saya gunakan untuk mencari informasi berita	24	0	
Meida social saya gunakan untuk hiburan	24	0	

Sumber: data diolah dari Gform, 2023

Tabel 2. Tabel Pernyataan Instrumen Perilaku Konsumtif

Pertanyaan	Tingkat Pemahaman (24 responden)				Keterangan
	Sangat Sesuai	Sesuai	Tidak Sesuai	Sangat tidak sesuai	
Apakah anda sering merasa media social membuat anda lebih mudah mendaoatkan informasi untuk belanja?	12	12	0	0	-
Jika ada iklan di media social hal itu akan mempengaruhi saya untuk berbelanja?	4	3	14	1	
Adanya media social mempengaruhi keuangan saya.	7	8	9	0	
Melalui media social saya menemukan banyak diskon belanja	9	13	2	0	
Saya menyisihkan uang untuk berbelanja di media social.	4	12	8	0	
Melalui media social membuat saya menghemat waktu ketika berbelanja	8	13	3	0	
Intensitas belanja saya meningkat karena social media.	6	5	10	3	
Banyak piilihan yang tersedia ketika saya berbelanja melalui social media.	10	12	2	0	

Sumber: data diolah dari Gform, 202

KESIMPULAN

Dalam penelitian yang dilakukan terdapat beberapa poin yang perlu digaris bawahi mengenai penggunaan media social terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Diantaranya adalah intensitas penggunaan media social yang diakumulasi setiap hari digunakan. Tujuan dalam penggunaan media social untuk kepentingan mencari informasi, bekerja, berbelanja, untuk pendidikan, dan untuk hiburan semata. Factor yang paling mempengaruhi mahasiswa ketika berbelanja melalui media social adalah terkait dengan mudahnya akses mendapatkna informasi belanja, adanya promo atau diskon, dan efektifitas dan efesiensi waktu ketika berbelanja melalui media social yang akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133-147.
- TIONA, D. (2019). *Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta).