

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

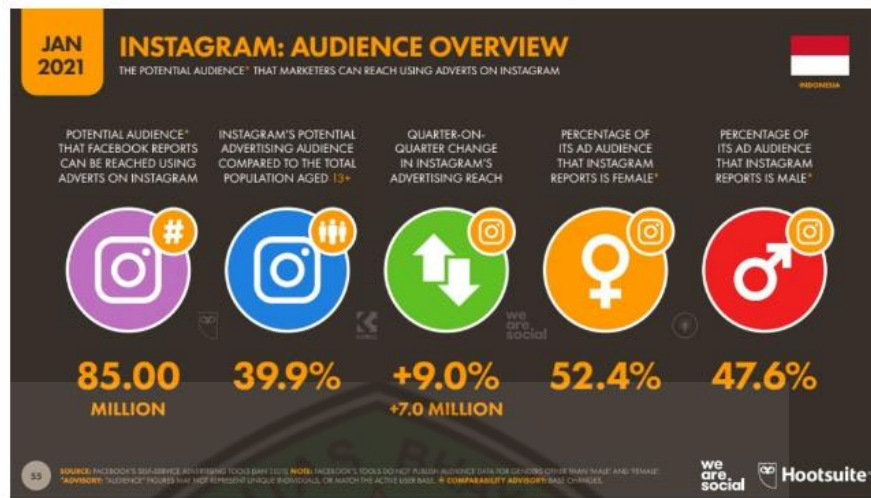
Pada era digital saat ini, teknologi saat ini yang telah memungkinkan terjadinya adanya perubahan media komunikasi. Media komunikasi yang menjadi sarana atau alat yang banyak digunakan untuk berkomunikasi. Peran teknologi tak bisa dipisahkan dari masyarakat (Ditha, 2016.). Saat ini pengambilan dan pertukaran informasi sangat begitu mudah untuk dilakukan kapan saja dan dimana saja melalui jaringan internet. Dalam perkembangannya, teknologi sangat bermanfaat untuk mensejahterakan dan membantu umat manusia. Salah satu kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yaitu adanya media sosial. Media sosial merupakan inovasi terbaru di bidang teknologi yang memiliki segala kemampuan lebih baik serta mempunyai fungsi yang lebih praktis dan juga lebih berguna manfaatnya. Beberapa tahun terakhir penggunaan media sosial telah meluas ke seluruh dunia, tanpa terkecuali di Indonesia.

Dengan penggunaan media sosial yang telah tersebar sangat luas, maka penyiaran dan penyampaian informasi pun menjadi lebih mudah, lengkap, dan murah, maksudnya yaitu kebutuhan masyarakat akan informasi dapat terpenuhi, mudah dalam mendapatkan segala hal informasi. Pemakaian media sosial saat ini lebih sering digunakan untuk memperlihatkan dan menimbulkan eksistensi diri yang amat berlebihan hingga terkadang tidak ada lagi batasan antara kehidupan di dunia nyata dan kehidupan di dunia maya. Media sosial kini bisa dimanfaatkan lebih jauh dan luas.

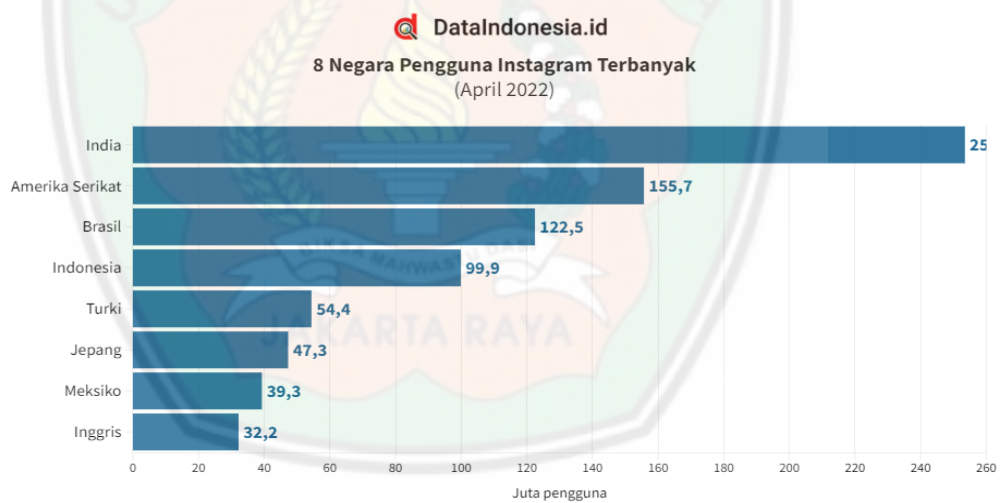
Tidak hanya untuk memberikan sebuah kabar mengenai keberadaan saja, bahkan lebih dari itu media sosial kini sudah bisa digunakan sebagai sarana pengganti kehidupan kita di dunia maya. Seperti mengirim pesan, berkomentar terhadap pesan orang lain, memperbanyak sebuah jaringan pertemanan, mencari sebuah pasangan, saling mengirim foto, ruang untuk saling menukar pendapat dan lain sebagainya.

Salah satu dari media sosial yang paling terkenal dan paling banyak di gunakan di Indonesia ialah Instagram pada tahun 2021 Indonesia memiliki pengguna

Instagram sebanyak 85jt juta, dapat dilihat berdasarkan gambar dibawah (sumber:Hootsuite We Are Sosial).



Gambar 1.1. Pengguna Instagram



Gambar 1.2. Delapan Negara Pengguna Instagram

Berdasarkan kedua gambar diatas bisa disimpulkan bahwa pengguna media sosial Instagram di setiap tahunnya terus menerus melaju pesat meningkat khususnya pada tahun ini yaitu tahun 2022 Indonesia terdapat 99,9 juta pengguna yang aktif pada bulan april 2022 tentunya mengalami sebuah peningkatan yang cukup signifikan pada tahun sebelumnya, jumlah tersebut merupakan jumlah data yang terbesar keempat didunia (sumber:dataindonesia.id).

Menurut (Atmoko Dwi, 2012) aplikasi media sosial Instagram termasuk sebuah aplikasi dari handphone atau smartphone yang dimana hanya khusus untuk penggunaan media sosial yang mempunyai salah satu dari media digital yang dapat berfungsi hampir sama dengan aplikasi Twitter, namun ada perbedaan yang berfokus pada saat pengambilan foto dalam segi bentuk rupa atau tempat untuk sharing segala aktifitas informasi terhadap penggunanya.

Seiring perkembangan zaman peran media sangat berpengaruh pada konsumsi masyarakat, yang mana media *online* menjadi peran penting untuk merubah perilaku seseorang terhadap makna suatu benda (Tanjung, 2016). Media membuat masyarakat menjauh dari kenyataan dan mempengaruhi pola konsumsi mereka dalam memaknakan tanda-tanda yang berada disekitar mereka (Mardani, 2013). Penyampaian informasi didalam media dapat menyebabkan perubahan yang dapat mempengaruhi oleh perbedaan sudut pandang masyarakat terhadap berpenampilan. Ilkan didalam media menyediakan sebuah produk yang sudah memiliki nama atau brand sehingga masyarakat akan terpengaruh oleh media tak terkecuali mahasiswa. Ada beberapa faktor para konsumsi untuk membeli produk atau barang melalui media *online* salah satunya yaitu akses jual beli yang sangat mudah dan gampang (Rif'ah, 2019).

Media sedikit membawa pengaruh bagaimana khalayak melihat sebuah peristiwa informasi maupun sebuah produk yang diiklankan didalamnya. Efek samping yang tidak direncanakan dan telah diterima sebagai suatu hal yang sangat wajar adalah sosialisasi kebiasaan konsumerisme (Quail, 1991). Kebutuhan gaya hidup seorang remaja mempengaruhi eksistensinya dalam menumukan jati diri. Media sosial seperti Tiktok, Instagram, dan Facebook yang memiliki daya tarik tersendiri dalam mempromosikan produk.

Menurut Soegito, perilaku konsumerisme masyarakat di Indonesia tergolong berlebihan jika dibandingkan dengan bangsa-bangsa di Asia Tenggara. Keadaan ini dilihat dari rendahnya tingkat tabungan masyarakat Indonesia dibandingkan dengan negara lain seperti Malaysia, Philipina, dan Singapura. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia lebih senang menggunakan duit mereka untuk memenuhi kebutuhan yang tidak penting dengan berprilaku konsumerisme yang menjadi syarat penting untuk kelangsungan status dan gaya hidup (Soegito, 2015).

Wahyudi (2013) anak cenderung mudah terpengaruh dengan lingkungan sekelilingnya karena emosi anak yang masih tidak stabil dan cenderung sensitif terhadap semua hal yang berkaitan dengan pribadinya dan permasalahan dirinya sehingga membuat anak seringkali bertindak kurang rasional dalam berperilaku konsumtif di tambah lagi ada faktor pendukung yang membuat anak berperilaku konsumtif yaitu besarnya pendapatan orang tua mereka.

Perilaku konsumerisme yang dibiarkan begitu saja, dikhawatirkan dapat membawa dampak negatif bagi perekonomian seseorang atau bahkan perekonomian suatu negara. Hal ini akan menjadi lebih parah apabila perilaku konsumtif dialami bukan hanya pada orang dewasa tetapi juga pada remaja yang sejatinya masih dalam masa tumbuh kembang dan proses pencarian jati diri. Pola hidup konsumtif sering dijumpai di kalangan generasi muda, yang orientasinya diarahkan kenikmatan, kesenangan, serta kepuasan dalam mengkonsumsi barang secara berlebihan. Perilaku konsumtif Mahasiswa menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan Mahasiswa.

Gaya hidup konsumerisme dapat terus tertanam dalam gaya hidup remaja, dimana dalam perkembangannya mereka menjadi dewasa dengan gaya hidup konsumerisme baik secara sadar maupun tidak sadar. Gaya hidup konsumerisme ini harus didukung oleh keadaan finansial yang pastinya memadai (Soegito, 2015). Seseorang dapat menjadi berperilaku konsumerisme karna tingkat intensitas dalam mengakses Instagram serta dalam mengkonsumsi konten dari Instagram.

Lingkungan pergaulan remaja mempunyai banyak sekali pengaruh terhadap minat, sikap, pembicaraan, penampilan, dan perilaku besar dibandingkan dengan pengaruh keluarga, hal ini disebabkan pada masa remaja, remaja lebih banyak berada diluar rumah, remaja sadar bahwa dukungan sosial dipengaruhi penampilan yang menarik bedasarkan apa yang dikenakan atau bisa disebut dimilikinya. Sehingga tidak bisa diherankan lagi bila pembelian *Fashion* terhadap pakaian dan aksesoris dianggap penting (Hurlock, 1996).

Ini pun menjadikan para remaja sebagai sasaran yang tepat, terutama mahasiswa, mahasiswa yang seakan tak bisa jauh dari genggamannya media sosial, baik dalam berkomunikasi ataupun kebutuhan sehari-hari, dengan segala hal ini mahasiswa merupakan target yang cocok dan ideal untuk memasarkan dan

menjadikan konsumennya oleh para produsen. Saat ini mahasiswa adalah korban produksi barang-barang bermerk dan yang sedang menjadi trend. Mahasiswa dapat dijadikan dampak peralihan individu dari fase remaja yang nantinya menuju fase dewasa yang pastinya tidak bisa terlepas dari karakteristik individu yang labil dan sangat gampang terpengaruh dengan hal-hal yang membuat dirinya merasa senang sehingga para mahasiswa sering dijadikan sasaran pemasaran berbagai macam produk dan dampak akibatnya mendorong timbulnya berbagai perilaku pembelian yang tidak sewajarnya. Bagi mahasiswa sebuah penampilan adalah cara mereka untuk mengekspresikan identitas mereka serta menunjukkan bahwa mereka layak menjadi anggota kelompok tertentu. Sehingga untuk memenuhi segala penampilannya mahasiswa cenderung melakukan pembelian barang yang berlebihan dan hanya berdasarkan keinginan mereka saja.

Remaja sebagai salah satu golongan dalam masyarakat, tidak terlepas dari pengaruh perilaku konsumtif, sehingga remaja menjadi sasaran berbagai produk perusahaan. Jatman (Nur Fitriyani dkk. 2013, hlm. 56) Perilaku konsumtif begitu dominan di kalangan remaja”. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Sumartono (Nur Fitriyani dkk. 2013, hlm. 56) 12 Pada masa remaja individu cenderung untuk mengikuti kelompoknya. Remaja ingin meniru apa yang sedang “trend” di kalangan kelompoknya. Remaja berusaha untuk melakukan imitasi dengan kelompoknya agar dapat diterima dengan baik dalam kelompok tersebut. Hal itu menyebabkan dalam membeli sesuatu, remaja sering melakukan pembelian sesuai dengan keinginannya bukan kebutuhannya. Hurlock (Erlin, 2011, hlm.3)

Melihat fenomena di kalangan mahasiswa secara umum serta berbagai faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya sikap konsumerisme. Maka peneliti hendak mendeskripsikan mengenai perilaku konsumerisme di kalangan mahasiswa Fikom Ubhara Jaya. Kejadian ini akan mempengaruhi mahasiswa ke dalam suatu tindakan yang mementingkan harga diri mereka, penampilan luar mereka serta bagaimana mereka akan mengikuti perkembangan dilingkungan sekitar supaya terlihat sebanding, kebiasaan ini telah membuat sebagian mereka sulit untuk bersikap rasional yang pada umumnya mahasiswa diharapkan guna mampu untuk bertindak

rasional dalam menanggapi sebuah perkembangan yang ada. Membuat mahasiswa tidak berorientasi pada masa depan, justru nantinya akan berorientasi pada *lifestyle* yang mereka lakukan pada masa sekarang, maksudnya pada perilaku konsumtif tersebut yang membawa segala dampak perubahan pada gaya hidup mahasiswa, perilaku konsumtif mahasiswa yang mulai timbul akan terbiasa lama kelamaan mulai menjadi kebiasaan yang nantinya menjadikan suatu gaya hidup.

Berpikir secara rasional dengan adanya perkembangan media sosial yang ada, enggan memilih secara serta merta yang nantinya akan membuat kepuasan tersendiri dan kesenangan tapi untuk kebutuhan. Tidak terduga akan dampak yang berkembang diluar sana karena fokus pada masa perkuliahan yang dijalani. Mulai terbiasa menjadi kelaziman yang menjadikan sebuah gaya hidup.

Seakan media sosial sudah menjadi bagian dari diri mereka dan mereka juga mengatakan banyak hal di sosial media yang dapat mempengaruhi mereka dalam berperilaku, terutama pada gaya hidup mereka yang dapat menimbulkan sifat konsumtif yang berlebihan atau dapat dikatakan sebagai sikap konsumerisme.

Berdasarkan hal diatas dapat dibilang bahwa Teknologi sangat berperan penting untuk menjadikan mahasiswa berperilaku konsumtif berlebihan, salah satunya yaitu dengan adanya media sosial. Media sosial menjadi tempat untuk menunjukkan eksistensi diri, banyak orang yang ingin mampu menyamakan atau mempunyai sesuatu produk yang mereka lihat di media sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Pate dan Adams (2013) mengungkapkan bahwa mahasiswa dengan usia 18-24 tahun lebih gampang terpengaruh kepada iklan di jejaring sosial dalam mengambil suatu keputusan untuk membeli sebuah produk yang diinginkan. Untuk itu peneliti sangat tertarik untuk meneliti lebih mendalam untuk mengetahui dan mendalami kasus tersebut dengan judul penelitian **“Perilaku Konsumerisme Pada Mahasiswa Fikom Ubhara Jaya Pecinta *Fashion* Di Instagram”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Perilaku Konsumerisme mahasiswa Fikom Ubhara Jaya pada aktivitas beli *Fashion*

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana Perilaku Konsumerisme Pada Mahasiswa Fikom Ubhara Jaya Pecinta *Fashion* Di Instagram ?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Merujuk pada penelitian di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Perilaku Konsumerisme Pada Mahasiswa Fikom Ubhara Jaya Pecinta *Fashion* Di Instagram.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dijadikan untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam pengembangan ilmu Komunikasi dan Ilmu Pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan media sosial.

2. Manfaat Praktis

Menambah wawasan mengenai dampak informasi yang didapatkan dari Instagram terhadap gaya hidup remaja, untuk selanjutnya dijadikan sebagai acuan dalam menggunakan aplikasi media sosial yaitu Instagram.