

Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

M. Naufal Sahensah¹, Vopi Fitriani Wahyudi², Vicky F. Sanjaya³

^{1,2,3} Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

Email : naufalshnsh7@gmail.com

Abstract :

This research is entitled "The Influence of Social Media on Student Consumptive Lifestyles." This study aims to determine the effect of social media on student consumptive lifestyles at UIN Raden Intan Lampung. Theories that support this research include Communication, Uses and Gratification Theory, New Media, Social Media, Lifestyle. This research uses quantitative methods. The population in this study were students of UIN Raden Intan Lampung. The sampling technique in this study used purposive sampling. Data collection techniques in this study were research by distributing questionnaires and field research. The method used in this study is correlational which aims to find relationships between one variable and another. Data analysis techniques carried out in this study were validity test, reliability test and hypothesis testing using SmartPls. The research results obtained show social media has a significant effect on consumptive lifestyles

Keywords: *Influence, Social Media, Consumptive Lifestyle, Students of UIN Raden Intan Lampung.*

Abstrak :

Penelitian ini berjudul "Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap gaya hidup konsumtif Mahasiswa di UIN Raden Intan Lampung. Teori yang menjadi pendukung dalam penelitian ini antara lain, Komunikasi, Teori Uses and Gratification, New Media, Media Sosial, Gaya hidup. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah penelitian melalui penyebaran kuesioner, dan penelitian lapangan (field research). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasional yang bertujuan untuk mencari hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reabilitas dan uji hipotesis dengan menggunakan SmartPls. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan sosial media berpengaruh secara signifikan terhadap gaya hidup konsumtif.

Kata Kunci: *Pengaruh, Media Sosial, Gaya Hidup Konsumtif, Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.*

PENDAHULUAN

Internet merupakan produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Sebagai produk teknologi, maka internet dapat memunculkan jenis interaksi social baru yang berbeda dengan interaksi social sebelumnya. Jika pada masa lalu masyarakat berinteraksi secara face to face communication, maka dewasa ini masyarakat berinteraksi di dunia maya atau melalui interaksi sosial online. Teman-teman di jejaring sosial pun Nampak lebih dekat dan nyata disbanding keberadaan tetangga kita sendiri. Orang-orang kemudian menjadi begitu terobsesi dengan dunia maya dan menarik diri dari lingkungan sosialnya. Hal inilah yang kemudian menimbulkan berbagai gangguan kepribadian seperti sikap menyendiri, anti-sosial cenderung tidak peka dengan kebutuhan orang sekitar, individualistis dan lain-lain. Pemanfaatan internet akhir-akhir ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Media internet tidak lagi hanya sekedar menjadi media komunikasi semata, tetapi juga sebagai bagian yang tak terpisahkan dari dunia bisnis, industri, pendidikan, dan pergaulan sosial. Khusus nya pada media sosial yang pertumbuhannya sangat meningkat. Media sosial yang marak

belakangan ini seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan Whatsapp adalah produk teknologi media baru yang kini sedang digemari banyak kalangan. Penggunaan media social saat ini lebih banyak digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri yang berlebihan hingga terkadang tidak ada batasan tara kehidupan nyata dan kehidupan di dunia maya. Media social kini bias dimanfaatkan lebih jauh. Tidak hanya untuk memberikan bartentang keberadaan saja, lebih dari itu media social kini sudah bias digunakan sebagai sarana pengganti kehidupan kita di dunia maya. Seperti mengirim pesan, berkomentar terhadap pesan orang lain, menjalin pertemanan lebih banyak, mencari pasangan, berkirim foto, ruang untuk saling tukar pendapat dan lain sebagainya.

Whatsap pada produk teknologi media baru yang kini sedang digemari banyak kalangan. Penggunaan media social saat ini lebih banyak digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri yang berlebihan hingga terkadang tidak ada batasan tara kehidupan nyata dan kehidupan di dunia maya. Media social kini bias dimanfaatkan lebih jauh. Tidak hanya untuk memberikan tentang keberadaan saja, lebih dari itu media social

*Received : December, 24, 2022**Revised : January, 27, 2023**Available online : January, 29, 2023*

kini sudah bias digunakan sebagai sarana pengganti kehidupan kita di dunia maya. Seperti mengirim pesan, berkomentar terhadap pesan orang lain, menjalin pertemanan lebih banyak, mencari pasangan, berkirim foto, ruang untuk saling tukar pendapat dan lain sebagainya. Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang, dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industry seperti menghadirkan dunia dalam genggaman. Majunya teknologi dan arus informasi membuat masyarakat Indonesia lebih terbuka pada pengetahuan global. Tidak bias dipungkiri lagi perkembangan media ikut juga berperan aktif dalam perubahan gaya hidup seseorang baik media elektronik, cetak maupun online. Dilihat dari era modern sekarang ini media social bukan hanya sekedar media komunikasi namun sudah menjadi bagian dari gaya hidup manusia khususnya golongan muda atau pelajar dan mahasiswa. Dalam setiap kehidupan kita

sudah mengenal apa yang namanya gaya hidup, gaya hidup adalah sesuatu yang selalu ada dan dipraktekan oleh manusia disekelilingnya. Gaya hidup juga sudah menjadi panutan bagi orang-orang yang mengenalnya, karena dengan seperti itu akan Nampak cara hidup yang mereka inginkan, sesuai kebutuhan mereka tanpa harus memikirkan orang lain, asiknya gaya hidup juga bisa dirasakan oleh beberapa Mahasiswa yang masih melihat trend-trend gaya hidup sekarang ataupun masa depan, yang lebih dikenal dengan gaya hidup modern. Gaya hidup juga sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Gambaran gaya hidup mahasiswa yang diharapkan yakni mahasiswa merupakan sekelompok pemuda yang mengisi waktunya dengan belajar untuk menambah pengetahuan, ketrampilan, keahlian, serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan yang positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa. Dengan mengikuti berbagai aktivitas kampus, aktif di kelas, maupun dalam hal organisasi, dan lain sebagainya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dimana metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis (Sugiono, 2009:7).

Dengan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatif studi kasus, yaitu memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai variabel. Penelitian ini sesungguhnya hanya menggunakan kasus tertentu sebagai objek penelitian, atau sebuah wilayah tertentu sebagai objek penelitian, sehingga bersifat kasuistik terhadap objek penelitian tersebut (Bungin, 2014: 44). Menurut Robert K. Yin (2002),

➤ Objek Peneliti

Penelitian ini dilakukan di UIN Randen Intan Lampung yang masih aktif sebagai mahasiswa. Adapun Penelitian dilakukan terhadap mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di jenjang tersebut, terutama mahasiswa yang memiliki

akun sosial media Facebook dan Instagram.

➤ Kuesioner

Menurut Dewa Ktut Sukardi 1983 Mendefinisikan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pada metode penelitian dengan tidak perlu mendatangkan atau memerlukan kedatangan langsung dari sumber data.

Alat Analisis Data:

➤ Uji Validitas

Sugiyono (2013) mendefinisikan validitas sebagai suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan atau kesahihan suatu instrumen. Uji validitas digunakan untuk memilih di antara item-item pernyataan yang relevan untuk dianalisis dengan cara menguji korelasi antara skor item pernyataan dan skor total dari pernyataan tersebut. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kelayakan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau layak mempunyai validitas tinggi.

Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Dalam penelitian ini adalah skala likert yang digunakan dan juga memiliki ketajaman lebih dibandingkan dengan alat ukur lainnya.

➤ Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukan sejauh mana alat pengukur yang digunakan dapat dipercaya atau dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan ketepatan pengukuran. Reliabilitas sebenarnya adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2012).

➤ Uji Hipotesis

Uji hipotesis sama artinya dengan menguji signifikan koefisien regresi linear berganda secara parsial yang terkait dengan

pernyataan hipotesis penelitian (Sanusi, 2014).

➤ Uji t (Signifikan Parsial)

Menurut Sanusi (2014) uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independent (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent (Y) pada tingkat kepercayaan 95%. Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_0 ditolak dan H_a diterima bila $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

➤ Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sujarweni (2015:164) “Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui prosentasi perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X)”. Jika R^2 semakin besar, maka prosentase perubahan variabel

Received : December, 24, 2022

Revised : January, 27, 2023

Available online : January, 29, 2023

tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi.

Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Metode yang digunakan untuk menilai validitas kuesioner tersebut adalah korelasi produk moment atau menggunakan bevariate pearson.

HASIL DAN PEMBAHASAN

• Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner.

Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Media Sosial	Ms 1	0.611	0.279	Tidak valid
	Ms 2	0.575	0.279	Tidak valid
	Ms 3	0.020	0.279	Tidak valid
	Ms 4	0.136	0.279	Tidak valid
	Ms 5	0.442	0.279	Tidak valid
	Ms 6	0.755	0.279	Valid
Gaya Hidup Konsumtif	Ghk 1	0.629	0.279	Tidak valid
	Ghk 2	0.626	0.279	Tidak valid
	Ghk 3	0.495	0.279	Tidak valid
	Ghk 4	0.798	0.279	Valid
	Ghk 5	0.368	0.279	Tidak valid
	Ghk 6	0.177	0.279	Tidak valid

Berdasarkan diatas menunjukkan terdapat 2 variabel yang menjadi bahan penelitian dari kedua variabel yang diteliti memiliki item pertanyaan rata-rata 4 item pertanyaan. Dari masing-masing item pertanyaan pada setiap variabel baik independen maupun dependen ternyata memiliki nilai r hitung lebih kecil dari pada r tabel maka datanya yang didapat dilapangan dapat dinyatakan tidak valid.

• Uji realibilitas

Uji realibilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap

*Received : December, 24, 2022**Revised : January, 27, 2023**Available online : January, 29, 2023*

pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60.

Hasil Pengujian Realibilitas

Variabel	Cronbachs Alpha	Role of Thumb	Keterangan
Media sosial	0.437	0.6	Tidak Reliebel
Gaya hidup konsumtif	0.569	0.6	Tidak Reliebel

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pada pengujian ini dilakukan secara variabel bukan secara item pertanyaan pada setiap variabel yang dapat dilihat hasilnya adalah Cronbach Alpha lebih kecil daripada 0,6 maka dapat dikatakan tidak reliabel.

➤ Pengujian Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi digunakan untuk menghitung besarnya variabel independen (Media Sosial) terhadap variabel dependen (Gaya Hidup Konsumtif).

Hasil Pengujian Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Nilai R-Square

Var	R-Square
Media Sosial	0,791

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai RSquare untuk variabel kepuasan pelanggan diperoleh sebesar 0,791. Hasil ini menunjukkan bahwa 79,1% variabel Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh variable gaya hidup konsumtif

2. Uji t (parsial)

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada output result for innerweight. memberikan output estimasi untuk pengujian model struktural.

	Original sample	Sampel mean	Standart deviation	T statistic
Media Sosial > Gaya Hidup Konsumtif	0,512	0,582	0,260	1,965

Dalam PLS pengujian secara statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan metode bootstrap terhadap sampel. Pengujian dengan bootstrap juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian.

Pengujian Hipotesis 1 (Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup Konsumtif)

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa hubungan variabel Pengaruh media sosial dengan gaya hidup konsumtif menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,512 dengan nilai t sebesar 1,965. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,654). Hasil ini berarti bahwa Pengaruh media sosial memiliki hubungan yang positif dan signifikan

terhadap gaya hidup konsumtif yang berarti sesuai dengan hipotesis pertama dimana media sosial meningkatkan gaya hidup konsumtif. Hal ini berarti **Hipotesis 1 diterima**.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan, yakni :

yang menyatakan bahwa konsumen media yang memiliki kehendak bebas untuk memutuskan bagaimana mereka akan menggunakan media dan bagaimana hal itu akan mempengaruhi mereka. Teori uses and gratifications ini mengambil kemungkinan bahwa media dapat memiliki pengaruh atas hidup kita dan bagaimana kita memandang dunia. Gagasan bahwa kita hanya menggunakan media untuk

Received : December, 24, 2022

Revised : January, 27, 2023

Available online : January, 29, 2023

memenuhi kebutuhan tertentu tampaknya tidak sepenuhnya menyadari kekuatan media dalam masyarakat saat ini. Semakin lama dan semakin sering mereka membuka media sosial maka tingkat gaya hidup konsumtif mereka setelah membuka akun media sosial yang menawarkan suatu produk akan semakin kuat dan menjadi tertarik untuk membeli produk tersebut.

REFRENSI

Buku

Agung Harahap, Machyudin. 2013.

Kapitalisme Media Ekonomi Politik

Berita dan Diskursus Televisi.

Yogyakarta: Aura Pustaka

Azwar, Saifuddin. 2007. *Sikap Manusia*

Teori dan Pengukurannya (Ed.2).

Yogyakarta: Pustaka Belajar.

Budianto, Heri; Hamid, Farid. 2013. *Ilmu*

Komunikasi: Sekarang dan

Tantangan Masa Depan. Jakarta:

Kencana Prenadamedia Group

Bungin, Burhan. 2014. *Metodologi*

Penelitian Kuantitatif: Komunikasi,

Ekonomi, dan Kebijakan Publik

Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya.

Jakarta: Kencana Daryanto;

Rahardjo, Muljo. 2016. *Teori Komunikasi.*

Yogyakarta: Gava Media Holmes,

David. 2005. *Teori Komunikasi Media,*

Teknologi, dan Masyarakat.

Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Ibrahim, Idi Subandy. 2011. *Kritik Budaya*

Komunikasi: Budaya, Media, dan

Gaya Hidup dalam Proses

Demokratisasi di Indonesia.

Yogyakarta: Jalasutra Kasali

Rhenald. 1998. *Membidik Pasar*

Indonesia: Segmentasi, Targeting,

Positioning. Gramedia Pustaka

Utama

Martono, Nanang. 2014. *Sosiologi*

Perubahan Sosial: Perspektif Klasik,

Modern, Posmodern, dan

Poskolonial. Jakarta: PT

RajaGrafindo Persada

Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset*

Media Siber (Cybermedia). Jakarta:

Kencana

Received : December, 24, 2022

Revised : January, 27, 2023

Available online : January, 29, 2023

Jurnal Online

Agustina. 2016. Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di SMA Negeri 3 Samarinda. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 2016, 4(3): 410-420.
<http://www.portal.fisipunmul.ac.id/site/?p=4793>, diakses 2 September 2017 pukul 18.30

Asmaya, Fela. 2015. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Perilaku Proposal Remaja Di Kenagarian Kota Bangun. *Jom FISIP Volume 2 No.2* – Oktober 2015
<https://media.neliti.com/media/publications/32802-ID-pengaruhpenggunaan-media-sosial-facebook-terhadap-perilaku-prososial-remajadi.pdf>, diakses 30 Juli 2017 pukul 22.00

Juwita, Elsa Puji. 2014. Peran Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Siswa SMA Negeri 5 Bandung. *Jurnal Sosietas*, Vol. 5, No. 1.
<http://repository.upi.edu/13589/>, diakses 2 Februari 2017 pukul 19.30

Nurritzka, Annisa Fitrah. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Pelajar SMAN 4 Pontianak. *Socioligique, Jurnal S-1 Sosiologi Volume 4 Nomor 2 Edisi Juni* 2016.
<http://jurmafis.untan.ac.id/index.php/socioligique/article/view/1043>, diakses 2 Februari 2017 pukul 20.40

Suwarno, Windy Paskawati. 2012. Budaya Populer dan Gaya Hidup Sebagai Komunikasi. *Repository Universitas Kristen Satya Wacana*.
<http://repository.uksw.edu/handle/123456789/2728>, diakses 2 Februari 2017 pukul 20.05