



# KARYA ILMIAH

## SEKOLAH MENENGAH ATAS KOLESE DE BRITTO



### Pengaruh Media Sosial Pada Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Perilaku Pelajar Siswa Menengah Atas Swasta Wilayah Kotabaru, Yogyakarta

Christopher Posma Abimanyu <sup>a,1\*</sup>, Ignatius Satriyatama <sup>b,2</sup>, Thomas Aquinas Giovanni Daniswara <sup>c,3</sup>, Rio Prabowo

<sup>1</sup> [17968@student.debritto.sch.id](mailto:17968@student.debritto.sch.id); [17885@student.debritto.sch.id](mailto:17885@student.debritto.sch.id); [17865@student.debritto.sch.id](mailto:17865@student.debritto.sch.id)

Informasi artikel	ABSTRAK
<b>Kata kunci:</b> Perilaku konsumtif Trend Media sosial Gaya hidup	Perilaku yang dilakukan oleh pelajar SMA swasta Kota Baru yang gaya hidupnya dipengaruhi media sosial serta membuat pelajar tersebut menjadi konsumtif dan mengikuti trend yang sedang ramai. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara sebagai sampel, studi pustaka, dan kuesioner. Subjek penelitian yang digunakan yaitu 25 siswi Stella Duce 1 dan 25 siswa siswi SMA Bopkri 1. Hasil dari penelitian ini menampilkan bahwa trend yang lagi ramai sangat berpengaruh pada tingkat konsumtif kepada pelajar SMA Stella Duce 1 dan Bopkri 1. Perilaku yang mengikuti trend ini didukung pelajar yang juga berpengaruh kepada media sosial. Semakin berkembangnya media sosial trend yang tersebar pun semakin beragam dan membuat para pelajar lebih konsumtif dalam membeli barang.
<b>Keywords:</b> Consumer behavior Trends Social media Lifestyle	<b>ABSTRACT</b> <i>The behavior carried out by Kota Baru private high school students whose lifestyle is influenced by social media makes these students become consumptive and follow current trends. This research uses descriptive quantitative methods. The data collection techniques used were interviews as samples, literature studies, and questionnaires. The research subjects used were 25 female students of Stella Duce 1 and 25 students of SMA Bopkri 1. The results of this research show that the current trend is very influential on the level of consumption of SMA students of Stella Duce 1 and Bopkri 1. Behavior that follows this trend is supported by students which also influences social media. As social media develops, the spread of trends becomes more diverse and makes students more consumptive in buying goods.</i>

© 2023 (Nama Penulis). All Right Reserved

### Pendahuluan

Seharusnya perilaku konsumtif ini bisa dikendalikan dengan menanamkan konsep diri yang positif yang akan menciptakan citra diri yang positif pula. Begitu pula, konsumen tidak mudah mengikuti perilaku konsumtif yang terjadi di lingkungan sosialnya (Almas, 2019).

Generasi Z merupakan generasi yang terkenal dengan sebutan generasi internet, karena mereka lebih sering menggunakan internet dan media sosial. Generasi Z adalah kelahiran antara tahun 1997 sampai 2012 yang termasuk kedalam kategori usia remaja. Generasi Z menggunakan

internet bukan untuk berkomunikasi secara online tetapi juga dapat melakukan transaksi belanja secara online (Fungky, Sari & Sanjaya, 2021).

Hadirnya toko online di kehidupan masyarakat membawa fenomena baru yaitu terjadinya aktivitas belanja online. Dimana belanja online sudah menjadi gaya hidup setiap orang saat ini. Maraknya belanja online di tengah majunya era globalisasi membawa individu dalam budaya konsumerisme bukan sekedar memenuhi keperluan dasar individu (Prasetya, Hijrah, & Boer, 2020).

Dalam hal ini, pelajar sering digunakan tujuan pemasaran berbagai produk industri antara

lain karena ketidakstabilan karakteristiknya. Mereka mudah terpengaruh sehingga akhirnya munculnya beberapa gejala dalam perilaku pembelian tidak masuk akal. Pembelian tidak lagi dilakukan karena produk tersebut benar-benar dibutuhkan, melainkan hanya karena mengikuti tren yang sedang ada. (Wati & Suyanto, 2016).

Gaya hidup mengacu pada suatu pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang terhadap banyak sekali hal dan bagaimana menghabiskan uangnya. Gaya hidup adalah kebutuhan yang biasa atau masuk akal pada kehidupan generasi milenial selama membeli itu sama-sama ditujukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang utama atau sama-sama diperlukan untuk kebutuhan primer. Namun sebagai konflik waktu pada bisnis untuk kebutuhan generasi milenial lebih berbagi pola perilaku konsumtif. (Silalahi 2020).

Perilaku konsumtif mengacu pada perilaku mengkonsumsi barang dan jasa yang mahal secara lebih intensif untuk mendapatkan barang dan jasa yang baru, lebih baik dan lebih banyak dan melebihi kebutuhan sebenarnya untuk menunjukkan status sosial. Kredibilitas, kekayaan dan hak istimewa juga bisa memuaskan pemiliknya (Suminar & Meiyuntari, 2015)

## Kajian Literatur

### 1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan sikap mengkonsumsi sesuatu secara tidak terkontrol atau berlebihan karena sikap ini tidak memiliki prioritas utama dalam hidup sehingga hanya sebagai pemuas nafsu tanpa memikirkan keuntungan dari perilaku tersebut (Riani et al., 2022). Perilaku konsumtif adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan mengonsumsi suatu barang yang sebenarnya tidak diperlukan yang dilakukan atas dasar rasa kesenangan bagi orang yang melakukan perilaku konsumtif.

Adapun perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan pelajar karena mereka rela melakukannya agar tidak ketinggalan. Lingkungan tempat tinggal juga mempengaruhi kebutuhan seseorang. Pada umumnya para siswa tersebut tidak mempunyai penghasilan, mereka masih bergantung pada orang tua untuk penghidupan.

### 2. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu dari bentuk kemajuan teknologi yang kita alami. Media sosial ini merupakan kebutuhan pokok pada saat ini karena hampir digunakan oleh semua kalangan masyarakat. Media sosial mengenalkan informasi bagi para Individu dan membuat para masyarakat bisa mengenal dunia secara lebih luas.

Namun dari yang kita bahas, media sosial bisa berdampak negatif, seperti membuat para remaja menjadi lebih konsumtif karena melihat *trend* yang terjadi di media sosial. Saat ini banyak aplikasi yang bisa digunakan untuk berbelanja *online*. Di Indonesia sendiri terdapat 5 aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak.

### 3. Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif seringkali dicirikan oleh beberapa karakteristik. Pertama, konsumen individu cenderung mudah terpengaruh oleh tren terkini, meskipun barang tersebut tidak terlalu diperlukan. Kedua, pengaruh lingkungan sosial sangat penting. Mereka sering membeli sesuatu karena teman atau keluarga mereka juga memilikinya. Ketiga, ada kecenderungan untuk membeli barang-barang mahal sebagai simbol status atau untuk meningkatkan kepercayaan diri. Pada akhirnya, kepuasan diperoleh dari perilaku konsumsi. sementara. Setelah membeli sesuatu, perasaan puas dengan cepat hilang, sehingga mendorong individu untuk terus mencari kesenangan baru melalui berbelanja. (Lestarina et al., 2017, 4)

Selain itu, perilaku konsumtif seringkali dipengaruhi oleh faktor emosional, seperti stres atau keinginan untuk mengalihkan perhatian dari masalah pribadi. Dalam beberapa kasus, orang merasa bahwa berbelanja dapat memberikan kenyamanan atau pelarian sementara dari tekanan hidup.

### 4. Aspek Perilaku Konsumtif

Aspek perilaku konsumtif pada umumnya diwarnai dengan hal-hal negatif, termasuk pemborosan, khususnya bagi pelajar. Hal ini

diwujudkan dengan mengeluarkan banyak uang tanpa pertimbangan matang. Selain itu, perilaku konsumtif seringkali didorong oleh keinginan yang tidak terduga atau dadakan, dimana pembelian dilakukan tanpa perencanaan kebutuhan yang jelas. Ada juga yang menjadi aspek kunci dari perilaku konsumtif, yang disebut pembelian rasional, namun nyatanya berdasarkan keinginan untuk mengikuti orang lain.

### 5. Faktor Penyebab

Menurut estetika, (2017) perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor utama: internal dan eksternal. Faktor internal mencakup konsep diri dan gaya hidup, di mana individu cenderung membeli barang yang sesuai dengan selera dan identitas mereka. Pembelian ini sering kali didorong oleh keinginan pribadi, bukan kebutuhan, sehingga dapat mengarah pada pembelian barang yang tidak penting atau berlebihan.

Sementara itu, faktor eksternal juga berperan signifikan dalam perilaku konsumtif. Sebagai makhluk sosial, individu terpengaruh oleh lingkungan sekitar, termasuk norma budaya, kelas sosial, dan kelompok referensi. Misalnya, fenomena *fomo* mendorong individu untuk membeli barang agar tidak ketinggalan tren atau untuk menunjukkan status sosial di hadapan teman-teman.

## Metode

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian mengenai “Pengaruh Media Sosial Pada Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Perilaku Pelajar SMA Swasta di Wilayah Kotabaru, Yogyakarta” ini menggunakan pendekatan penelitian yang dapat membantu menganalisis tentang media sosial, perilaku pelajar SMA, dan gaya hidup konsumtif pelajar SMA. Maka dari itu jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dapat dipahami sebagai suatu metode penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa bahasa tertulis atau lisan yang dilakukan oleh subjek-subjek yang dapat diamati.

### 2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dibutuhkan untuk mengumpulkan data dan mengetahui fokus data yang ingin diteliti. Data-data yang diperoleh dari

subjek ini nantinya akan digunakan untuk menjelaskan “Pengaruh Media Sosial Pada Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Perilaku Pelajar SMA Swasta di Wilayah Kotabaru, Yogyakarta”. Para pelajar yang berusia 15-18 tahun, sekitar kelas 10-12, dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan (BOPKRI 1), dan perempuan (STELLA DUCE 1). Untuk sampel penelitian kami sekitar 25 siswa-siswi dari BOPKRI 1, dan 25 siswi dari STELLA DUCE 1. Kami memilih pelajar SMA Swasta Kota Baru Yogyakarta, karena pelajar SMA saat ini (15-18 tahun) merupakan pengguna aktif media sosial.

### 3. Objek Penelitian

Objek Penelitian kami yaitu sosial, karena kami menganalisis perilaku remaja yang terjadi. Objek Penelitian kami yaitu ingin mengetahui tentang gaya hidup mereka, dan seberapa konsumtif kah mereka dari perilaku mereka di media sosial yang mereka gunakan. Kami dapatkan dari kuesioner dan wawancara.

### 4. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sumber yang kami pilih adalah Kota Baru. Kota Baru merupakan suatu kawasan yang terletak di pusat kota Yogyakarta yang berkaitan dengan perbedaan harga dibandingkan kawasan lainnya. Kawasan ini dinilai sebagai kota yang paling menarik perhatian warga Yogyakarta dengan bangunan infrastruktur paling modern.

Wilayah Kota Baru memiliki banyak sekolah yang ditujukan untuk orang-orang yang berdaya, yaitu sekolah menengah. Pribadi. SMA Swasta yang dimaksud adalah SMA Stella Duce 1 dan SMA Bopkri 1. Kedua SMA ini bisa dibilang SMA Swasta yang memiliki kualitas pendidikan dan biaya masuk yang relatif tinggi dibandingkan dengan sekolah lainnya, maka dari itu kami ingin mengetahui apa saja kelebihan dan kekurangan SMA Stella Duce 1. Jawaban mereka adalah. karena sifatnya yang mahal dan konsumtif.

### 5. Sumber Data

Sumber data terbagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Sumber primer berupa hasil observasi dan wawancara terhadap siswa SMA Kota Baru merupakan sumber utama perolehan data dan informasi yang kemudian diolah dan dijelaskan kembali dalam penelitian. Data primer merupakan data utama penelitian karena dapat membantu dalam penelitian data dan dapat membatasi ruang lingkup data yang akan digunakan atau diteliti.

Penerapan data primer ini adalah memvisualisasikan data secara langsung. baik melalui kuesioner yang diberikan maupun wawancara yang dilakukan, untuk memperoleh data riil tentang apa yang terjadi di lapangan.

### 6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini digunakan 3 jenis teknik pengumpulan data yaitu wawancara, studi pustaka dan kuesioner. Dalam pengumpulan data studi pustaka yang didapat menjadi pendukung dalam wawancara dalam mencari data primer (*real*) dan bisa mendukung menjadi referensi dalam menyusun data wawancara. Data dari wawancara juga bisa menjadi pendukung dalam data kuesioner.

### 7. Validasi Data

Dalam penelitian ini, kami akan membuat standar untuk pengumpulan data. Pada pengumpulan data berupa kuesioner, kami akan menyebarnya secara rata mulai dari kelas 10 hingga kelas 12, dan kami juga ingin data yang masuk yaitu perwakilan per kelas, setidaknya 1-10 orang yang mengisi data per kelas, secara acak (*metode stratified random sampling*).

Untuk wawancara, kami juga ingin melakukan wawancara secara langsung jika memungkinkan, dan jika tidak memungkinkan kami akan menyebarnya secara *online*, dan bersifat perorangan secara pribadi.

## Hasil dan pembahasan

### 1. Analisis Penelitian Pengaruh "trend" dalam perilaku konsumtif pelajar Kotabaru Yogyakarta.



Gambar 1

Media sosial mempengaruhi semua siswa di kedua sekolah, mendorong mereka untuk membeli barang dan menjadi lebih konsumtif, seperti yang ditunjukkan pada gambar 1. Fakta lapangan dari orang-orang yang telah kami

wawancarai juga mendukung hal ini. Proses yang terjadi, yaitu video mereview yang tersedia di media sosial, mendorong narasumber untuk mencari lebih banyak informasi dan mempertimbangkan untuk membeli



Gambar 2

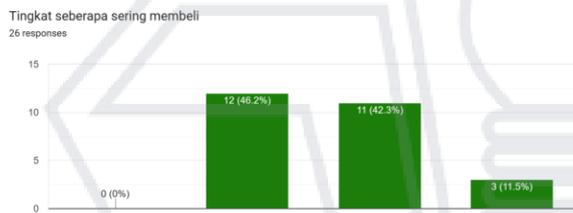
Hasil ini menunjukkan juga bahwa sikap konsumtif atau menjadi lebih sering berbelanja karena iklan iklan tentang semua hal tersebar luas dengan cara yang lebih mudah. Berdasarkan data pada gambar 2 terlihat bahwa 76,9% atau 20 responden dari 26 responden lebih membeli yang bertebaran pada media online. Ini bisa terjadi karena media sosial yang sangat luas dan banyak yang membuat testimoni atas barang yang dibelinya sebagai daya tarik untuk orang membeli dan memberikan "kepercayaan" atas kualitas barang yang di pakai. Dari gambar 4.4 terlihat bahwa tingkat pembelian dari responden tidak banyak yang ada pada tingkat maksimal dan minimal, sebagian besar responden (60%) berada pada tingkat 2 ('tidak terlalu sering'), sedangkan 30% berada pada tingkat 3 ('lumayan sering'). Hal ini berarti bahwa angka kisaran 2 berarti bahwa "tidak terlalu sering" dalam membeli barang dan angka kisaran 3 berarti bahwa "lumayan sering" dalam membeli barang dan menjadikannya konsumtif.

### 2. Analisis Penelitian Pengaruh siswa-siswi menggunakan media sosial terhadap perilakunya sebagai pelajar



Gambar 3

Mereka melihat video atau iklan yang berasal dari berbagai aplikasi, tetapi berdasarkan data grafik (gambar 3), Tiktok dan Instagram menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan. Aplikasi ini menyebarkan tren saat ini, atau bisa dibilang ini adalah aplikasi yang paling banyak digunakan oleh anak-anak berusia 15 hingga 18 tahun (SMA Kelas X hingga XII). Selain itu, data yang kami kumpulkan dari wawancara menunjukkan hasil yang sangat berbeda; dari semua narasumber yang kami wawancarakan, setiap satunya menyebutkan Instagram, Tiktok, dan Shopee sebagai platform untuk membelinya.



Gambar 4

Data yang ditunjukkan pada gambar 4 menunjukkan angka yang tinggi pada skala 2 dan 3. Skala yang paling tinggi menunjukkan "tidak terlalu sering", dengan 12 dari 26 orang yang disurvei (46,2%) menyatakan bahwa barang yang mereka beli tidak membuat mereka berperilaku konsumtif. Selain itu, jika dilihat dari skala 3 dan 4, yang masing-masing menunjukkan "lumayan sering" dan "sangat sering", sebagian besar responden akan melebihi data pada skala 2, seperti 11 responden pada skala 3 (42,3%) dan 3 responden pada skala 4 (11,5%). Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap diri mereka sudah lumayan dan sangat sering membeli barang dan berperilaku konsumtif.



Gambar 5

Gambar 5 menunjukkan data dari dua kategori pilihan, kebutuhan dan keinginan. Sebanyak tiga belas orang yang menjawab, atau lima puluh persen dari jumlah responden, menyatakan bahwa mereka membeli sesuatu sesuai dengan kebutuhan mereka. Ini menunjukkan bahwa setengah dari responden beralih ke barang-barang penting seperti peralatan sekolah, kebutuhan pribadi, perlengkapan tempat tinggal, dan investasi jangka panjang. Sebanyak 20 dari 26 responden (atau 76,9%) memilih membeli barang sesuai dengan keinginan mereka, sementara sebagian besar responden cenderung membeli barang-barang non-esensial seperti hobi. Semakin banyak orang yang membeli sesuatu berdasarkan keinginan daripada kebutuhan. Ini mungkin menunjukkan pola konsumsi yang lebih sering menggunakan barang online untuk kebutuhan gaya hidup atau hiburan.

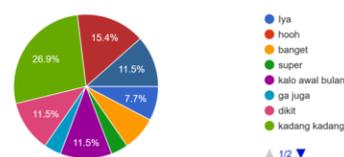
Kalau membeli barang offline, barang yang dibeli seperti apa (boleh pilih lebih dari satu)?



Gambar 6

Bertentangan dengan data pada gambar 5, data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih untuk membeli barang yang mereka anggap sebagai kebutuhan secara offline. Dua puluh dua persen dari responden (88%) memilih untuk membeli barang secara offline, dan dua belas persen (48%) memilih untuk membeli barang secara online. Ini menunjukkan bahwa responden lebih percaya membeli barang kebutuhan mereka secara offline karena mereka dapat langsung mengetahui kualitas dan kondisi barang saat mereka dikirim.

Apakah Anda boros?



Gambar 7

Sangat beragamnya perspektif responden tentang gaya hidup boros atau konsumtif, seperti yang ditunjukkan oleh data pada gambar 7. Sebagian besar orang yang menjawab menunjukkan bahwa mereka menyadari pengeluaran mereka, tetapi sebagian kecil menunjukkan bahwa mereka lebih memilih menghabiskan lebih banyak uang daripada memenuhi keinginan mereka. Tingkat pengeluaran responden ditampilkan dalam survei ini. Dibandingkan dengan jawaban yang menggambarkan sampah sebagai "banyak" atau "tidak banyak", sebagian besar responden menganggap kebiasaan membuang sampah bersifat situasional, kadang-kadang.

### **3. Pembahasan Pengaruh "trend" dalam perilaku konsumtif pelajar Kotabaru Yogyakarta**

Data yang kami terima menunjukkan adanya tren peningkatan konsumsi di kalangan pelajar. Namun, survei dan data menunjukkan bahwa meskipun pelajar tidak mengkonsumsi secara berlebihan atau tak terkendali, mereka tetap selektif dalam hal pembelian. Menurut para peneliti, tren hanya berfungsi sebagai pengaruh dan inspirasi. Misalnya, tren media sosial memotivasi orang untuk membeli atau mencoba produk yang bermanfaat bagi mereka dan membangkitkan rasa ingin tahu mereka. Ketertarikan kita pada tren cenderung terfokus pada pengalaman positif, seperti mencoba sesuatu yang baru untuk meningkatkan diri atau memenuhi kebutuhan tertentu yang kita anggap penting.

Dalam jangka panjang, tren ini dapat berdampak negatif pada perilaku konsumen, termasuk kebiasaan gaya hidup yang tidak perlu dan kurangnya kesadaran menabung. Tren tidak semuanya negatif, tetapi dapat bertindak sebagai alat penemuan untuk membantu siswa menemukan produk dan layanan yang relevan dan berguna bagi kehidupan mereka. Oleh karena itu, perilaku konsumsi berbasis tren dapat dilihat sebagai bentuk konsumsi yang lebih terfokus dan berorientasi pada kebutuhan daripada perilaku yang tidak reflektif.

### **4. Pembahasan Pengaruh siswa-siswi menggunakan media sosial terhadap perilakunya sebagai remaja**

Menurut para peneliti, media sosial tidak hanya menjadi tempat untuk mengumumkan atau memberikan informasi tentang tren terkini, tetapi juga menghasilkan strategi pemasaran, terutama yang ditujukan kepada remaja, seperti TikTok. Platform media sosial yang paling banyak digunakan di kalangan remaja di Kota Bharu adalah TikTok. Tiktok menyediakan informasi tentang produk melalui konten kreatif seperti ulasan produk. Hal ini akan memungkinkan siswa untuk membuat keputusan pembelian dan mengidentifikasi produk yang relevan dan berguna bagi mereka. Selain itu, melalui konten promosi yang berkelanjutan di TikTok, siswa didorong untuk mencoba produk baru yang mereka yakini sedang tren. Informasi ini memungkinkan pelanggan membuat keputusan yang lebih cepat dan lebih baik tentang produk yang memenuhi kebutuhan dan minat mereka.

Dampak positif maupun negatif penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumsi siswa telah diamati. Media sosial memiliki dampak yang sangat besar terhadap pelajar, menggoda mereka untuk membeli produk tanpa berpikir hanya karena ketenaran atau mengikuti tren tanpa mempertimbangkan kebutuhan mereka yang sebenarnya. Dampak dari tren yang ada juga berarti bahwa siswa ini tidak berpikir jangka panjang. Misalnya, seseorang yang membeli suatu produk hanya karena ingin terkenal, kepuasan yang diperolehnya hanya bersifat sementara dan tidak mengetahui apakah produk tersebut akan berguna bagi dirinya di kemudian hari. Bila siswa membeli barang tanpa berpikir matang, maka akan terjadi pemborosan. Hal ini terutama berlaku karena sebagian mahasiswa yang kami survei tinggal di asrama dan ada kekhawatiran mereka mungkin tidak dapat mengelola keuangan dengan baik.

Aplikasi media sosial yang ada seperti TikTok hanyalah salah satu tempat dimana remaja dipengaruhi dan dibentuk oleh tren terkini. Namun, ketika remaja ingin membeli produk, mereka biasanya melakukannya melalui aplikasi Shopee. Pelajar di Kota Bharu, Yogyakarta, kebanyakan membeli barang-barang yang menarik dan banyak manfaatnya. Contoh barang yang mungkin menarik termasuk pakaian, kartu foto idola, dan perawatan kulit, laptop kelas atas, mata uang kripto, dan banyak keuntungan lainnya.

Saya melihat ada perbedaan dalam metode pembayaran saat membeli produk. Misalnya, orang yang berusia di atas 17 tahun biasanya menggunakan remitansi, sedangkan orang yang berusia di bawah 17 tahun menggunakan uang tunai dan QRIS. Barang-barang yang dibeli siswa tidak hanya didorong oleh hasrat, tetapi juga memiliki cerita dibaliknya, seperti kartu foto yang bertujuan untuk memotivasi kaum muda dengan membuat mereka merasa senang dan gembira saat melihat kartu foto anggota K-pop. memberi.

### Simpulan

Berdasarkan temuan yang diperoleh oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup konsumtif telah menjadi kebiasaan di kalangan pelajar, meskipun mereka tetap bersikap selektif dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi yang mereka hadapi. Tren yang muncul dari media sosial, lingkungan, dan kelompok pertemanan menjadi salah satu faktor utama yang mendorong perilaku konsumtif tersebut. Faktor ini semakin diperkuat oleh iklan di media sosial yang sering menampilkan promosi produk, yang mendorong pelajar untuk membeli barang-barang meskipun tidak selalu diperlukan. Namun, mereka tetap mempertimbangkan situasi dan kondisi mereka, sehingga memiliki sifat selektif terhadap apa yang diinginkan. Meskipun demikian, banyak dari mereka juga membeli barang sesuai dengan kebutuhan. Media sosial memberikan dampak positif, seperti mempermudah koneksi dengan orang lain, meningkatkan keterampilan digital, memperluas wawasan untuk akses informasi, dan memudahkan proses pembelian. Namun, penggunaan media sosial yang tidak terkontrol dapat menimbulkan dampak negatif, seperti kecanduan dan kurangnya perhatian terhadap pengeluaran pribadi. Oleh karena itu, dampak media sosial dapat bersifat positif atau negatif, tergantung pada bagaimana mereka mengelolanya

### Ucapan terima kasih

Kami Ingin mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberkati kami, dan memberi kelancaran pada saat kami berproses. Kepada Kepala Sekolah dan pihak Sekolah SMA Kolese De Britto Yogyakarta yang telah memberi kami kesempatan untuk membuat makalah ini. Teman-teman dari sekolah lain yang sudah berpartisipasi dalam kami

mengambil data. Guru pembimbing kami yang selalu memberi kami arahan dalam mengerjakan makalah, dan seluruh orang yang memiliki partisipasi saat kami berproses, kami mengucapkan terima kasih.

### Referensi

- Estetika, M. (2017). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF SISWA PEREMPUAN KELAS XII IPS. *jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 6(6), 10.
- Fatmawatie, N. (2022). *E-Commerce dan Perilaku Konsumtif*. IAIN Kediri Press.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, & Harlina, D. (2017). PERILAKU KONSUMTIF DIKALANGAN REMAJA. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, Volume 2 Nomor 2, 6.
- Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. ((2023)). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(1), 8.
- Marindi, P., & Nurwidawati, D. (2015). Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dalam Belanja Online Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, Vol. 3(3), 5.
- Martono, N. (2015). *METODE PENELITIAN SOSIAL KONSEP-KONSEP KUNCI*. PT RajaGrafindo Persada.
- Mujaidah, A. N. (2020). ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN PENANGANANNYA (STUDI KASUS PADA SATU PESERTA DIDIK DI SMK NEGERI 8 MAKASSAR), 18.
- Nasrullah, A., Bimantoro, A., & Amrozi, Y. (2020). TREND PENELITIAN SISTEM INFORMASI BISNIS DI INDONESIA. *Jurnal SimanteC*, Vol. 8 (2), 9.
- Purnomosidi, F., Ernawati, S., Riskiana, D., & Banabsyah, J. (2022). PERILAKU KONSUMTIF ANAK KOS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA. *Jurnal Talenta Psikologi Nomor XI*, Vol. 2, 14.
- Rahma, S. U. U., Bukhari, E., & Prasetyo, E. T. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENDAPATAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE PADA MASA PANDEMI

COVID-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen (JIAM)*, 18(1), 8.

Rofiqoh, I., & Zulhawati. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan campuran*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 5(1), 13.

Wati, M. Y., & Suyanto, T. (2016). FAKTOR YANG MENDORONG PERILAKU KONSUMTIF SISWA SMA DI SURABAYA. *Kajian Moral dan Pendidikan*, 1(4), 15.

Wulandari, D., & Aulia, P. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku

konsumtif belanja online pada generasi Z di Kota Padang. *Jurnal Riset Psikologi*, 5(4), 9.

Yulianti, A., & Hardiansyah, M. A. (2023). Analisis Perilaku Konsumtif Remaja dalam Kehidupan Masyarakat di Kabupaten Serang (Kelurahan Citerep. Kecamatan Ciruas). *Edusociata Jurnal Pendidikan Sosiologi*, Volume 6 (1), 8.