

ABSTRAK

Nur Madhinatul Iلمي, 2023. Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar. Skripsi Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar. Pembimbing I Jamaluddin Arifin dan Pembimbing II Herdianty R.

Jenis penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif pendekatan studi kasus yang bertujuan untuk mengetahui lebih dalam bagaimana perilaku konsumtif pengguna aplikasi tiktok (studi kasus mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar). Lokasi penelitian berada di Universitas Muhammadiyah Makassar kecamatan Rappocini, kota Makassar. Pengumpulan data menggunakan beberapa metode, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sementara analisis data dalam penelitian ini adalah analisis induktif, dengan langkah-langkahnya adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mengacu pada kecenderungan untuk mengeluarkan uang terlalu banyak untuk barang atau jasa yang mungkin tidak diperlukan, seringkali tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjangnya. Untuk menyikapi perilaku tersebut beberapa langkah yang dapat diambil oleh mahasiswa dalam menyikapi perilaku konsumtif: pembuatan anggaran, pentingnya menabung, pertimbangkan sebelum membeli, dan berbelanja secara bijak.

Selain itu hasil penelitian menunjukkan bentuk-bentuk perilaku konsumtif pengguna aplikasi tiktok pada mahasiswa universitas muhammadiyah makassar di mana mengacu pada kecenderungan membelanjakan uang lebih banyak dari yang diperlukan atau dengan cara yang tidak efisien yakni sifat shopaholic dan hedonisme.

Berdasarkan hasil penelitian lain menunjukkan bahwa dampak perilaku konsumtif pengguna aplikasi tiktok pada mahasiswa universitas muhammadiyah makassar terdapat dua aspek yakni dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif meliputi peningkatan pengetahuan produk, meningkatkan suasana hati dan harga terjangkau. Sedangkan dampak negatif meliputi lebih eksis mengikuti zaman, kecanduan, dan meningkatkan budaya konsumtif.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumtif, Aplikasi Tiktok, Mahasiswa*

ABSTRACT

Nur Madhinatul Ilmi, 2023. Consumptive Behavior of Tiktok Application Users (Case Study of University of Muhammadiyah Makassar Students. Thesis of the Sociology Education Study Program, Faculty of Teaching and Education, University of Muhammadiyah Makassar. Supervisor I Jamaluddin Arifin and Advisor II Herdianty R.

This type of research uses a qualitative descriptive research type with a case study approach which aims to find out more about the consumptive behavior of users of the tiktok application (a case study of Muhammadiyah University Makassar students). The research location is at Muhammadiyah Makassar University, Rappocini sub-district, Makassar city. Data collection uses several methods, namely observation, interviews, and documentation. While the data analysis in this study is an inductive analysis, the steps are data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results show that consumptive behavior refers to the tendency to overspend on goods or services that may not be needed, often without considering the long-term consequences. To address this behavior, several steps can be taken by students in addressing consumptive behavior: budgeting, the importance of saving, consider before buying, and shop wisely.

In addition, the results of the study show forms of consumptive behavior of users of the tiktok application among students at the University of Muhammadiyah Makassar, which refers to the tendency to spend more money than necessary or in an inefficient way, namely the nature of shopaholics and hedonism.

Based on the results of other studies, it shows that the impact of consumptive behavior of users of the tiktok application on students at the University of Muhammadiyah Makassar has two aspects, namely positive impacts and negative impacts. Positive impacts include increased product knowledge, increased mood and affordable prices. While the negative impacts include more existing with the times, addiction, and increasing consumer culture.

Keywords: *Consumptive Behavior, Tiktok Application, Students*