

**PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA APLIKASI TIKTOK
(STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH MAKASSAR)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Sosiologi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh:

NUR MADHINATUL ILMI
105381101119

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas nama **Nur Madhinatul Ilmi, 105381101119** diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 818 Tahun 1445 H/2023 M, Sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar **Sarjana Pendidikan** pada Prodi Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar, Ujian dan Yudisium pada hari Rabu, 27 Desember 2023.

09 Jumadil Akhir 1445 H
Makassar,
22 Desember 2023 M

PANITIA UJIAN

Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M. Ag (.....)
Ketua : Erwin Akib, S.Pd., M.Pd., Ph.D (.....)
Sekretaris : Dr. Baharullah, M. Pd (.....)
Penguji
1 Dr. Jamaluddin Arifin, M. Pd (.....)
2 Dr. St. Hanifah, M. Pd (.....)
3 Sulvahrul Amin, S. Pd., M. Pd (.....)
4 Indah Ainun Mutiara, S. Pd, M. Pd (.....)

Mengetahui

Dekan FKIP
Universitas Muhammadiyah Makassar

Erwin Akib, S.Pd., M.Pd., Ph.D.
NBM: 860 934

Ketua Program Studi
Pendidikan Sosiologi

Dr. Jamaluddin Arifin, M.Pd.
NBM: 117 4893

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)
Nama : Nur Madhingatul Ilmi
NIM : 105381101119
Prodi : Pendidikan Sosiologi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Setelah diteliti dan diperiksa ulang, skripsi ini telah memenuhi syarat untuk dipertanggungjawabkan di depan tim penguji skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar.

09 Jumadil Akhir 1445 H

Makassar

22 Desember 2023 M

Disahkan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

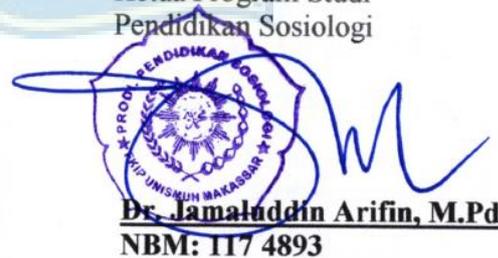
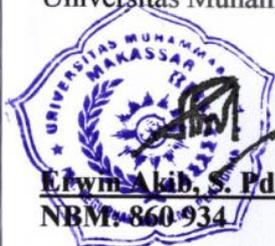

Dr. Jamaluddin Arifin, M.Pd


Herdianty R. S.Pd., M.Pd

Mengetahui:

Dekan FKIP
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ketua Program Studi
Pendidikan Sosiologi





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Alamat: Jalan Sultan Alauddin No. 259 Makassar Fax. (0411) 860 132 Makassar 90211 www.fkip-unismuh-info

SURAT PERJANJIAN

Mahasiswa yang bersangkutan:

Nama : Nur Madhinatul Ilmi
Stambuk : 105381101119
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Dengan ini menyatakan perjanjian sebagai berikut:

1. Mulai dari penyusunan proposal hingga selesai skripsi ini, saya akan menyusun sendiri skripsi saya (tidak dibuatkan oleh siapapun)
2. Dalam penyusunan skripsi, saya akan selalu melakukan konsultasi dengan pembimbing yang telah ditetapkan oleh pemimpin fakultas
3. Saya tidak akan melakukan penjiplakan (plagiat) dalam menyusun skripsi
4. Apabila saya melanggar perjanjian seperti pada butir 1, 2, dan 3 saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

Makassar, 6 Oktober 2023

Yang Membuat Perjanjian

Nur Madhinatul Ilmi



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Alamat: Jalan Sultan Alauddin No. 259 Makassar Fax. (0411) 860 132 Makassar 90211 www.fkip-unismuh-info

SURAT PERNYATAAN

Mahasiswa yang bersangkutan:

Nama : Nur Madhinatul Ilmi
Stambuk : 105381101119
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Dengan Judul : Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan di depan tim penguji adalah hasil karya sendiri dan bukan hasil ciptaan orang lain atau dibuatkan oleh siapapun. Demikian pernyataan ini saya buat dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 6 Oktober 2023

Yang Membuat Pernyataan

Nur Madhinatul Ilmi

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Semua bisa ditunda kecuali tugas kuliah dan skripsi.

Kuliah bukan mie instan yang bisa diraih dalam waktu singkat.

Nur Madhinatul Ilmi

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, atas rahmat dan hidayahnya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Karya sederhana ini ku persembahkan untuk:

- ✚ Aji dan mamiku, yang telah mendukungku, memberiku motivasi dalam segala hal serta memberikan kasih sayang yang teramat besar yang tak mungkin bisa ku balas dengan apapun.
- ✚ Ibu dan om, makasih telah memberiku motivasi dan makasih sudah sayang selayaknya anakmu sendiri.
- ✚ Adikku Imel, yang telah memberiku semangat. Walaupun diriku terkadang menjengkelkan tapi tetap membantu dalam hal apapun dan terima kasih sudah sayang sama kakakmu yang banyak maunya ini.
- ✚ Buat 9 circleku yang selalu meluangkan waktu untuk mendengar keluh kesahku selama menuliskan skripsi. Dan untuk bestie kawan lama juga terimakasih dukungan dan doa yang selalu mengiringi.
- ✚ teman-teman jurusan pendidikan sosiologi, teman-teman BEM FKIP, teman-teman UKM HW, teman-teman akar social yang selalu mendukung setiap apa yang saya lakukan selama masa perkuliahan, dan untuk almamater kebanggaanku.

Karya sederhana ini saya persembahkan bagi segenap orang yang bertanya melulu tanpa henti,” kapan wisuda?”. Sekian dan terima kasih.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabiil 'alamin, Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang karenanya kita hidup dan hanya kepadanya kita kembali. Darinya segala sumber kekuatan dan inspirasi terindah dalam menjalani hidup ini, dialah yang memberikan begitu banyak nikmat khususnya nikmat kesehatan dan kesempatan sehingga skripsi yang berjudul “Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)” dapat penulis selesaikan. Shalawat dan taslim semoga tetap tecurah kepada Nabi Muhammad Saw. Yang merupakan uswatun hasanah atau suri tauladan yang baik bagi ummat manusia sampai akhir zaman.

Proses penyelesaian skripsi ini merupakan suatu rangkaian perjuangan bagi penulis. Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, memiliki kendala yang dihadapi penulis. Tapi karena doa, usaha, semangat, dan motivasi dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat berterimakasih dan sangat bersyukur kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Terima kasih kepada orang tua tercinta, Ibunda H. Nursida Satir dan ayahanda H. Muchlis Alwi yang selalu memberikan motivasi, nasihat, dan selalu memberikan doa yang baik bagi penulis, terima kasih kepada adikku tersayang Nur Fadila M yang selalu ada dalam suka maupun duka, terima kasih kepada teman-temanku mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi khususnya teman seperjuangan kelas A yang memberikan semangat dalam penyusunan dan

berjuang bersama-sama dalam penyelesaian skripsi serta kepada seluruh informan yang telah ikut andil dalam penelitian ini dan pihak kampus Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah memberikan informasi dan data yang diperlukan oleh penulis dalam pengambilan data.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Dr. Jamaluddin Arifin, M.Pd selaku pembimbing I (satu) dan Herdianty R, S.Pd., M.Pd selaku pembimbing II yang telah mengeluarkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis, mulai dari awal penyusunan hingga selesai skripsi ini.

Ucapan terima kasih kepada Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.A. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Bapak Erwin Akb, S.Pd., M.Pd., Ph.D. serta para Wakil Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar. Ketua Program Studi Pendidikan Sosiologi Bapak Dr. Jamaluddin Arifin, M.Pd dan sekretaris Program Studi Pendidikan Sosiologi Bapak Sam'un Mukramin, S.Pd., M.Pd. beserta seluruh staffnya. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Pendidikan Sosiologi FKIP Unismuh Makassar yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas bimbingan, arahan dan jasa-jasa yang tak ternilai harganya kepada penulis. Ucapan terima kasih kepada Selvy yang telah membantuku kesana kemari dalam proses pengerjaan, Alvriani Hilman, Sri Wahyuni, Nurfitriana beserta teman-teman BEM FKIP dan teman-teman Akar Sosial dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu namun tetap tak mengurangi rasa terimakasih penulis kepada mereka.

Sebagai peneliti, penulis sangat menyadari keterbatasannya, bahwa masih terdapat kekurangan-kekurangan dalam skripsi ini. Untuk saran dan kritik dari pembaca senantiasa kami harapkan demi penyempurnaan skripsi selanjutnya. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Makassar, 26 Agustus 2023

Nur Madhinatul Ilmi



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.

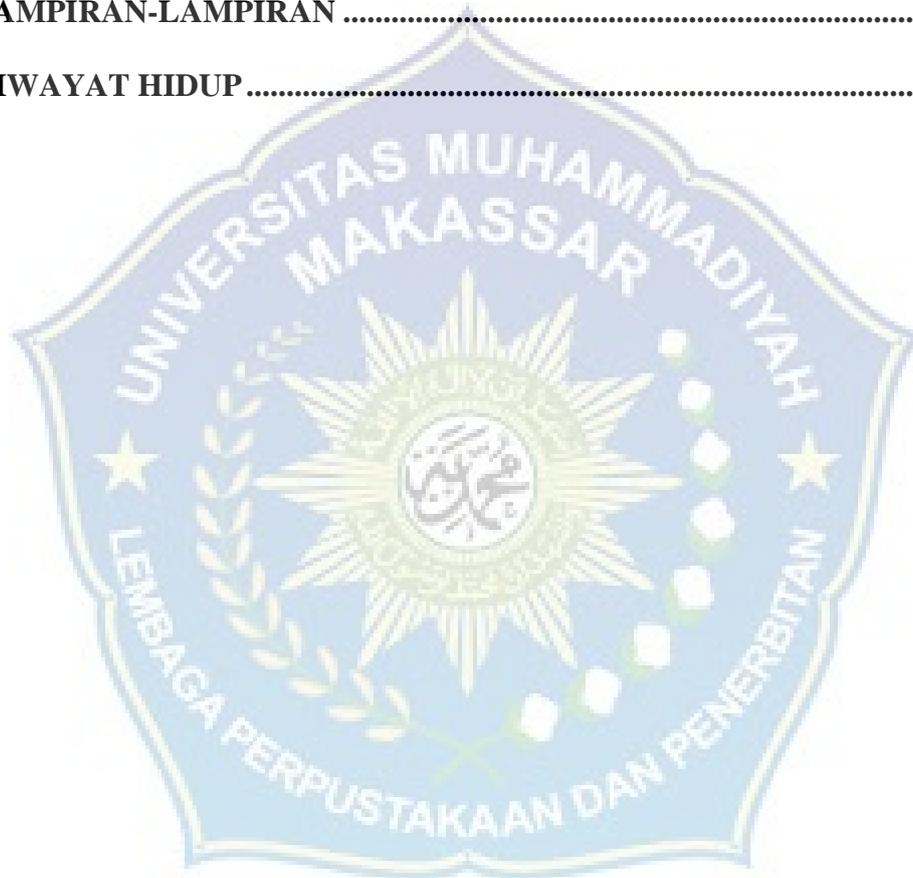
Keywords: *Consumptive Behavior, Tiktok Application, Students*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
SURAT PERJANJIAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK BAHASA INDONESIA.....	x
ABSTRACT BAHASA INGGRIS	xi
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Operasional.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Kajian Konsep.....	11
1. Perspektif Sosiologi Terhadap Perilaku Konsumtif.....	11
2. Perilaku Konsumtif	16

3. Aplikasi Tiktok	23
4. Mahasiswa	30
B. Kajian Teori	33
C. Kerangka Pikir	38
D. Hasil Penelitian Terdahulu	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	42
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	42
C. Fokus Penelitian	43
D. Informan Penelitian.....	44
E. Jenis dan Sumber Data	45
F. Instrumen Penelitian	45
G. Teknik Pengumpulan Data	46
H. Teknik Analisis Data.....	49
I. Teknik Keabsahan Data	50
J. Etika Penelitian	51
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	53
A. Sejarah Lokasi Penelitian.....	53
B. Keadaan Geografis	55
C. Keadaan Penduduk.....	57
D. Keadaan Pendidikan.....	58
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
A. Hasil Penelitian	61

B. Pembahasan.....	94
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
A. Kesimpulan	108
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN-LAMPIRAN	113
RIWAYAT HIDUP	147



DAFTAR TABEL

1. Tabel 3.1 Waktu Pelaksanaan Penelitian43



DAFTAR GAMBAR

2. Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....39
3. Gambar 4.1 Denah Kampus Unismuh Makassar56



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hadirnya teknologi di dalam kehidupan masyarakat menyebabkan berbagai pekerjaan dan aktivitas lebih mudah dilakukan. Teknologi yang merupakan sarana atau alat untuk mencapai tujuan praktis sejatinya telah digunakan oleh manusia sejak lama sesuai dengan kadar dan zamannya. Terjadinya revolusi industri di Eropa mengawali penggunaan teknologi secara besar-besaran oleh manusia untuk memproduksi barang atau produk (Fajariah, 2020).

Salah satu teknologi yang mengalami perkembangan yang pesat ialah teknologi di bidang informasi dan komunikasi. Teknologi informasi dan komunikasi yang begitu berkembang dewasa ini tentunya bukan tanpa alasan. Informasi dan komunikasi adalah dua hal yang tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia. Manusia senantiasa berkomunikasi sebagai anggota masyarakat. Begitu pula dengan informasi sebagai suatu kebutuhan yang amat penting dalam kehidupan bermasyarakat.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi makin tidak terbendung dengan adanya internet yang menjadi basis pengembangan teknologi informasi dan komunikasi yang lebih canggih dan mutakhir. Hal ini tampak dari kontrasnya media dan alat komunikasi dahulu dengan sekarang.

Perwujudan dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini ialah hadirnya berbagai media sosial yang menjadi media bagi masyarakat untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi secara virtual dan daring. Media sosial hadir mengubah paradigma berkomunikasi di masyarakat. Komunikasi yang awalnya dilakukan secara tatap muka dan intim, berubah menjadi model komunikasi jarak jauh. Komunikasi tidak lagi dibatasi oleh ruang dan jarak (Watie, 2011).

Pada Januari 2023, tercatat jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang. Jumlah yang besar ini jika dipresentasikan setara dengan 78 persen dari pengguna internet di Indonesia yang telah berjumlah 212,9 juta orang (Muhtar, 2023). Tingginya pengguna media sosial di Indonesia menandakan bahwa masyarakat Indonesia sangat menyenangi media sosial sebagai media komunikasi dan informasi.

Salah satu media sosial yang kini digemari oleh kawula muda ialah tiktok. Meski masih terbilang baru, tetapi aplikasi tiktok telah memiliki pengguna yang cukup banyak. Hal ini terbukti dari jumlah pengguna aplikasi tiktok di Indonesia yang menjadi terbanyak kedua di dunia pada April 2023 yaitu 112,97 juta pengguna (Annur, 2023). Aplikasi berbasis video ini amat disenangi sebab menyediakan ruang untuk membuat dan membagikan video singkat. Pengguna pada aplikasi tiktok dimanjakan dengan beragam video yang dapat mereka tonton, mulai dari video yang semata-mata hiburan hingga video yang berisi edukasi kepada para penontonnya. Tidak mengherankan kawula muda sangat menyenangi media sosial ini.

Tiktok bukan hanya menjadi ruang untuk menonton dan membuat video saja. Eksistensinya sebagai aplikasi yang berbasis video pendek juga dilengkapi dengan fitur khusus bagi penggunanya untuk berbelanja. Fitur ini disebut dengan istilah “tiktok shop.” Tiktokshop memungkinkan pengguna untuk membeli barang-barang atau produk yang ditawarkan dan berkaitan dengan video yang ditonton oleh penggunanya.

Kota Makassar yang merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia memiliki jumlah pengguna aplikasi tiktok yang besar. Pengguna aplikasi tiktok di Kota Makassar terdiri dari berbagai rentan usia, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa menggunakan tiktok. Fitur tiktok shop juga menjadi salah satu favorit dari pengguna aplikasi tiktok di kota Makassar karena mereka dapat berbelanja atau membeli barang secara daring di tiktok.

Penggunaan aplikasi tiktok di Kota Makassar tidak hanya untuk kepetingan hiburan dan mengaktualisasi diri semata melalui pembuatan video. Di Kota Makassar, aplikasi tiktok dimanfaatkan dalam rangka meningkatkan penjualan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini didasarkan pada kepopuleran tiktok di kalangan anak muda sehingga dapat menjadi media untuk mempromosikan atau memperkenalkan produk melalui penayangan video-video pendek (Afiah et al., 2022).

Tentunya dampak yang diperoleh melalui aplikasi tiktok ini sangat besar bagi perkembangan UMKM atau bidang ekonomi di Kota Makassar, apalagi Kota Makassar menjadi kota metropolitan dengan laju pertumbuhan ekonomi yang cepat dan tinggi. Sehingga dengan hadirnya aplikasi tiktok

terutama tiktoshop dapat menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk memasarkan produknya dan menargetkan pasar yang lebih luas yang menjangkau anak muda khususnya di Kota Makassar.

Mahasiswa merupakan salah satu pengguna yang cukup menyenangi aplikasi tiktok dan fitur tiktok shop di Kota Makassar. Hal ini terbukti dari banyaknya mahasiswa yang menghabiskan waktunya untuk menonton video tiktok. Dari kebiasaan menonton video tiktok kemudian banyak yang merasa tertarik untuk membeli produk dari tiktok shop. Padahal sejatinya mereka tidak terlalu butuh terhadap produk tersebut. Hanya karena menarik dan tampilannya yang mencuri perhatian sehingga banyak yang kemudian mememesannya.

Perilaku demikian dapat tergolong pada perilaku konsumtif yaitu perilaku yang didasari praktek untuk menghabiskan atau menggunakan suatu barang, jasa, dan produk secara berlebihan dan hanya untuk memenuhi tuntutan gaya hidup. Perilaku konsumtif terjadi ketika seseorang mengonsumsi atau memakai suatu barang atau produk tanpa pertimbangan kebutuhan. Perilaku konsumtif yang dialami oleh kawula muda khususnya mahasiswa merupakan suatu ironi dan kontras dengan status mereka sebagai seorang yang terpelajar.

Salah satu perguruan tinggi yang mahasiswanya menggunakan aplikasi tiktoshop adalah Universitas Muhammadiyah Makassar. Universitas Muhammadiyah Makasar atau biasa disebut Unismuh merupakan salah satu perguruan tinggi terkemuka di Kota Makassar bahkan di Sulawesi Selatan.

Perguruan tinggi Muhammadiyah ini sejatinya merupakan amal usaha Muhammadiyah yang bergerak pada bidang dakwah dan amar maruf nahi mungkar. Dengan begitu, Universitas Muhammadiyah Makassar sebagai lembaga pendidikan tinggi selalu mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni yang berorientasi pada pengembangan nilai-nilai Islam.

Perguruan tinggi merupakan jenjang pendidikan yang berasaskan pada kebenaran ilmiah, penalaran, kejujuran, keadilan, manfaat, kebajikan, tanggung jawab, kebhinnekaan, dan keterjangkauan (Menkumham, 2012). Mahasiswa sebagai peserta didik di perguruan tinggi yang berasaskan pada kebenaran ilmiah dan penalaran seharusnya memiliki pemikiran, sikap, dan perilaku yang mencerminkan kaum terpelajar.

Namun berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti ditemukan banyak mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar yang menggunakan aplikasi tiktokshop dengan menimbulkan pengaruh sosial. Mereka berperilaku konsumtif dalam menggunakan aplikasi tiktokshop yang ditandai dengan membeli barang di tiktokshop atas dasar tuntutan gaya hidup bukan karena memang kebutuhan.

Padahal uang yang diberikan oleh orang tua kepada mahasiswa seharusnya dibelanjakan pada kebutuhan yang memang mendesak dan berkenaan dengan urusan perkuliahan bukan pada barang-barang yang semata-mata hanya untuk memenuhi gengsi dan gaya hidup. Hal ini makin diperparah dengan keinginan untuk membeli barang-barang di tiktokshop yang terus-menerus terjadi tanpa henti. Mereka seakan kecanduan dan

ketagihan untuk berbelanja di aplikasi tiktoshop dengan iming-iming harga barang yang murah meski tidak membutuhkannya. Mereka tidak memikirkan tentang pemanfaatan barang yang akan dibeli sehingga tergolong sebagai perilaku konsumtif yaitu perilaku membeli dan mengonsumsi barang secara berlebihan dan didasari pada gaya hidup bukan pada kebutuhan.

Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar merupakan perilaku boros yang tidak sesuai dengan landasan Muhammadiyah yang berpegang teguh pada nilai-nilai Islam. Islam melarang umatnya untuk berperilaku boros dan konsumtif. Hal ini sesuai dengan Surah Al-Isra Ayat 26 yang menegaskan tentang larangan untuk menghambur-hamburkan harta secara boros.

Mahasiswa sekarang ini memiliki ketertarikannya yang cukup besar dalam mengikuti mode yang beredar di periklanan aplikasi tiktoshop di mana yang menyebabkan mahasiswa membeli barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan dengan kata lain tidak memperhatikan kegunaan dari barang tersebut atau adanya kecenderungan berperilaku konsumtif. Salah satu faktornya ialah konsep diri di mana dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam membeli.

Mahasiswa sejatinya merupakan kaum intelektual yang dipandang sebagai agen perubahan. Perannya sangat besar di tengah-tengah masyarakat, sebagai harapan dan motor penggerak mencapai kemajuan. Bahkan terdapat empat peran pokok yang dimiliki oleh mahasiswa, yaitu

agent of change, social control, iron stock, dan moral force. Berbagai peran diemban oleh mahasiswa menandakan bahwa mahasiswa memiliki kedudukan yang penting dan dipandang sebagai kaum cendekiawan, baik cerdas secara pengetahuan, sikap, maupun perbuatan (Cahyono, 2019).

Menjadi suri teladan atau panutan merupakan hal mendasar yang juga perlu untuk tekankan. Harapan yang besar dari masyarakat kepada mahasiswa menjadi tantangan tersendiri sebab mahasiswa dituntut untuk tampil sebagai suri teladan atau panutan bagi masyarakat. Mahasiswa harus berpikir cerdas dalam bertindak atau berkelakuan. Sebab mahasiswa merupakan peserta didik di perguruan tinggi sebagaimana tercantum pada Pasal 1 Undang-Undang No 12 Tahun 2012. Keterjangkauan mahasiswa dengan masyarakat penting agar tidak ada sekat di antara keduanya. Mahasiswa menjadi harapan serta menjadi agen perubahan memotori perubahan dan pergerakan menuju arah yang lebih baik.

Dengan begitu maka tak seharusnya mahasiswa berperilaku konsumtif terhadap aplikasi tiktok shop karena berdampak negatif yang dapat merugikan diri sendiri, orang tua, maupun lingkungan sekitarnya. Karena perilaku konsumtif merupakan suatu aktivitas membeli barang atau tidak diperlukan sama sekali sehingga sifatnya menjadi mubazir.

Berdasarkan pada uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian yang berjudul **“Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Tiktok pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar.”**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka penulis merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

- a. Bagaimana mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar menyikapi perilaku konsumtif?
- b. Bagaimana bentuk perilaku konsumtif pengguna aplikasi Tiktok pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar?
- c. Bagaimana dampak perilaku konsumtif pengguna aplikasi tiktok pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab permasalahan yang diajukan di atas, yaitu:

- a. Untuk mengetahui mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar menyikapi perilaku konsumtif..
- b. Untuk mengetahui bentuk perilaku konsumtif pengguna aplikasi Tiktok pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar
- c. Untuk mengetahui dampak perilaku konsumtif pengguna aplikasi tiktok pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai sumbangsih pemikiran untuk mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan terkait dengan perilaku konsumtif pada pengguna aplikasi tiktok.

- b. Menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti-peneliti selanjutnya dalam upaya mengembangkan penelitian dalam bidang sejenis.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi institusi, hasil penelitian ini dijadikan sebagai dokumentasi dan sumber rujukan bagi peneliti selanjutnya, sekaligus sebagai bahan kajian bagi mahasiswa.
- b. Bagi pemerintah, untuk memberikan input dan tambahan informasi tentang perilaku konsumtif pengguna aplikasi tiktok.
- c. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan kepada masyarakat.
- d. Bagi peneliti, sebagai sumber informasi dan referensi dalam pengembangan penelitian yang berkaitan dengan perilaku konsumtif pengguna aplikasi tiktok pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar.

E. Definisi Operasional

1. Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Kata konsumtif mempunyai arti boros, yang mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan (Gumulya & Widiastuti, 2013).
2. TikTok merupakan media sosial berbasis video yang menyajikan hiburan bagi penggunanya, di mana di dalamnya dapat memberikan special effect

yang unik dan menarik serta didukung dengan pilihan musik yang banyak dengan durasi waktu 15-60 detik (Saputra et al, 2020).

3. Mahasiswa merupakan peserta didik yang terdaftar dan belajar di perguruan tinggi, baik swasta maupun negeri yang dididik dan diharapkan menjadi calon-calon intelektual (Kurniawati & Baroroh, 2016).



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Konsep

1. Perspektif sosiologi terhadap perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologis di dalam kehidupannya yang dituntut untuk mengkonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang atau bahkan tidak perlu.

Guna memahami perilaku konsumtif, setidaknya ada dua teori yang mendasari, yaitu teori belajar behavioristik yang mengimplikasikan bahwa perilaku membeli (respon) konsumen salah satunya terbentuk berdasarkan stimulus-stimulus yang berasal di lingkungan sekitarnya. sementara itu, baudrillard menyatakan dalam teori hipperelaitas tentang kondisi masyarakat saat ini yang mengkonsumsi tidak hanya atas dasar kebutuhan tetapi juga mengkonsumsi tanda, dimana tanda telah merujuk pada diri mereka sendiri. (Oktafikasari & Mahmud, 2017)

Teori behaviour didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang rasional dan menggunakan informasi-informasi yang mungkin baginya secara sistematis. Orang memikirkan implikasi dari tindakan mereka sebelum mereka memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku-perilaku tertentu.

Masyarakat selalu bergerak, berkembang, dan berubah. Dinamika masyarakat ini terjadi bisa karena faktor internal yang melekat dalam diri

masyarakat itu sendiri, dan bisa juga karena faktor lingkungan eksternal. Narwoko mengatakan bahwa ada banyak perspektif teori yang menjelaskan tentang perubahan sosial, misalnya perspektif teori sosiohistoris, struktural fungsional, struktural konflik, dan psikologi sosial. Teori sosiohistoris menempatkan variabel latar belakang sejarah dengan menekankan proses evolusi sebagai faktor utama dalam proses terjadinya perubahan sosial. Perspektif ini melihat perubahan sosial dalam dua dimensi yang saling berbeda asumsi yakni perubahan sebagai suatu siklus dan perubahan sebagai suatu perkembangan. Sebagai siklus sulit diketahui ujung pangkal terjadinya perubahan sosial. Perubahan terjadi lebih merupakan peristiwa prosesual dengan memandang sejarah sebagai serentetan lingkaran yang tak berujung. Sedangkan perubahan sebagai suatu perkembangan juga bahwa pada dasarnya masyarakat walau secara lambat namun pasti akan selalu bergerak, berkembang dan akhirnya berubah dari struktur sosial sederhana menuju ke arah yang lebih modern. (Davis et al., 2017)

2. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku atau gaya hidup yang suka membelanjakan uang tanpa pertimbangan yang matang. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI), konsumtif adalah bersifat konsumsi, yaitu hanya memakai dan tidak menghasilkan sendiri.

Menurut Lubis (Sumartono, 2002) perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena keinginan yang sudah tidak mencapai taraf tidak rasional lagi.

Peter & Paul (2014) menyatakan perilaku konsumtif merupakan interaksi dinamis antara pengaruh dan kondisi perilaku dan kejadian sekitar lingkungan di mana manusia melakukan aspek pertukaran dalam kehidupan mereka.

Konsumtif adalah suatu perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya, serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata.

Perilaku konsumtif tidak hanya memiliki pertimbangan pada fungsi dan manfaat dari membeli barang, melainkan memiliki pertimbangan prestise (gengsi) yang menempel pada barang (Fitriyani dkk, 2013). Konsumtif merupakan perilaku yang dilakukan seseorang dalam mengonsumsi barang yang berlebihan, memprioritaskan keinginan daripada kebutuhan sehingga tidak mempunyai tujuan yang pasti. Menurut Zebua dan Nurdjayadi (dalam Fitriyani dkk, 2013) berpendapat dalam melakukan pembelian tidak lagi didasari kebutuhan, melainkan dilakukan karena alasan seperti ingin mencoba produk baru, mengikuti arus mode, ataupun ingin memperoleh fungsi suatu barang serta menjadi ajang pemborosan dikarenakan belum memiliki penghasilan sendiri (Fauziah, 2022).

Pendapat di atas berarti bahwa perilaku konsumtif terbentuk dikarenakan konsumtif itu sendiri sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup. Sedangkan perilaku konsumtif itu muncul terutama setelah adanya masa industrialisasi dimana barang-barang di produksi secara massal sehingga membutuhkan konsumen yang lebih luas. Media, baik elektronik maupun massa dalam hal ini menempati posisi strategis dalam membantu perilaku konsumtif, yaitu sebagai medium yang menarik minat. konsumen dalam membeli barang (Lestarina et al., 2017).

b. Karakteristik perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif menurut (Goleman et al., 2019a) ada dua aspek mendasar, yaitu :

a) Adanya suatu keinginan secara berlebihan

Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata. Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan yang utama melainkan kebutuhan yang dipenuhi hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin memperoleh pengakuan social tanpa memperdulikan pendapat orang lain. Padahal hal ini justru akan menimbulkan kecemasan. Rasa cemas di sini timbul karena merasa harus tetap mengikuti perkembangan dan tidak ingin dibilang ketinggalan.

b). Mengikuti mode

Di kalangan remaja mode dipandang sangat penting untuk menunjang penampilan mereka. Sehingga mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar. Padahal

mode itu sendiri selalu berubah sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya.

c). Memperoleh pengakuan social

Perilaku konsumtif pada remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang in (populer).

Berdasarkan pengertian yang telah dikemukakan bahwa karakteristik perilaku konsumtif yang dikemukakan (Goleman et al., 2019b) lebih bersifat penjelasan terhadap kepuasan seseorang dalam melakukan tren yang tidak berdasarkan nilai dan norma yang berlaku, sehingga peneliti menggunakan karakteristik dari Tambunan untuk dipakai menjadi indicator dalam penelitian ini.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

Tingkat konsumtif seseorang tersebut didasari dengan adanya perilaku konsumtif secara berlebihan. Muncul nya perilaku konsumtif tentunya di sebabkan oleh beberapa faktor-faktor seperti yang dikemukakan oleh Fardhani & Izzati (2013, p.2) yang menyatakan bahwa, “adanya perilaku boros disebabkan oleh dua unsur, khususnya variabel luar dan dalam. Variabel luar yang sangat kuat dalam perilaku

konsumtif adalah budaya, kelas sosial, pertemuan referensi, dan keluarga, sedangkan komponen dalam yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah inspirasi, proses pembelajaran, karakter, ide diri, dan gaya hidup”.

Dapat di simpulkan bahwa setiap orang yang berperilaku konsumtif tentu ada penyebabnya baik itu dari luar maupun dari dalam dirinya sendiri.

a. Faktor Eksternal

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Fardhani & Izzati (2013, p.2), ia mengatakan bahwa adanya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua unsur yaitu faktor luar dan dalam. Faktor luarnya terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga.

1) Kebudayaan

Konsumen adalah makhluk sosial yaitu orang-orang tertentu yang hidup masing-masing dengan orang lain, berkomunikasi satu sama lain, salah satu komponen perilaku sosial adalah budaya. Dalam berkembangnya kehidupan manusia, kita harus menghadapi hal-hal yang berubah dan perkembangan itu sudah terjadi sejak zaman kuno hingga berbagai perkembangan yang terjadi bahkan dengan perubahan ini manusia juga kewalahan. Perubahan yang sangat berpengaruh ini adalah proses perubahan di masyarakat dari hal-hal yang bersifat tradisional ke modern atau disebut juga dengan modernisasi. Namun, globalisasi juga merupakan salah satu komponen yang mempengaruhi

terjadinya keragaman sosial atau komparabilitas untuk wilayah lokal seluruh dunia. Seperti yang dikatakan oleh Mangkunegara, “kebudayaan dicirikan sebagai akibat dari daya cipta manusia yang dimulai dari suatu zaman kemudian ke zaman berikutnya yang secara luar biasa menentukan jenis perilaku dalam kehidupan sebagai warga negara”.

Budaya juga merupakan kualitas, renungan, dan citra yang mempengaruhi perilaku, mentalitas, keyakinan, dan kecenderungan individu dan masyarakat. Perspektif dan praktik yang dipengaruhi oleh budaya (Lutfiah et al., 2022a) menyatakan bahwa, “ada sepuluh perspektif dan praktik yang secara tegas dipengaruhi oleh budaya, khususnya perhatian dan ruang, korespondensi dan bahasa, pakaian dan penampilan, waktu dan keakraban dengan waktu, keluarga, asosiasi dan lembaga pemerintah, nilai dan standar, keyakinan dan perspektif, siklus mental dan pembelajaran, dan kecenderungan kerja”.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa budaya sebagai perilaku yang membawa dirinya dari masa ke masa melakukan pembelian mengikuti perkembangan yang terjadi yang membentuk sikap dan perilaku seseorang di dalam hidupnya sebagai anggota masyarakat.

2) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah perbedaan dalam tingkat keuangan individu, ada tingkat keuangan yang tinggi dan ada tingkat keuangan yang

rendah. Seperti yang dikatakan oleh (Lutfiah et al., 2022) menyatakan bahwa.” kelas sosial adalah pembagian masyarakat ke berbagai kelas atau berbagai lapisan. Kontras di kelas atau lapisan akan menggambarkan kontras dalam intruksi, gaji, tanggung jawab, cara hidup dan lain-lain yang diterima. Perbedaan upah akan mempengaruhi perilaku pemanfaatan individu atau keluarga”.

3) Kelompok Referensi

Sebuah kelompok merupakan suatu pertemuan yang bermacam-macam dari dua individu atau lebih yang berkomunikasi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama. Seperti yang dikatakan oleh (Lutfiah et al., 2022b), “kelompok referensi atau yang dikenal sebagai semacam perkumpulan perspektif adalah individu atau kumpulan individu yang pada dasarnya mempengaruhi perilaku individu”.

4) Keluarga

Keluarga adalah lingkungan dimana sebagian besar pembeli tinggal dan berinteraksi dengan kerabat lainnya. Kerabat akan saling mempengaruhi dalam menentukan pilihan untuk membeli barang (Lutfiah et al., 2022b). Dapat disimpulkan bahwa Keluarga merupakan lingkungan terdekat dengan pembeli sehingga sebagian besar keluarga mempengaruhi pembeli dalam memutuskan pembelian yang mereka pilih.

b. Faktor Internal

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh (Lutfiah et al., 2022b), ia mengatakan bahwa adanya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua unsur

yaitu faktor luar dan dalam. Faktor dalamnya terdiri dari motivasi, kepribadian, konsep diri, proses belajar, dan gaya hidup.

1) Motivasi

Motivasi ialah suatu keinginan yang ada di dalam diri seseorang sehingga mendorong ia membeli sesuatu. Seperti ketika kamu merasa lapar maka kamu akan segera mencari makanan untuk menghilangkan rasa lapar tersebut nah ini yang dinamakan kondisi fisik seseorang yang mendorong ia membutuhkan makanan yang menghilangkan rasa lapar tersebut. Dorongan inilah yang disebut motivasi.

Hal ini sesuai dengan pemikiran Sumarwan (dalam Schiffman dan Kanuk, 2010) yang menyatakan bahwa, “inspirasi dapat digambarkan sebagai dorongan utama dalam diri orang yang mendorong mereka untuk beraktivitas. Dorongan utama ini tercipta oleh kondisi tekanan yang ada sebagai akibat dari kebutuhan yang tidak terpenuhi”. (Lutfiah et al., 2022b) menjelaskan bahwa, “motivasi adalah penyesuaian energi dalam diri individu yang digambarkan dengan munculnya perasaan dan digambarkan dengan reaksi terhadap tujuan sehingga akan terhubung dengan perasaan, seperti halnya emosi kemudian bertindak melakukan sesuatu”.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa motivasi muncul dengan alasan adanya kebutuhan yang dirasakan oleh pembeli. Kebutuhan ini yang mendorong seseorang untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

2) Kepribadian

Karakter seseorang tentunya tidak sama antar manusia, masing-masing memiliki keistimewaan dan sifat yang beragam, selain beragam juga terdapat persamaan antara yang satu dengan yang lainnya. Karakter pembeli sangat penting bagi pemasar karena diidentikkan dengan perilaku pembeli. Perbedaan karakter akan mempengaruhi perilaku mereka dalam memilih barang, karena pembeli akan memilih barang sesuai dengan karakter mereka.

Hal ini sesuai dengan pemikiran (Lutfiah et al., 2022b) yang menyatakan bahwa, “karakter diidentikkan dengan perbedaan dalam kualitas yang paling mendalam pada seseorang, perbedaan dalam hal ini menggambarkan kualitas yang unik dari masing-masing individu”. Adapun karakteristik kepribadian menurut (Lutfiah et al., 2022b) sebagai berikut :

- a) Kepribadian Menggambarkan Kontras Tunggal. Tidak ada dua orang yang benarbenar tidak dapat dibedakan, mungkin ada dua orang yang memiliki kesamaan dalam satu merek barang, namun dalam kualitas yang berbeda mungkin unik.
- b) Kepribadian Menunjukkan Konsistensi dan Terus Berjalan. Karakter seseorang telah dibentuk sejak masa remaja dan telah mempengaruhi perilaku seseorang secara andal untuk jangka waktu yang cukup lama dan sulit untuk diubah.

c) Kepribadian Bisa Berubah. Sifatnya permanen dan tetap, namun bukan berarti bisa berubah. Keadaan dapat membuat seseorang mengubah karakternya. Seorang anak muda yang berkembang menjadi dewasa mungkin memiliki berbagai atribut dari ketika ia masih kecil.

3) Konsep Diri

(Lutfiah et al., 2022b) menyebutkan bahwa, “konsep diri hanyalah keseluruhan pertimbangan dan sentimen tentang diri sendiri. Konsep diri individu hanyalah gambaran umum yang dia miliki karena cara hidup dimana dia tinggal dan keadaan serta pertemuan individu yang meliputi kehadirannya sehari-hari”. Konsep diri artinya perasaan terhadap dirinya sendiri dan seseorang yang menggambarkan bagaimana sikap orang tersebut terhadap dirinya.

Sehubungan dengan teori tentang konsep diri yang dikemukakan oleh (Lutfiah et al., 2022b) berikut ini:

- a) Evaluasi Diri. Berdasarkan teori ini seorang individu akan berpandangan bahwa ia adalah individu yang diakui oleh masyarakat karena perilakunya sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- b) Seseorang akan menganggap dirinya sebagai individu yang bertentangan dengan keinginan masyarakat. Hal ini menyatakan bahwa gagasan diri akan dibingkai atas dasar bahwa seseorang

mendapat penghargaan dari orang lain. Teori ini sebaliknya disebut “diri cermin”.

c) Pemeriksaan Sosial. Teori ini lebih menekankan bahwa ide diri individu sangat bergantung pada bagaimana dia melihat dirinya sebanding dengan orang lain. Demikian pula dengan pendapat Nelvi Mitra, Syahniar, Alizamar (2019), mengatakan bahwa konsep diri itu mempengaruhi keputusan pembelian seseorang bergantung pada sejauh mana seseorang menyesuaikan untuk dirinya.

4) Proses belajar

Siklus pembelajaran adalah bagian utama dalam latihan pembelanja yang diselesaikan dengan sengaja atau tidak sengaja dengan alasan bahwa interaksi ini pelanggan memainkan pekerjaan pasar sebagai pembeli yang layak, wajar, dan bersemangat. Beberapa konsumen yang kecewa akan suatu produk berarti mereka memiliki pengalaman yang buruk dan ada ketidakpuasan dalam produk tersebut. Seperti yang dikatakan oleh Sumarwan (dalam Salomon, 2009) mendefinisikan, “belajar menyinggung perubahan perilaku yang cukup terusmenerus yang dibawa oleh pengalaman, belajar adalah perubahan perilaku yang relatif permanen yang diakibatkan oleh pengalaman”.

5) Gaya Hidup

Kebanyakan dari manusia gaya hidup lah yang menjadi seseorang tersebut menjadi konsumtif. Gaya hidup sebagai contoh

dimana individu hidup dan menggunakan uang dan waktunya (designs in which individuals live and invest time and cash). (Sumarwan 2015). Mereka akan berupaya mendapatkan uang untuk membeli barang-barang seperti tas dan pakaian untuk menutupi penampilannya sehingga kelihatan lebih menarik dan membuat mereka puas (Zahra (dalam Pulungan dan Hastina, 2018)). Dapat di ambil kesimpulan cenderung dianggap bahwa cara hidup menggambarkan perilaku individu dalam memanfaatkan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. (Lutfiah et al., 2022b)

3. Aplikasi tiktok

a. Pengertian aplikasi tiktok

Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek special yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi tiktok adalah sebuah jaringan social dan platform video music tiongok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung music, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak di bawah umur.

Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Dan pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video

pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan music goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang. Dan video-video tersebut dibuat juga oleh anak-anak dibawah umur yakni peserta didik yang belum begitu memahami arti dari video-video tersebut.

a. Indicator media social tiktok dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Adanya dampak positif dan negative dalam menggunakan aplikasi tiktok. Mewabahnya demam tiktok dikalangan masyarakat pastinya memiliki dampak positif maupun negative. Dari segi positif sendiri aplikasi tiktok memiliki beberapa manfaat yaitu:

a) Kreatif

Aplikasi tiktok memicu seseorang membuat berbagai karya untuk menunjukkan kreatifitasnya dari berbagai bidang, seperti bakat berjoget, melukis, dan lain sebagainya. Tak hanya itu, tiktok mampu menambah kemampuan pembuatan video. Tiktok juga menyuguhkan berbagai macam music untuk latar video, sehingga penggunaanya dapat menciptakan video yang menarik.

b) Meningkatkan suasana hati

Saat sendiri seringkali muncul rasa bosan, salah satu cara untuk membuat suasana hati menjadi lebih baik adalah dengan cara bermain tiktok. Bahkan bermain gadget disaat berkumpul dengan teman atau keluarga bukan lagi hal yang

tidak bisa dilakukan. Kita bisa saja membuat suasana berkumpul semakin asik dengan membuat berbagai video Bersama-sama.

c) Olahraga

Gerakan yang dilakukan untuk membuat suatu video, merupakan bentuk olahraga yang asik dilakukan agar kita terhindar dari rasa malas untuk bergerak.

Namun, ada juga dampak negative yang ditimbulkan diantaranya :

a) Batasan umur

Banyak konten dibuat pengguna tiktok tidak menyaring video mana yang pantas atau tidak pantas untuk diunggah, karena bukan hanya remaja namun saat ini anak di bawah usia pun dapat melihat konten-konten tersebut dengan mudah. Sehingga itu menjadikan contoh negative untuk ditiru.

b) Ingin viral

Keinginan untuk viral menjadikan beberapa orang rela membuat berbagai video yang tidak layak untuk ditampilkan seperti bergoyang dengan pakaian terlalu vulgar ataupun beradegan yang tidak pantas untuk ditonton.

c) Percakapan grup

Aplikasi tiktok memiliki fasilitas percakapan dalam grup sesama pengguna dengan orang yang tidak dikenal. Jika

tidak bijak dalam menggunakannya hal tersebut sangat berdampak negative.

d) Menghabiskan waktu

Melihat video-video yang diunggah pengguna lain memang mengasikan namun hal tersebut dapat membuang-buang waktu. Para remaja menjadi kurang produktif untuk mengerjakan sesuatu lain yang lebih bermanfaat.

Ada beberapa netizen yang setuju dan tidak setuju dengan adanya dampak dari bermain tiktok, karena dianggap tiktok memiliki dampak positif dan negative maka semua hal tersebut tentunya kembali lagi kepada diri sendiri yang perlu bijak dalam menggunakannya.

Dalam aplikasi media social tiktok banyak berbagai konten video yang ingin mereka buat dengan mudah. Tidak hanya melihat dan menirukan, mereka juga dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Mereka dapat menuangkan berbagai video-video yang kreatif sesuai dengan ide-ide mereka. Tidak hanya mengenai video-video yang menarik, joget, lipsync dll, mereka juga bisa ikut tantangan-tantangan yang dibuat pengguna lain.

Aplikasi tiktok adalah salah satu aplikasi yang membuat penggunanya terhibur. Aplikasi ini bisa dikatakan adalah aplikasi penghibur. Beberapa orang pengguna banyak sekali yang mengatakan bahwa aplikasi ini adalah aplikasi yang dapat

membuat si pengguna terhibur. Dalam aplikasi ini pengguna dapat melihat-lihat berbagai kreatifitas setiap pengguna lain di beranda.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi tiktok

Menurut Mulyana, dalam penggunaan aplikasi tiktok terdapat dua faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (focus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek.

1) Faktor Internal

Faktor internal yakni faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti perasaan. Menurut Ahmadi, perasaan ialah suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang kita alami dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subjektif. Jadi menurut Ahmadi, perasaan adalah faktor internal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi tiktok. Karena menurutnya jika perasaan atau jiwa seseorang tidak menyukai atau tidak senang dengan penggunaan aplikasi tiktok ini maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya.

Menurut W. Wundt dalam Ahmadi perasaan tidak hanya dapat dilihat atau dialami oleh individu sebagai perasaan senang

ataupun tidak senang melainkan dapat dilihat dari berbagai dimensi. Jadi menurut W. Wundt penggunaan aplikasi tiktok ini tidak hanya bisa dilihat melalui perasaannya saja melainkan dilihat dari tingkah lakunya juga.

Dalam penggunaan aplikasi tiktok ini cara setiap orang membuatnya berbeda, dengan berbagai situasi perasaan mereka juga yang berbeda-beda. Jika perasaan sedang senang tingkah nya dalam pembuatan aplikasi tiktok juga sesuai dengan perasaannya, begitupun sebaliknya. Karena tingkah laku pada saat mereka menggunakan aplikasi tiktok ini membuktikan sebuah perasaan seorang penggunanya.

Menurut Gerungan mengatakan prasangka merupakan sikap perasaan orang-orang terhadap golongan manusia tertentu, golongan rasa atau kebudayaan yang berbeda dengan golongan orang yang berprasangka itu. Jadi menurut Gerungan prasangka juga berpengaruh dalam penggunaan aplikasi tiktok. Karena jika seseorang memiliki prasangka baik ketika menggunakan aplikasi tiktok tersebut maka tidak ada sisi negative dalam penggunaan aplikasi tiktok ini. Tapi begitupun sebaliknya jika prasangka seseorang sudah tidak baik terhadap penggunaan aplikasi tiktok maka seseorang tersebut juga tidak akan ingin menggunakan aplikasi tiktok tersebut.

Faktor internal merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi tiktok. Faktor internal juga bisa dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan media social termasuk penggunaan aplikasi tiktok. Jadi dalam penggunaan media social seperti aplikasi tiktok tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi bisa juga untuk belajar berinteraksi terhadap orang-orang baru, kemudian juga penggunaan aplikasi tiktok dapat meningkatkan kreatifitas setiap orang. Dilihat dari sisi negatifnya juga penggunaan aplikasi tiktok ini dapat membuat setiap orang memiliki rasa malas dan lupa dengan segala pekerjaan yang seharusnya ia lakukan.

2) Faktor Eksternal

Dalam aplikasi tiktok orang-orang memperoleh informasi dari berbagai video contohnya kejadian yang bersifat video seperti kapal tenggelam atau dalam bentuk rekaman lainnya dengan begitu cepat informasi kejadian tersampaikan kepada pengguna lainnya. Nasrullah mengatakan informasi menjadi identitas media social karena media social mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Jadi informasi adalah sesuatu yang sangat juga berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi tiktok.

Jika seseorang tidak mendapatkan informasi tentang tiktok mungkin saja mereka tidak mengenal aplikasi tiktok, bahkan

sampai menjadi penggunanya. Maka dari itu informasi dikatakan penting sekali dalam penggunaan aplikasi tiktok. Pengaruh dari media social yang merupakan bagian dari media informasi salah satunya adalah dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang. Jadi dengan informasi juga seseorang bisa terpengaruh pengetahuannya mengenai media social seperti tiktok.

4. Mahasiswa

a. Pengertian mahasiswa

Secara harfiah, mahasiswa berasal dari dua kata, yaitu "maha" yang berarti besar, sangat amat, dan "siswa" yang berarti murid. Mahasiswa dapat diartikan sebagai individu yang sedang belajar di perguruan tinggi, seperti universitas, institut, atau akademi.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis menyimpulkan bahwa mahasiswa adalah seseorang yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi, baik itu universitas, institut, maupun akademi. Namun, sebenarnya makna mahasiswa tidak dapat dibatasi semata-mata pada definisi tersebut. Terdaftar sebagai mahasiswa di sebuah perguruan tinggi hanyalah aspek administratif menjadi mahasiswa, namun menjadi mahasiswa mengandung makna yang lebih luas daripada sekedar masalah administratif semata. Mengemban status sebagai mahasiswa merupakan suatu kebanggaan sekaligus tantangan. Mahasiswa memiliki harapan dan tanggung jawab yang besar karena mereka merupakan agen perubahan. Sebagai mahasiswa, mereka

diharapkan dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat. (Waryanti, 2018)

b. Karakteristik perkembangan mahasiswa

Mahasiswa merupakan periode transisi menuju masa dewasa yang umumnya berada dalam rentang usia 18-25 tahun. Selama periode ini, mahasiswa memiliki tanggung jawab terhadap perkembangan dirinya, termasuk menghadapi tanggung jawab terhadap kehidupannya saat memasuki masa dewasa. Dalam konteks ini, dapat dilihat bahwa sebagian besar mahasiswa adalah remaja, sehingga dalam hal perkembangan, tugas perkembangan yang dihadapi oleh mahasiswa pada usia ini adalah memperkuat dan menetapkan pandangan hidup mereka (Nugraha, 2019).

Ciri-ciri perkembangan remaja lanjut atau remaja akhir (usia 18 sampai 21 tahun) dapat terlihat dalam tugas-tugas perkembangan berikut:

1. Menerima perubahan fisik: Pada masa remaja akhir, remaja sudah lebih tenang dalam menerima perubahan fisiknya yang signifikan dari tahun-tahun sebelumnya. Struktur dan penampilan fisiknya sudah menetap dan harus diterima dengan tulus. Rasa kekecewaan terhadap kondisi fisik tertentu tidak lagi mengganggu, dan remaja secara perlahan mulai menerima dirinya apa adanya.
2. Memperoleh kebebasan emosional: Pada masa remaja akhir, remaja sedang dalam proses melepaskan ketergantungan emosional

dari orang-orang yang dekat dalam hidupnya, seperti orangtua. Kehidupan emosional yang sebelumnya dominan dalam sikap dan tindakan remaja mulai terintegrasi dengan fungsi-fungsi lainnya sehingga lebih stabil dan terkendali. Remaja mampu mengungkapkan pendapat dan perasaannya dengan cara yang sesuai dengan lingkungan dan kebebasan emosional yang dimilikinya.

3. Kemampuan bergaul: Pada masa ini, remaja mulai mengembangkan kemampuan untuk menjalin hubungan sosial baik dengan teman sebaya maupun orang-orang yang memiliki tingkat kematangan sosial yang berbeda. Mereka mampu menyesuaikan diri dan menunjukkan kemampuan bersosialisasi sesuai dengan norma sosial yang berlaku.
4. Menemukan model identifikasi: Dalam proses menuju kedewasaan pribadi, memiliki tokoh identifikasi sering menjadi faktor penting. Tanpa adanya tokoh identifikasi, remaja akan mengalami kebingungan dalam menemukan model yang ingin mereka tiru dan memberikan arahan tentang perilaku dan sikap yang terbaik.
5. Mengetahui dan menerima kemampuan diri: Pada masa ini, remaja mulai memiliki pemahaman dan penilaian objektif tentang diri mereka sendiri. Kekurangan dan kegagalan yang terkait dengan kemampuan tidak lagi mengganggu fungsi kepribadian dan tidak menghambat pencapaian prestasi yang diinginkan.

6. Memperkuat penguasaan diri berdasarkan skala nilai dan norma: Nilai-nilai pribadi yang sebelumnya menjadi norma dalam melakukan tindakan bergeser ke arah penyesuaian dengan norma di luar diri mereka. Hal ini termasuk nilai-nilai sosial dan moral. Kadang-kadang, nilai-nilai pribadi harus disesuaikan dengan nilai-nilai umum (yang positif) yang berlaku di lingkungan mereka.

Banyak mahasiswa mengatakan bahwa berbelanja dapat menghilangkan stres dan membuat mereka bahagia. mereka suka mengikuti perkembangan, membeli pakaian dan barang-barang pribadi serta kosmetik karena wanita umumnya ingin mengikuti perkembangan terbaru. Fashion wanita selalu bergerak mengikuti trend dan gaya yang menjadi trend para selebriti. Dimana efek negatifnya adalah: Perilaku konsumtif mahasiswa shopaholic memiliki perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku pada saat mengkonsumsi barang yang sebenarnya kurang atau tidak dibutuhkan (terutama mengenai reaksi konsumsi barang sekunder, yaitu barang yang tidak terlalu dibutuhkan). (Nurbaya et al., 2016)

B. Kajian Teori

1. Teori Tindakan Sosial Max Weber

Pada bab dua ini akan membahas mengenai teori sosiologi yang relevan dengan tema pembahasan dalam penelitian ini dengan menggunakan teori tindakan sosial yang di kemukakan oleh Max Webber.

Max Weber adalah salah satu ahli sosiologi dan sejarah bangsa Jerman, lahir di Erfurt, 21 April 1864 dan meninggal dunia di Munchen, 14 Juni 1920. Weber adalah guru besar di Freiburg (1894-1897), Heidelberg (sejak 1897), dan Munchen (1919-1920). Weber melihat sosiologi sebagai sebuah studi tentang tindakan sosial antar hubungan sosial dan itulah yang dimaksudkan dengan pengertian paradigma definisi social itu. Tindakan manusia dianggap sebagai sebuah bentuk tindakan sosial manakala tindakan itu ditujukan pada orang lain.

Pokok persoalan Weber sebagai pengemuka exemplar dari paradigma ini mengartikan sosiologi sebagai studi tentang tindakan sosial antar hubungan sosial. dua hal itulah yang menurutnya menjadi pokok persoalan sosiologi. Inti tesis adalah “tindakan yang penuh arti” dari individu. Yang dimaksudkannya dengan tindakan sosial itu adalah tindakan individu sepanjang tindakannya itu mempunyai makna atau arti subjektif bagi dirinya dan diarahkan kepada tindakan orang lain. Sebaliknya tindakan individu yang diarahkan kepada benda mati atau objek fisik semata tanpa di hubungkannya dengan tindakan orang lain bukan merupakan tindakan sosial.

Max Weber mengatakan, individu manusia dalam masyarakat merupakan aktor yang kreatif dan realitas sosial bukan merupakan alat yang statis dari pada paksaan fakta sosial. Artinya tindakan manusia tidak sepenuhnya ditentukan oleh norma, kebiasaan, nilai, dan sebagainya yang tercakup di dalam konsep fakta sosial. Walaupun pada akhirnya Weber

mengakui bahwa dalam masyarakat terdapat struktur sosial dan pranata sosial. Dikatakan bahwa struktur sosial dan pranata sosial merupakan dua konsep yang saling berkaitan dalam membentuk tindakan sosial.

Max Weber mendefinisikan sosiologi sebagai ilmu tentang institusi sosial. sosiologi Weber adalah ilmu tentang perilaku sosial. Menurutnya terjadi suatu pergeseran tekanan ke arah keyakinan, motivasi, dan tujuan pada diri anggota masyarakat, yang semuanya memberi isi dan bentuk kepada kelakuannya. Kata perikelakuan dipakai oleh Weber untuk perbuatan-perbuatan yang bagi si pelaku mempunyai arti subyektif. Pelaku hendak mencapai suatu tujuan atau ia didorong oleh motivasi. Perikelakuan menjadi sosial menurut Weber terjadi hanya kalau dan sejauh mana arti maksud subyektif dari tingkahlaku membuat individu memikirkan dan menunjukkan suatu keseragaman yang kurang lebih tetap.

Perilaku sosial menurut max weber adalah tindakan individu yang mempunyai makna atau arti subjek bagi dirinya diarahkan kepada orang lain. Tindakan dapat berulang kembali dengan sengaja sebagai akibat dari pengaruh situasi yang berupa persetujuan pasif dalam situasi tertentu.

Dalam teori tindakan sosial ini membedakan tindakan sosial dengan perilaku manusia ketika bertindak akan memberikan arti yang subjektif yang berorientasi pada tujuan dan harapan. Weber menyatakan bahwa tindakan merupakan suatu makna subjektif kepada perilaku yang terbuka dan tertutup yang bersifat subjektif mempertimbangkan perilaku orang lain. Hal tersebut memang diorientasikan pada tindakan dan

perilaku. Max Weber mempunyai empat jenis perilaku tindakan sosial, pertama tindakan tradisional, tindakan berorientasi nilai, tindakan berorientasi tujuan, dan tindakan afektif.

Tindakan tradisional mengacu pada tindakan-tindakan yang sudah mengakar atau menjadi kebiasaan turun-temurun yang dilakukan oleh orang-orang terdahulu. Tindakan berorientasi nilai didasarkan nilai untuk alasan dan tujuan yang berkaitan dengan nilai yang diyakini secara personal tanpa memperhitungkan hasilnya. Kemudian tindakan berorientasi tujuan yang mana menurut Max Weber ditujukan atas pencapaian-pencapaian tujuan secara rasional dan diperhitungkan oleh faktor yang bersangkutan. Yang terakhir tindakan afektif merupakan tindakan yang ditentukan pada kondisi dan orientasi emosi (Aprillia Reza Fathiha, 2022).

Adapun alasan saya mengambil teori ini ialah berkaitan tentang perilaku konsumtif mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar yang merupakan suatu tindakan pada motif dan tujuan tertentu. Dengan pendekatan teori ini kita akan mampu menelaah perilaku seseorang maupun kelompok dalam melakukan tindakan. Kita tentu memahami bahwa semua tindakan mempunyai motif dan tujuan yang berbeda-beda dan disinilah starting point pentingnya mengkaji teori ini.

2. Teori Uses and Gratifications

Teori *Uses and Gratifications* merupakan teori yang menyatakan bahwa individu menggunakan sebuah media massa dengan tujuan tertentu.

media berusaha untuk memenuhi motif individu dalam menggunakan media massa, kebutuhan individu akan terpenuhi apabila motif dari individu telah terpenuhi. Sehingga media yang efektif merupakan media yang mampu memenuhi kebutuhan individu (Kriyantono, 2014).

Gratification Sought (GS) merupakan pemenuhan kebutuhan yang dicari untuk mencapai suatu kepuasan yang diinginkan oleh individu pada saat akan menggunakan media massa tertentu. *Gratification sought* merupakan motif seseorang yang mendorong dalam menggunakan suatu media. Sedangkan *Gratification Obtained* (GO) merupakan pemenuhan kebutuhan yang dicari untuk mencapai suatu kepuasan yang diinginkan oleh individu pada saat setelah menggunakan media massa tertentu. GO terbentuk dari kepuasan nyata yang telah diperoleh individu pada saat menggunakan media dan evaluasi mengenai isi media) (Chandra Kusuma & Oktavianti, 2020).

3. Teori Konsumsi Baudrillard

Menurut pandangan baudrillard, proses konsumsi dapat dianalisis dalam perspektif dua aspek yang mendasar yaitu: pertama, sebagai proses signifikasi dan komunikasi, yang didasarkan pada peraturan (kode) di mana praktik-praktik konsumsi masuk dan mengambil maknanya. Di sini konsumsi merupakan sistem pertukaran, dan sepadan dengan bahasa. Kedua, sebagai proses klasifikasi dan diferensiasi sosial, di mana kali ini objek-objek/ tanda dihabiskan bukan hanya sebagai perbedaan yang signifikan, tetapi sebagai nilai yang sesuai (aturan) dalam sebuah hierarki. Konsumsi dapat menjadi objek pembahasan strategis yang menentukan

kekuatan khususnya dalam distribusi nilai yang sesuai aturan (melebihi hubungannya dengan pertanda sosial lainnya: pengetahuan, kekuasaan, budaya, dan lain-lain). (Nugrahenny, 2016)

C. Kerangka Pikir

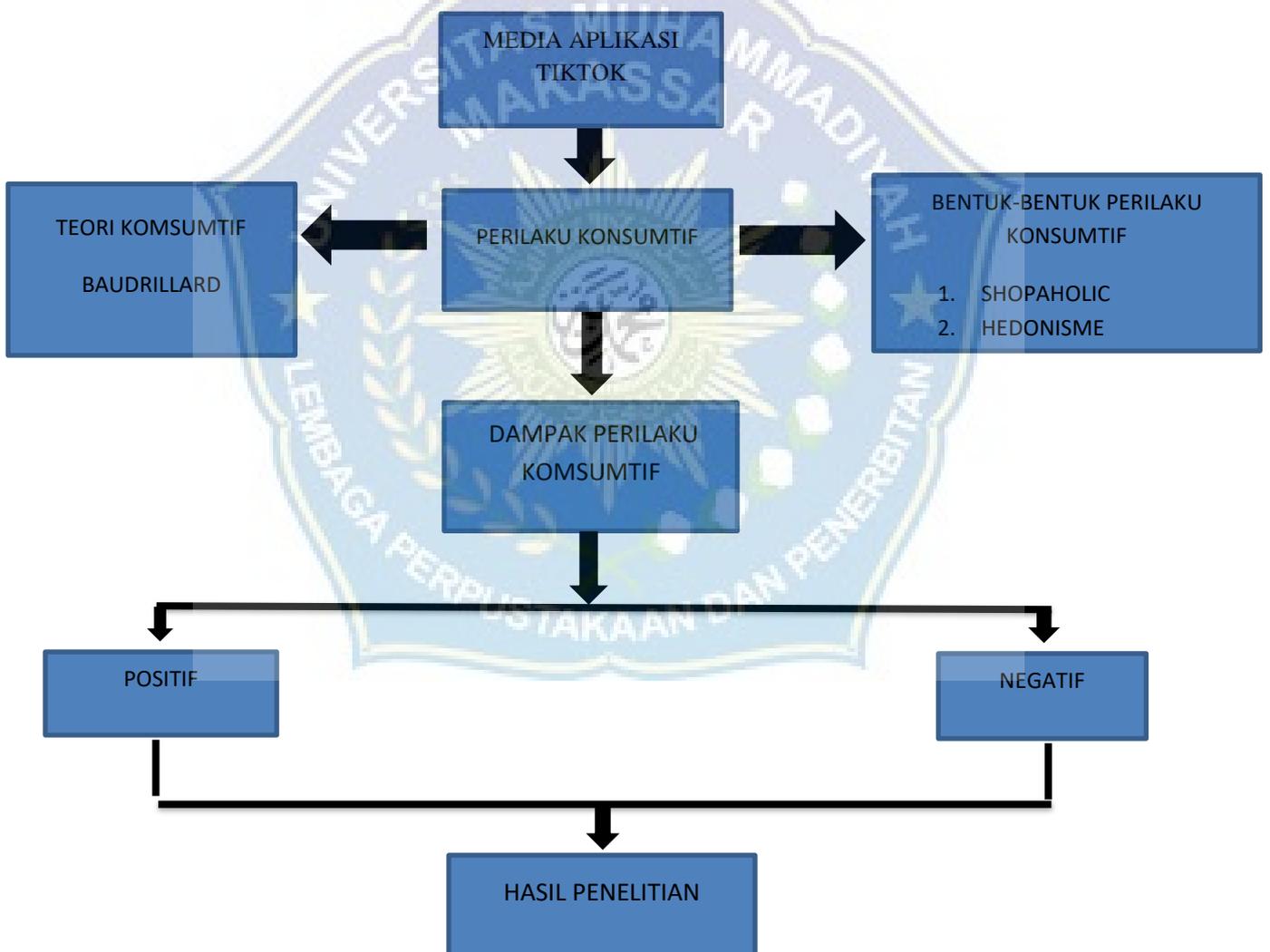
Kerangka berpikir ini akan membahas tentang perilaku konsumtif pengguna aplikasi tiktok pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar. Langkah awal dari penelitian ini akan di deskripsikan sebagai berikut:

Kota Makassar merupakan salah satu kota di mana pusat kegiatan pendidikan berlangsung. Banyak sekali universitas ternama yang ada di kota Makassar, salah satunya adalah Universitas Muhammadiyah Makassar. Sehingga tidak dipungkiri banyaknya mahasiswa yang datang dari penjuru daerah. Keadaan Indonesia saat ini terkhususnya di kota Makassar mulai terkontruksi dengan adanya media sosial terkhusus media aplikasi tiktok.

Banyaknya mahasiswa yang menggunakan aplikasi tiktok khususnya tiktokshop merupakan mangsa pasar yang sangat menjanjikan bagi pelaku bisnis. Munculnya aplikasi tiktokshop sehingga mengakibatkan perubahan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Banyak dari mahasiswa tidak mampu menahan keinginannya untuk berbelanja sehingga menghabiskan begitu banyak waktu dan uang untuk berbelanja meskipun barang-barang yang dibelinya tidak selalu ia butuhkan, yang disebut sebagai gaya hidup shopaholic sehingga mengarah ke perilaku hedonisme di mana adanya ajaran atau pandangan bahwa kenikmatan merupakan tujuan hidup dan tindakan manusia.

Peneliti membahas mengenai bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar yang mengakibatkan terbentuknya perilaku konsumtif dikarenakan masa-masa mahasiswa adalah masa-masa remaja di mana pencarian atas identitas diri, serta bagaimana dampak positif dan negatif yang ditimbulkan. Atas dasar fakta tersebut maka kerangka berfikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



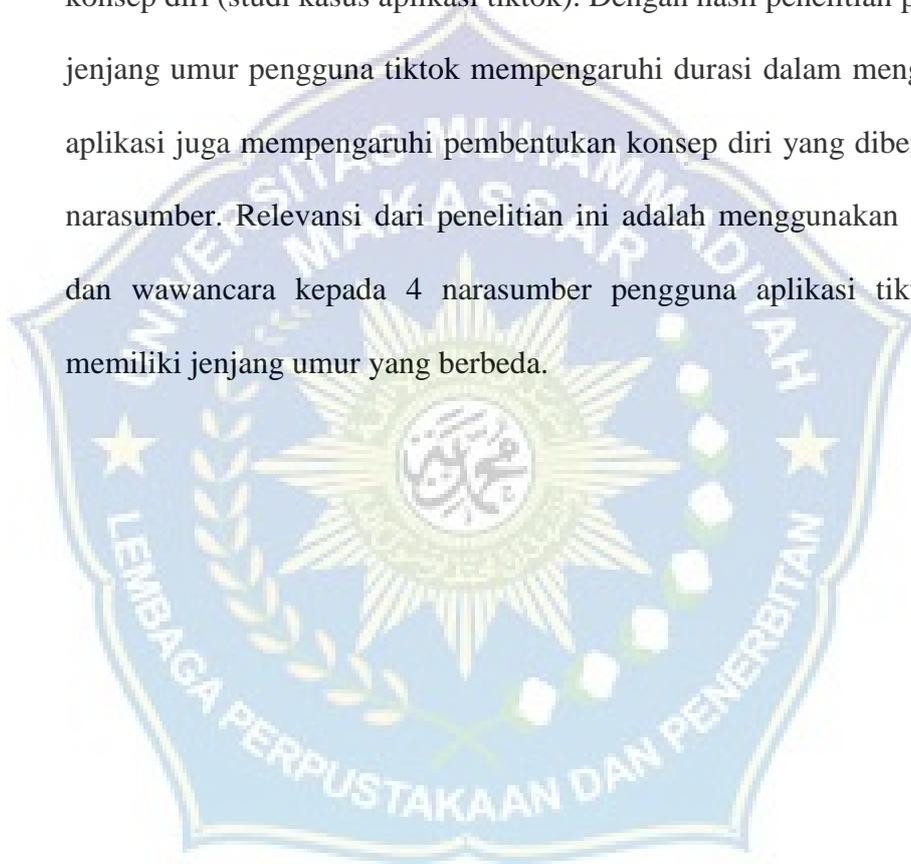
D. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah salah satu acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang sedang dilakukan. Namun peneliti mengambil beberapa penelitian sebagai bahan referensi dalam memperkaya bahan kajian peneliti.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Desy oktaheriyani, 2020. dengan judul penelitian analisis perilaku komunikasi pengguna media social tiktok. Dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku komunikasi media social fakultas ilmu social dan ilmu politik uniska mab banjarmasin yaitu mereka menggunakan media social tiktok karena sedang tren di zaman sekarang. Relevansi dari penelitian ini adalah analisis perilaku komunikasi pengguna media social tiktok yang di lakukan pada mahasiswa fakultas ilmu social dan ilmu politik uniska mab banjarmasin.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Ratih Ayu Lestari, 2022. Dengan judul perilaku konsumen remaja putri dalam pengambilan keputusan pembelian secara online melalui tiktok di masa pandemic. Dengan hasil penelitian para remaja menunjukkan bahwa tiktok merupakan aspek utama yang mempengaruhi meningkatnya para remaja putri tersebut mengkonsumsi barang yang mereka lihat melalui media social tiktok selama masa covid 19 dengan lingkungan pertemanan sebagai faktor sosial yang mendorong para remaja tersebut, dengan mengutamakan pendapat mereka dalam pengambilan keputusan pembelian secara online yang dapat berubah

menjadi perilaku konsumtif. Relevansi dari penelitian ini adalah bagaimana perilaku konsumen belanja online remaja putri pengguna aktif tiktok dapat terjadi.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Dian Novita Sari, 2020. Dengan penelitian yaitu penggunaan media social berbasis audio visual dalam membentuk konsep diri (studi kasus aplikasi tiktok). Dengan hasil penelitian perbedaan jenjang umur pengguna tiktok mempengaruhi durasi dalam menggunakan aplikasi juga mempengaruhi pembentukan konsep diri yang dibentuk oleh narasumber. Relevansi dari penelitian ini adalah menggunakan observasi dan wawancara kepada 4 narasumber pengguna aplikasi tiktok yang memiliki jenjang umur yang berbeda.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pada penelitian ini studi kasus di dukung dengan data kualitatif, di mana peneliti berusaha mengungkapkan suatu fakta tertentu dan memberikan gambaran secara objektif tentang keadaan dan permasalahan yang di hadapi.

Pendekatan kualitatif digunakan peneliti untuk mengetahui lebih dalam bagaimana perilaku konsumtif pengguna aplikasi tiktok (studi kasus mahasiswa universitas muhammadiyah makassar). Peneliti berharap dengan menggunakan pendekatan kualitatif, peneliti mampu menggambarkan kondisi yang secara jelas dan mendapatkan hasil yang akurat.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Kegiatan ini dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Makassar Kecamatan Rappocini, Kota makassar. Lokasi penelitian ini dipilih karena peneliti melihat para mahasiswa di kampus tersebut mulai terkontruksi dengan adanya media aplikasi tiktok sehingga banyak mahasiswa yang menyalahgunakan aplikasi tersebut yang mengakibatkan perilaku konsumtif. Terkait dengan waktu penelitiannya itu di mulai pada bulan agustus sampai pada bulan November.

No	Nama Kegiatan	Bulan I				Bulan II				Bulan III			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1.	Pengusulan Judul	■											
2.	Penyusunan Proposal		■	■									
3.	Konsultasi Pembimbing				■	■							
4.	Seminar Proposal							■					
5.	Pengurusan Izin Penelitian								■				
6.	Observasi Awal									■			
7.	Menyusun Angket Wawancara										■	■	
8.	Wawancara Dengan Informan											■	■
9.	Pengumpulan Dokumen											■	
10.	Analisis Data											■	■
11.	Penyusunan Hasil Penelitian											■	■

C. Fokus Penelitian

Focus peneliti dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif pengguna aplikasi tiktok. Dimana ada beberapa hal yang membuat peneliti sehingga tertarik untuk mengkaji permasalahan tersebut, diantaranya adalah

perilaku konsumtif pengguna aplikasi tiktok dan mengkaji aplikasi TikTok terhadap perilaku konsumtif dan mengetahui seberapa besar pengaruh tersebut di Universitas Muhammadiyah Makassar.

D. Informan Penelitian

Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang memiliki informasi mengenai objek penelitian. Informan merupakan orang yang benar-benar mengetahui permasalahan yang akan diteliti. Informan penelitian ini meliputi tiga macam yaitu : (1) Informan kunci, yaitu mereka yang mengetahui dan memiliki informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. (2) Informan ahli, yaitu mereka yang terlibat secara langsung dalam interaksi sosial yang diteliti dan (3) Informan tambahan, yaitu mereka yang dapat memberikan informasi walaupun tidak langsung terlibat dalam interaksi sosial yang sedang diteliti.

Berdasarkan yang telah disebutkan diatas maka peneliti akan menggunakan teknik purposive sampling dalam menentukan informannya. Purposive sampling merupakan penentuan informan tidak didasarkan atas strata, kedudukan, pedoman, atau wilayah. Tetapi didasar pada adanya tujuan dan pertimbangan tertentu yang tetap berhubungan dengan permasalahan penelitian. Yang menjadi informan penelitian adalah:

1. Informan kunci, yaitu mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar yang menggunakan Aplikasi Tiktok.
2. Informan ahli, yakni orang tua mahasiswa yang menggunakan Aplikasi Tiktok.

3. Informan tambahan, yaitu orang-orang yang terlibat secara langsung dalam interaksi social dari informan kunci yang ingin di teliti.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Alasan peneliti mengambil jenis penelitian ini karna peneliti berusaha memecahkan masalah dengan menggambarkan problematika yang sedang terjadi.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang bersumber dari hasil observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh peneliti berasal dari hasil observasi langsung yang dilakukan peneliti dilapangan tepatnya di Universitas Muhammadiyah Makassar kecamatan rappocini kota Makassar.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berasal dari sumber kedua yang dapat diperoleh dari dokumen berupa buku, jurnal, blog, web dan arsip yang terkait dengan tujuan penelitian. Data ini mendukung pembahasan dari peneliti.

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrument atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Instrument penelitian yang digunakan

oleh peneliti adalah instrument pokok dan instrument penunjang. Instrument pokok adalah manusia itu sendiri dalam hal ini peneliti itu sendiri, dan instrument penunjang sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi yang dilakukan guna mengamati perilaku mahasiswa yang dilakukan sehari-hari, baik itu ketika sedang melakukan aktivitasnya.

2. Wawancara

Pada pedoman wawancara ini untuk mendapatkan data dari penelitian yang dilakukan peneliti melakukan wawancara dengan mahasiswa, orangtua mahasiswa dan orang terdekat dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan peneliti guna memperoleh data yang lebih rinci.

3. Bahan dokumentasi atau alat, seperti alat catatan (buku pulpen), camera, dan alat perekam.

G. Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data, dimana satu sama lain mempunyai fungsi yang berbeda dan hendaknya dapat digunakan secara tepat sesuai dengan tujuan penelitian dan jenis data yang akan digali.

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

1. Observasi

Metode observasi adalah suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati objek penelitian secara langsung. Hal

itu bertujuan untuk memperoleh hasil yang akurat karena peneliti dapat menyaksikan, memahami, serta memperhatikan objek dari dekat. Menurut Marie Johada, observasi digolongkan menjadi tiga macam, yaitu :

a) Observasi Partisipasi

Observasi partisipasi ialah observasi yang dilakukan dengan cara pengamat atau orang yang melakukan observasi ikut terlibat secara langsung dalam kehidupan objek. Jenis observasi satu ini biasa digunakan dalam penelitian yang bersifat eksploratif. Selain sebagai pengamat, peneliti juga dituntut untuk mendengarkan sekaligus berpartisipasi dalam segala aktivitas mereka.

b) Observasi Sistematis

Observasi sistematis atau observasi berkerangka merupakan observasi yang dilakukan dengan cara menyiapkan kerangka terlebih dahulu. Itu artinya, sebelum mengadakan observasi, pengamat membuat kerangka faktor apa saja yang akan diobservasi sekaligus ciri-ciri dari objek yang akan diamati.

c). Observasi Eksperimental

Observasi eksperimental merupakan salah satu jenis observasi yang diadakan dengan cara uji coba. Artinya situasi sengaja dibuat menyerupai kondisi sehingga observasi tidak diketahui maksudnya.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang menghendaki komunikasi langsung antara peneliti dan subjek yang diteliti atau responden. Wawancara terbagi menjadi dua yaitu :

- a) Wawancara Terstruktur, dalam wawancara terstruktur, peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi apa yang hendak digali dari narasumber. Pada kondisi ini, peneliti biasanya sudah membuat daftar pertanyaan secara sistematis.
- b) Wawancara Tidak Terstruktur, jenis wawancara ini adalah wawancara bebas peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang berisi pertanyaan yang spesifik, namun hanya memuat poin-poin penting dari masalah yang ingin digali oleh responden. Dan juga peneliti banyak menggunakan wawancara tidak terstruktur, karena hal ini memberikan kebebasan subjek peneliti dalam memberikan informasi.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan peneliti untuk memperoleh data dengan cara menggali kumpulan data verbal baik yang berbentuk tulisan atau tidak. Dengan cara mengumpulkan dokumen seperti blog, jurnal refleksi, dan media sosial yang bersangkutan dengan apa yang diteliti. Dokumentasi ini dapat membantu memahami perubahan dari waktu ke waktu serta memperoleh data yang lebih autentik.

H. Teknik Analisis Data

Yang dimaksud dengan teknik analisis data adalah proses mencari data, serta menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun kedalam pola serta memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis induktif. Analisis data induktif adalah penarikan kesimpulan yang berangkat dari fakta-fakta khusus, untuk kemudian ditarik kesimpulan secara umum. Adapun langkah-langkah untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data : yaitu proses pemilahan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data-data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan.
2. Penyajian Data : yaitu data ini tersusun sedemikian rupa sehingga memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan data dan pengambilan tindakan.
3. Penarikan Kesimpulan : dalam penelitian ini akan diungkap makna dari data yang dikumpulkan. Dari data tersebut akan diperoleh kesimpulan yang tertatif,

kabur, kaku dan meragukan sehingga kesimpulan tersebut perlu diverifikasi.

Verifikasi dilakukan dengan melihat kembali reduksi data maupun display data sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang.

I. Teknik Keabsahan Data

Terdapat beberapa teknik keabsahan data yang dapat digunakan untuk memastikan kevalidan hasil penelitian. Berikut beberapa teknik yang umumnya digunakan :

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber melibatkan penggunaan beberapa sumber data yang berbeda untuk memverifikasi dan memvalidasi temuan penelitian. Dalam konteks perilaku konsumtif mahasiswa, beberapa sumber data yang dapat digunakan adalah wawancara dengan mahasiswa, survei yang melibatkan responden yang berbeda, dan observasi langsung di lingkungan mahasiswa. Dengan menggunakan triangulasi sumber, kesesuaian temuan dari berbagai sumber data dapat diperiksa. Jika temuan yang sama muncul dari berbagai sumber, keabsahan data akan meningkat karena ada konsistensi dalam temuan tersebut.

b. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu melibatkan pengumpulan data pada waktu yang berbeda dalam rentang waktu tertentu. Dalam penelitian perilaku konsumtif mahasiswa, data dapat dikumpulkan pada tahap awal

menggunakan aplikasi oleh mahasiswa, selama periode penggunaan, dan pada tahap akhir. Dengan menggunakan triangulasi waktu, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih. Hal ini memungkinkan identifikasi perubahan, perkembangan, atau pola yang muncul seiring waktu.

c. Triangulasi Teori

Triangulasi teori melibatkan perbandingan temuan penelitian dengan teori-teori yang ada dalam literatur terkait. Peneliti memeriksa kesesuaian temuan dengan konsep dan kerangka teoritis yang ada serta memperkuat interpretasi temuan dengan dukungan dari teori-teori yang relevan. Dengan menggunakan triangulasi teori, peneliti dapat memastikan bahwa temuan penelitian konsisten dengan pengetahuan yang ada dan memperkuat dasar teoritis penelitian.

d. Triangulasi Pakar

Triangulasi pakar melibatkan konsultasi dengan para pakar dari penelitian yang dilakukan. Para pakar ini memiliki pengetahuan dan keahlian khusus dalam topik tersebut, dan dapat memberikan pandangan dan masukan berharga terkait dengan interpretasi data dan kesesuaian temuan penelitian.

J. Etika Penelitian

Dalam melakukan penelitian ada beberapa etika penelitian yang digunakan peneliti untuk memenuhi standar tata perilaku selama melakukan penelitian untuk mendapatkan atau mengumpulkan data, menyusun laporan penelitian hingga mempublikasikan hasil penelitian.

Berikut beberapa poin etika penelitian yang perlu diperhatikan:

a. Persetujuan dan *informed consent*

Dalam melakukan penelitian pastikan bahwa partisipan penelitian memberikan persetujuan secara sukarela yang memahami tujuan, prosedur, dan resiko yang terkait dengan penelitian. Peneliti harus menjelaskan dengan jelas kepada partisipan mengenai hak-hak mereka, termasuk hak untuk menarik diri dari penelitian kapan pun mereka mau.

b. Kerahasiaan dan Anonimitas

Menjaga kerahasiaan identitas dan informan pribadi partisipan dalam penelitian. Hindari penggunaan nama asli atau informasi identifikasi pribadi tanpa izin tertulis. Memastikan bahwa data yang dikumpulkan hanya digunakan untuk tujuan penelitian dan dilindungi dengan baik.

c. Perlindungan partisipan

Partisipan penelitian tidak mengalami kerugian fisik, emosional, atau sosial sebagai akibat dari partisipasi mereka dalam penelitian.

d. Keabsahaan ilmiah

Dalam melakukan penelitian tentunya dengan itikad yang baik dan integritas ilmiah. Dengan menghindari penipuan, memanipulasi data atau plagiasi. Metode penelitian yang digunakan relevan dan memiliki dasar ilmiah yang kuat.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya Universitas Muhammadiyah Makassar

Universitas Muhammadiyah Makassar didirikan pada tanggal 19 Juni 1963 sebagai cabang dari Universitas Muhammadiyah Jakarta. Pendirian universitas ini merupakan hasil Muktamar Muhammadiyah ke-21 Sulawesi Selatan dan Tenggara di Kabupaten Bantaeng.

Pendirian ini didukung oleh Persyarikatan Muhammadiyah sebagai organisasi yang berkomitmen pada pendidikan dan pengajaran dakwah amar ma'ruf nahi munkar, melalui surat nomor: E-6/098/1963 tanggal 22 Jumadil Akhir 1394 H/12 Juli 1963 M. Setelah itu Akta Pendirian Perusahaan dibuat oleh Notaris R. Sinojo Wongsowidjojo berdasarkan Akta No. 71 tanggal 19 Juni 1963. Universitas Muhammadiyah Makassar telah dinyatakan sebagai perguruan tinggi swasta terdaftar sejak 1 Oktober 1965.

Universitas Muhammadiyah Makassar (Unismuh Makassar) dengan nama Perguruan Tinggi Muhammadiyah (PTM) memiliki misi dan peran yang sangat penting bagi agama, bangsa, dan negara baik di masa kini maupun di masa mendatang. Selain karena posisinya sebagai salah satu PTM/PTS yang cukup menonjol di kawasan timur Indonesia, juga terkait dengan budaya pendidikan yang diwarisi dari upaya amal usaha Muhammadiyah. Nama Muhammadiyah yang terintegrasi dengan nama Makassar memberi harapan bahwa budaya, ilmu pengetahuan dan agama akan terintegrasi.

Pada saat didirikan, Universitas Muhammadiyah Makassar memiliki dua fakultas, yaitu Fakultas Keguruan dan Seni dengan jurusan Bahasa Indonesia dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dengan jurusan Pendidikan Umum (PU) dan Pendidikan Sosial (PS) yang diketuai oleh rekr Dr. H. Sudan. Pada tahun yang sama (1963), Universitas Muhammadiyah Makassar berdiri secara mandiri dan diketuai oleh Drs. H. Abdul Watif Masri.

Perkembangan selanjutnya Universitas Muhammadiyah Makassar pada tahun 1965 membuka fakultas baru yaitu : Fakultas Ilmu Agama dan Dakwah (FIAD), Fakultas Ekonomi (Fekon), Fakultas Sosial Politik, Fakultas Kesejahteraan Sosial dan Akademi Pertanian. Selain itu pada tahun 1987 dibuka Fakultas Teknik, tahun 1994 dibuka Fakultas Pertanian, tahun 2002 dibuka Fakultas Pascasarjana dan tahun 2008 dibuka Fakultas Kedokteran, dan sampai saat ini Universitas Muhammadiyah Makassar memiliki 9 fakultas. Fakultas yang disediakan oleh pihak Universitas Muhammadiyah Makassar (UNISMUH) ini adalah:

1. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
4. Fakultas Teknik
5. Fakultas Pertanian
6. Fakultas Kedokteran
7. Fakultas Agama Islam
8. Fakultas Hukum

9. Program Pascasarjana

Universitas Muhammadiyah Makassar pada tahun 2003 menjadi saksi sejarah perkembangan transisi, berupa perubahan pelatihan kepemimpinan dengan partisipasi generasi muda dan tua. Pimpinan dan seluruh civitas akademika Universitas Muhammadiyah Makassar bertekad untuk mempertahankan prestasi para pendahulu dan mengembangkannya untuk hasil yang lebih baik, serta berkomitmen untuk: (1) menjaga kepercayaan masyarakat, (2) mencapai keunggulan dalam persaingan yang semakin ketat, dan (3) mencapai kemandirian dalam pengelolaan dan pengembangan diri. Ketiga komitmen tersebut diharapkan mampu menjadikan Universitas Muhammadiyah Makassar sebagai universitas Islam terkemuka.

B. Keadaan Geografis

Universitas Muhammadiyah Makassar atau yang biasa dikenal dengan Unismuh Makassar merupakan salah satu Perguruan Tinggi Muhammadiyah yang merupakan amal usaha Muhammadiyah dalam pembangunan pendidikan, khususnya pada jenjang pendidikan tinggi. Unismuh Makassar kini telah menjadi salah satu tempat usaha yang paling diminati masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya peminat yang telah mendaftar untuk belajar di Unismuh Makassar, baik yang berasal dari Sulawesi Selatan maupun daerah lain, khususnya dari timur Indonesia. Unismuh Makassar juga terkenal memiliki mahasiswa terbanyak di Sulawesi Selatan.

Unismuh Makassar adalah sebuah perguruan tinggi swasta yang didirikan pada tanggal 19 Juni 1963. Unismuh Makassar memiliki 3 kampus. Kampus I beralamat di Jl. Sultan alauddin No 259 Makassar 90221.

Fax (0411) 860. Kampus II Jl. Letnan Jenderal A. Mapaodang II no 17 Makassar 90221. Telp. 0411-851914 dan Fax 0411-865588. Kampus III di Jl. Ranggong Dg. Romo no. 21 Makassar 90112. Telp (0411) 318791. Namun kini telah menyatu menjadi satu kesatuan di Jln Sultan Alauddin. Terletak strategis di bagian selatan kota Makassar menyebabkan Unismuh Makassar mudah dijangkau dari berbagai arah dan sarana transportasi. Ketersediaan fasilitas dan Infrastruktur yang memadai untuk mendukung keberhasilan semua proses belajar, dan berusaha sungguh-sungguh untuk mencapai visi dan misinya, serta ada keinginan bulat untuk mengembangkan Unismuh Makassar ke depan seperti kampus bernuansa islami. (Tobar, 2016) Untuk lebih tepatnya kita lihat peta di bawah ini.

Gambar 4.1 Denah Kampus Unismuh Makassar



Sumber: pengambilan gambar oleh peneliti melalui aplikasi maps

C. Pernyataan Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi perguruan tinggi islam terkemuka, unggul, terpercaya, dan mandiri pada tahun 2024.

b. Misi

1. Menyelenggarakan proses pendidikan untuk meningkatkan keimanan dan ketaqwaan.
2. Menyelenggarakan dan mengembangkan proses pembelajaran yang kreatif, inovatif, efektif, dan menyenangkan.
3. Menumbuhkembangkan dan menyebarluaskan penelitian yang inovatif, unggul dan berdaya saing.
4. Menumbuhkembangkan kewirausahaan berbasis kemitraan dan ukhuwah.
5. Meningkatkan kualitas hidup dan kehidupan civitas akademika, alumni, dan masyarakat.

c. Tujuan

1. Menghasilkan lulusan yang berakhlak mulia, cakap, profesional, bertanggung jawab dan mandiri.
2. Meningkatnya mutu proses dan hasil pembelajaran yang bermuara pada kualitas lulusan.
3. Meningkatnya kuantitas dan kualitas hasil penelitian.
4. Terwujudnya unit-unit usaha yang berbasis ekonomi syariah.

5. Meningkatnya kuantitas dan kualitas pengabdian dan pelayanan pada masyarakat untuk mencapai kesejahteraan.

d. Strategi dan Nilai Dasar

Dalam kiprahnya sebagai perguruan tinggi, strategi dasar dalam mencapai visi dan misi adalah menciptakan suasana kondusif dalam melaksanakan aktivitas pengabdian di Universitas Muhammadiyah Makassar sebagai upaya memberikan pelayanan terbaik untuk meningkatkan kualitas pancadharmia perguruan tinggi dengan prinsip-prinsip:

- 1) Keikhlasan
- 2) Ukhuwah
- 3) Amanah
- 4) Orientasi Tujuan
- 5) Efektif dan Efisien
- 6) Keterbukaan, dan
- 7) Konsisten

D. Keadaan Pendidikan

Tata kelola, pengembangan, pembelajaran, dan suasana kampus Islam yang lebih baik tercermin dalam setiap gerak dan dinamika yang sejalan dengan misi persyarikatan Muhammadiyah. Prinsip manajemen modern menuju peningkatan proses, mutu atau kualitas lulusan dan menarik alumni ke berbagai pekerjaan merupakan upaya jangka panjang Universitas Muhammadiyah

Makassar (Unismuh). Orientasi Mutu Layanan dan Manajemen Mutu merupakan upaya berkesinambungan untuk menghasilkan lulusan berkualitas yang tidak hanya berkompeten secara akademik tetapi juga mampu mengemban tugas dakwah dalam kerangka amanah jabatan induk persyarikatan Muhammadiyah.

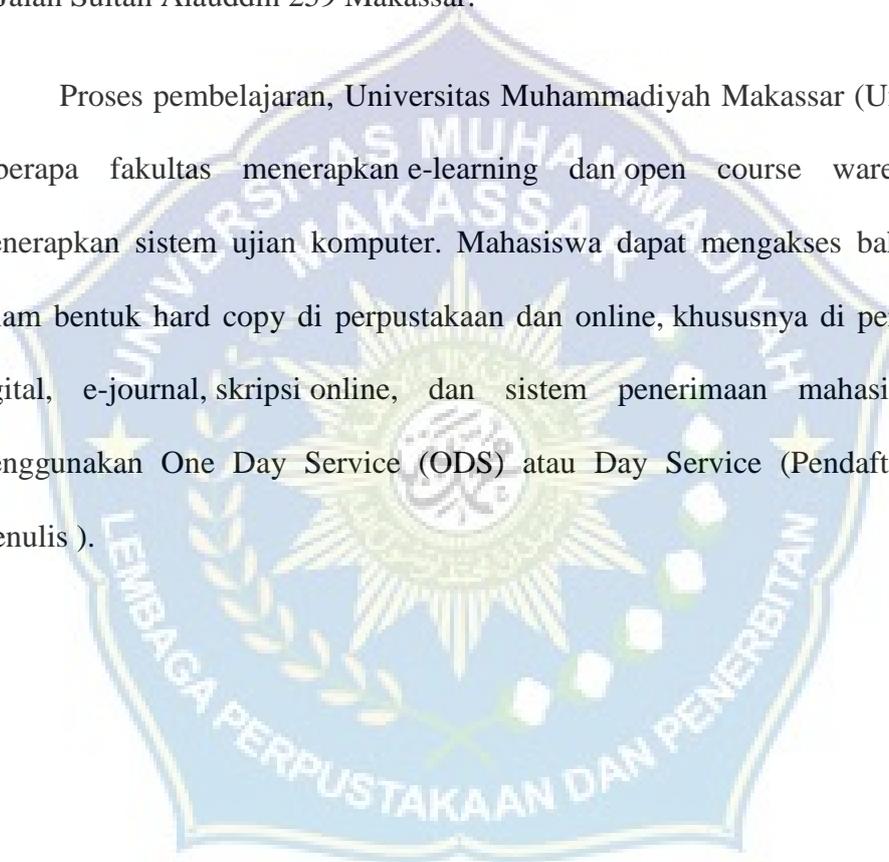
Mewujudkan visinya menjadi universitas Islam terkemuka, unggul, amanah dan mandiri, Unismuh Makassar terus berupaya untuk menghasilkan lulusan yang berakhlak mulia, kompeten, profesional, berkualitas, bertanggung jawab dan mandiri. Menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan unggul dan berkualitas dengan meningkatkan hard skill dan soft skill mahasiswa berupa penguasaan iptek dan keterampilan serta meningkatkan kualitas manusia dengan cara melalui pendidikan Al-Islam dan Muhammadiyah serta penerapan peraturan yang sesuai dengan standar nasional pendidikan tinggi merupakan upaya yang harus dilakukan di semua program studi.

Pelaksanaan kegiatan pendidikan dan pengabdian selalu mengambil Islam sebagai jiwanya. Upaya yang sungguh-sungguh untuk mendidik putra-putri bangsa agar menjadi manusia yang tidak hanya unggul dalam ilmu pengetahuan tetapi unggul dalam Islam. Universitas Muhammadiyah Makassar berkeyakinan bahwa umat Islam harus memiliki ilmu keislaman dan keilmuan yang luas. Seberapa berbahaya tindakan tanpa pemikiran serius terlebih dahulu? QS. Az-Zoumar (39): 9 menjelaskan hal ini, yang berarti:

katakanlah: "Beberapa orang tahu dan beberapa orang tidak? Memang hanya mereka yang sadar yang bisa menerima pelajaran".

Meningkatkan mutu dan kualitas pendidikannya, Universitas Muhammadiyah Makassar (Unismuh) saat ini memiliki 8 fakultas dengan 1 program pascasarjana dan 1 program doktor. Di antara ketiga program tersebut, terdapat 1 prodi, 32 prodi strata 1, 6 prodi pascasarjana, 1 program doktor, dan 2 program profesi. Kegiatan perkuliahan dipusatkan di kampus pusat yang terletak di Jalan Sultan Alauddin 259 Makassar.

Proses pembelajaran, Universitas Muhammadiyah Makassar (Unismuh) di beberapa fakultas menerapkan e-learning dan open course ware, bahkan menerapkan sistem ujian komputer. Mahasiswa dapat mengakses bahan kajian dalam bentuk hard copy di perpustakaan dan online, khususnya di perpustakaan digital, e-journal, skripsi online, dan sistem penerimaan mahasiswa baru menggunakan One Day Service (ODS) atau Day Service (Pendaftaran-Opsi-Menulis).



BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Bagaimana Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyikapi Perilaku Konsumtif.

Perilaku konsumtif mengacu pada kecenderungan untuk mengeluarkan uang terlalu banyak untuk barang atau jasa yang mungkin tidak diperlukan, seringkali tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjangnya. Mahasiswa, sebagai anggota kelompok yang rentan terhadap tekanan budaya dan ekonomi, harus mengembangkan pemahaman yang mendalam tentang pengelolaan uang dan pentingnya membelanjakan uang, serta pengeluaran yang wajar. Hal demikian dapat diperkuat oleh hasil wawancara yang telah dilakukan bersama dengan saudara M selaku mahasiswa fakultas keguruan dan ilmu pendidikan mengungkapkan bahwa:

saya sangat sering menggunakan aplikasi tiktok dalam sehari, biasanya saya gunakan hanya untuk menonton dan belanja saja, terkadang juga saya sangat sulit terlepas dari aplikasi tiktok karena saya sudah terlalu nyaman melihat konten-konten yang ada di tiktok yang membuat saya itu lebih pentingkan gengsi daripada fungsi, sehingga membuat saya lebih sering belanja di tiktok

Berdasarkan hasil wawancara di atas saat ini aktivitas mahasiswa lebih banyak dilakukan secara online sehingga lebih banyak bafokus pada handphone yang digunakan untuk membuka aplikasi tiktok khususnya fitur tiktokshop. Berdasarkan uraian yang disampaikan mahasiswa M

bahwa ia sangat sering menggunakan aplikasi tiktok dalam sehari karena adanya: a). efek kecanduan dalam penggunaan aplikasi tiktok yang membuat mahasiswa M ini tidak berhenti untuk menonton, terkadang hasil dari menonton tersebut ia sering berbelanja yang mengakibatkan adanya perilaku konsumtif pada mahasiswa yang mengakibatkan adanya perubahan pola konsumsi penggunaan aplikasi tiktok, di mana pengguna cenderung lebih tertarik pada produk yang banyak muncul di platform tersebut, b). adanya ketidaknyamanan ketika tidak menggunakan aplikasi tiktok karena hasil dari efek kecanduan tersebut, alhasil mahasiswa lebih sering menggunakan aplikasi tiktok dalam sehari yang berdampak jangka panjang ketika menggunakan tiktok secara rutin dan perilaku konsumtif yang mungkin diakibatkan dapat memiliki dampak terhadap keuangan dan kesejahteraan mahasiswa, tak hanya itu mahasiswa juga, c). lebih mementingkan gengsi daripada fungsi, dimana karena hasil dari racun tiktok berdampak pada pengaruh belanja mahasiswa yang dapat terpengaruh oleh video yang mempromosikan produk atau merchandise tertentu. Sejalan dengan hal tersebut L yang merupakan orang tua mahasiswa M mengungkapkan bahwa:

memang betul biasanya saya melihat anak saya setiap hari main hp, biasanya juga dia sering lihat-lihat barang-barang online yang katanya banyak promo yang menarik makanya dia sering belanja online, bahkan hampir setiap hari kurir datang ke rumah mengantar paket-paket yang dia pesan

Berdasarkan hasil wawancara di atas yang merupakan orang tua mahasiswa M mengatakan bahwasanya mahasiswa M memang benar lebih

sering menghabiskan waktunya bermain hp dengan begitu mengakibatkan adanya: a). sifat membuang-buang waktu akibat terkontruksi dengan namanya gadget, dimana hampir setiap hari melakukan aktivitas yang kurang efisien dikarenakan sering menonton aplikasi tiktok. Dari aplikasi tiktok mahasiswa M mulai kecanduan dengan adanya barang-barang online yang memudahkan bagi siapa saja dalam berbelanja online. Adanya orang tua yang melihat anaknya setiap hari membeli barang secara konsumtif di mana mengatakan selama dia menggunakan tiktok dia mulai terkntruksi dengan adanya aplikasi tiktok terkhususnya fitur tiktokshop yang mengakibatkan pengguna aplikasi tiktok dapat terpengaruh oleh video yang mempromosikan produk tertentu, sehingga bisa menyebabkan dorongan untuk membeli barang tersebut. Tak hanya itu mahasiswa M juga mulai tergiur yang namanya b). promo, sehingga mulai terkontruksi untuk focus pada penampilan di mana konten di tiktok menyoroti aspek fisik dan penampilan yang seringkali dapat meningkatkan perasaan tidak puas dengan diri sendiri, tak hanya itu berdasarkan uraian di atas c). hampir setiap hari kurir datang mengantarkan paket yang dipesan yang mengakibatkan minimnya pengelolaan keuangan.

Sejalan dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti memang benar barang-barang online yang dipesan dalam aplikasi tiktok ini hampir setiap hari kurir datang ke rumah untuk mengantarkan paket tersebut.



Gambar 5.1 paket hasil belanja di tiktok

Gambar di atas mengenai paket mahasiswa yang sering belanja di tiktok. Di mana gambar tersebut merupakan hasil paket mahasiswa yang selama ini belanja di tiktok. Adanya orang tua yang hampir setiap hari membeli barang secara online karena selama ini hampir tiap hari kurir datang ke rumah mengantarkan paket yang dipesan.

Hasil wawancara dari mahasiswa S (22) selaku teman dekat memiliki pandangan yang mengungkapkan bahwa:

selama ini saya melihat teman saya menghambur-hamburkan uang karena apa yang dia beli tidak selamanya dia butuhkan. Padahal kita sebagai mahasiswa itu seharusnya pintar-pintar dalam mengelolah uang contohnya seperti menabung agar apa yang tidak dibutuhkan tidak mesti harus dibeli.

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas mengatakan a). selama menggunakan tiktok dia merasa buang-buang waktu dan menghambur-hamburkan uang dikarenakan dapat merubah minset kita untuk terus menerus berbelanja di fitur tiktokshop. Banyak dari mahasiswa yang mulai

mengedepankan keinginan daripada kebutuhan yang berimbas pada pola keuangan. b). Mahasiswa pada dasarnya adalah elemen terpenting dalam ranah apapun dan memiliki peran yang signifikan dalam pembangunan bangsa dan Negara. Oleh karena itu, pentingnya mempelajari konsep dasar mengenai anggaran, investasi, menabung, dan meminimalisir keuangan untuk keperluan tertentu. Tak hanya itu Sebagian mahasiswa juga ada yang menggunakan fitur tiktokshop sebagai bahan referensi untuk mencari sumber tren mode untuk mengembangkan model fashion yang ada. Tetapi ada juga yang terkadang ingin mencari tahu lebih dalam terkait produk yang ditayangkan sehingga timbullah perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Berdasarkan hasil wawancara di atas sejalan dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti melihat adanya barang-barang online yang dipesan dalam aplikasi tiktok ini hampir setiap hari kurir datang ke rumah mahasiswa M untuk mengantarkan paket tersebut.

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa semenjak fitur tiktokshop hadir di tengah masyarakat terutama pada kalangan mahasiswa membuat adanya efek kecanduan untuk terus-menerus berbelanja walaupun apa yang dibeli tidak sesuai dengan kebutuhan yang menyebabkan beberapa pengguna tiktokshop menjadi lebih berperilaku konsumtif dalam berbelanja di fitur tiktokshop. Terdapat beberapa poin dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti ialah mahasiswa bisa begitu asyik menonton video streaming TikTok sehingga mereka tidak menyadari bahwa mereka membuang-buang waktu, beberapa dari

mahasiswa juga mengeluarkan uang untuk produk atau layanan yang direkomendasikan oleh pembuat konten TikTok sehingga mengakibatkan perilaku konsumtif pada mahasiswa, pengguna TikTok, khususnya mahasiswa, seringkali terpengaruh oleh tren gaya hidup dalam video yang ditampilkan. Mereka mungkin mencoba meniru gaya hidup ini, meskipun terbilang mahal atau tidak sesuai dengan situasi keuangan mereka, dan menonton banyak video TikTok yang menggambarkan gaya hidup yang terkesan sempurna dan bahagia bisa membuat mahasiswa merasa tidak puas dengan kehidupannya sendiri yang dapat menyebabkan stres dan kecemasan.

2. Bentuk-bentuk Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Tiktok pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar

Perilaku konsumtif mahasiswa mengacu pada kecenderungan membelanjakan uang lebih banyak dari yang diperlukan atau dengan cara yang tidak efisien. Hal ini dapat menjadi masalah karena dapat menimbulkan utang, kesulitan keuangan, dan ketidakstabilan finansial di masa depan. Berikut beberapa bentuk perilaku konsumtif yang umum di kalangan mahasiswa:

a. Shopaholic

Shopaholic adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan seseorang yang memiliki kecenderungan atau kecanduan belanja berlebihan dan tidak terkendali, bahkan hingga berujung pada masalah

finansial, emosional, atau sosial. Kecanduan belanja dapat terjadi di berbagai lapisan masyarakat, termasuk mahasiswa.

Banyak kalangan yang menggunakan tiktok di era saat ini tak terkecuali mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar yang memberikan pengaruh besar sehingga waktunya ia habiskan hanya untuk membeli barang yang tidak diperlukan. Seperti hasil wawancara mahasiswa jurusan Bahasa Inggris AS (22) menyatakan bahwa:

saya biasanya menonton tiktok itu 6-7 jam sehari, biasanya saya menghabiskan waktu menonton tiktok hanya untuk melihat-lihat barang-barang yang bagus, dan jika ada barang yang saya suka biasanya langsung saya beli.

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengatakan bahwa mahasiswa M terkadang a). menghabiskan waktunya menonton tiktok (+-) 6-7 jam perhari sehingga dengan begitu ia seringkali melihat produk terbaru dengan kualitas yang bagus. b). Selama menggunakan aplikasi tiktok dia merasa terhibur sehingga dia tertarik untuk membeli produk di aplikasi tersebut. Tren dan gaya hidup yang muncul di tiktok dapat menciptakan tekanan sosial bagi para pengguna untuk terus mengikuti tren tertentu atau memiliki barang-barang yang populer di platform tersebut. di mana barang yang dia beli tidak selamanya dia butuhkan hanya karena ingin memenuhi keinginannya. Sejalan dengan hasil wawancara oleh ibu NS selaku orang tua mahasiswa AS yang menyatakan bahwa:

pembelanjaan online anak saya sangat berpengaruh pada keuangan kami, terutama jika dia terlalu banyak membeli barang-barang online. Terkadang juga dia berbohong dengan alasan biaya kuliah padahal sering ada kurir yang datang di rumah, jadi saya selalu membayar paketnya.

Berdasarkan hasil wawancara di atas a). pengaruh belanja yang ditimbulkan dari mahasiswa mengkhawatirkan orang tua mahasiswa dapat terpengaruh oleh video di tiktok yang mempromosikan produk atau layanan tertentu, menyebabkan dorongan untuk membeli barang tersebut, sehingga berdampak pada pengaruh perilaku konsumtif dari tiktok, terutama jika mereka terlalu banyak membeli barang atau produk yang dipromosikan di platform tersebut. b). tak hanya itu mahasiswa juga kerap seringkali berbohong demi memenuhi keinginannya untuk berbelanja. Mahasiswa yang tidak bisa mengendalikan diri bisa saja berbelanja secara impulsif dan dapat menguras keuangannya. c). terkadang orang tua mahasiswa juga kerap seringkali membayar paket yang di beli oleh anaknya dari hasil belanja online yang berimbas pada dampak keuangan di mana pengaruh perilaku konsumtif dari tiktok, terutama jika dia terlalu banyak membeli barang atau produk yang dipromosikan oleh platform tersebut. Sedangkan dari hasil wawancara dari teman dekat mahasiswa MA (22) mengatakan bahwa:

yah, dalam berbelanja di tiktok dia sangat memperhatikan penampilan, karena yang saya lihat selama ini dia lebih focus pada penampilannya. Selama ini juga yang saya lihat dia menonton aplikasi tiktok karena mau melihat fashion-fashion yang lagi viral untuk dia jadikan contoh dalam memperbaiki penampilannya.

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengatakan bahwa a). kerap seringkali mahasiswa dalam berbelanja online (tiktokshop) yang di lihat adalah penampilan/fashion sesuai dengan fashion apa yang ditampilkan di

Pada gambar 5.2 ini menampakkan di mana mahasiswa tersebut menampilkan berbagai foto agar terlihat menarik bagi pengguna sosial media yang lain. Kaitannya dengan gaya hidup shopaholic di mana mahasiswa tersebut mengupload fotonya untuk mencari perhatian banyak orang dan memberikan banyak komentar dari postingan tersebut sehingga meningkatkan rasa percaya dirinya.

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa faktor penyebabnya adalah karena rasa keinginan yang berlebihan dari pihak mahasiswa sehingga berpengaruh pada dampak keuangan yang di mana orang tua mungkin merasa tertarik untuk memenuhi keinginan anak mereka yang terpengaruh oleh konten di tiktok, bahkan dari hasil belanja itulah mengakibatkan sifat boros baik untuk diri sendiri maupun anak mereka. Dampak dari konten yang ada di TikTok membuat narasumber yang diwawancarai sulit mengontrol diri, sehingga seringkali mereka menjadi gelap mata dan merusak gaya hidup mereka karena video-video racun TikTok yang menarik. Konten iklan yang ditampilkan di TikTok yang ada dibuat sangat menarik dan trending sehingga mempengaruhi minat pengguna TikTok untuk membeli produk tersebut. hal inilah yang membuat minat beli mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar terbilang tinggi karena dapat mengkontruksi perilaku konsumtif pada mahasiswa.

b. Hedonisme

Hedonisme merupakan pandangan atau filosofi hidup yang menekankan pada pencarian kebahagiaan dan kesenangan sebagai tujuan

utama hidup. Penganut hedonis percaya bahwa kebahagiaan, kegembiraan, dan kenikmatan adalah hal paling berharga yang harus dicari dalam hidup. Konsep ini telah ada sejak zaman kuno dan telah diperdebatkan serta ditafsirkan dengan berbagai cara oleh para filsuf dan pemikir.

Banyaknya mahasiswa yang menggunakan aplikasi tiktok terkhususnya tiktokshop merupakan mangsa pasar yang sangat menjanjika bagi pelaku bisnis. Munculnya aplikasi tiktokshop mengakibatkan perubahan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Banyak dari mahasiswa tidak mampu menahan keinginannya untuk berbelanja sehingga menghabiskan begitu banyak waktu dan uang yang mengarah ke perilaku hedonism di mana adanya ajaran atau pandangan bahwa kenikmatan merupakan tujuan hidup dan tindakan manusia. Hal ini dibenarkan oleh mahasiswa jurusan sosiologi SN (23) menyatakan bahwa:

terkadang juga saya sangat sulit untuk tidak menonton aplikasi tiktok karena selama ini saya sudah terlalu nyaman dengan konten-konten yang ada di tiktok. Apalagi ketika ada barang yang dipromosikan oleh toko online yang membuat saya tergoda untuk membeli barang-barang yang ditawarkan, apalagi ketika ada promo yang menarik.

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengatakan bahwa a). Tren TikTok sangat sulit dikendalikan bagi pengguna apabila dengan menanggapi iklan di video, yang tentunya dapat menimbulkan sifat impulsif dan memakan waktu, tentunya dapat merugikan bagi para mahasiswa. b). Apabila terlalu nyaman melihat konten-konten yang dipromosikan sehingga menimbulkan rasa ingin membeli apalagi ketika ada promo yang menarik. Meskipun konsep hedonisme dapat memberikan

pandangan positif terhadap kehidupan dan mendorong pencarian kesenangan yang sah, pandangan ini juga menuai kritik: Kurangnya kesadaran akan dampak jangka panjang, Konflik dengan nilai-nilai moral, Kesulitan dalam mendefinisikan kebahagiaan, dan Batasan pengembangan pribadi. Sejalan dengan pendapat dari mahasiswa jurusan teknologi pendidikan AZ (22) yang merupakan teman dekat dari mahasiswa SN mengungkapkan bahwa:

selama ini yang saya lihat dia menonton konten yang ada di tiktok karena dia belum merasa puas dengan dirinya sendiri yang membuat dia lebih fokus pada penampilannya. Sehingga sering membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dia perlukan.

Berdasarkan hasil wawancara di atas mahasiswa AZ mengatakan bahwa a). setiap menonton aplikasi tiktok hal yang mendominasi perilaku konsumtif mahasiswa karena menyoroti aspek fisik dan penampilannya yang seringkali dianggap tidak adanya perasaan puas dengan diri sendiri yang mengakibatkan terdorongnya mindset untuk mencari produk yang dapat menampilkan penampilannya. b). Mahasiswa menonton tiktok hanya untuk melihat sesuatu yang sedang viral di waktu yang kosong lama-kelamaan mereka tertarik dengan merchandise yang ditampilkan oleh pengguna tiktok lain yang ada pada aplikasi tersebut. Apalagi ketika ada promo yang menarik sehingga membuat mahasiswa tertarik untuk berbelanja sesuai dengan barang-barang yang ditawarkan. Namun ada juga beberapa pengguna tiktok yang hanya melihat-lihat saja sembari mengumpulkan uang untuk membeli barang atau produk yang diinginkan.

Sejalan dengan hasil wawancara oleh ibu M selaku orang tua mahasiswa SN yang mengatakan bahwa:

terkadang uang yang saya berikan tidak tahu dia kemanakan karena terpengaruh oleh barang online yang berhubungan dengan belanja, terkadang dia juga kesulitan dalam mengelola keuangannya dikarenakan terlalu sering membeli barang-barang online.

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwa a). akibat dari pengaruh konten tiktok mengakibatkan sifat berbohong untuk memenuhi keinginan untuk berbelanja yang terkadang juga kesulitan dalam mengelola keuangannya karena mulai terkontruksi oleh iklan-iklan yang ditawarkan. b). akibat dari sering belanja online mahasiswa SN mulai kesulitan dalam mengelola keuangannya. akibat terpengaruh oleh konten yan berhubungan dengan belanja, beberapa pengguna tiktok mungkin menghadapi kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi mereka, terutama jika mereka sering membeli produk yang banyak muncul di platform tersebut. Perilaku hedonisme dan konsumtif yang dipengaruhi jejaring sosial Tik-tok bisa merugikan. Misalnya, jika individu dengan gaya hidup hedonis berasal dari kalangan kurang mampu dan terpengaruh oleh video Tik-tok, kemungkinan besar mereka akan melakukan apa pun untuk segera mewujudkan gaya hidup hedonisnya, mulai dari hutang atau hal lain yang berdampak negatif bagi mereka di masa depan. Untuk itu, pengguna jejaring sosial TikTok perlu lebih berhati-hati dalam mengatur konsumsi dan gaya hidup mereka.

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa bentuk perilaku konsumtif yang terdapat pada aplikasi tiktok yaitu karena adanya pengaruh atau dorongan dari pengguna yang lain sehingga membuat mereka tertarik untuk mengikuti tren yang ada agar menampilkan fashion yang menarik di kehidupan sehari-hari. Awalnya mahasiswa hanya ikutan saja untuk mencoba tapi lama-kelamaan tertarik karena adanya dorongan ketidakpuasan terhadap diri sendiri sehingga membuat mahasiswa berani untuk menggunakan uang pribadinya (dalam hal ini uang kuliah dan uang jajan) tetapi malah dipergunakan untuk mengembangkan fashion yang viral.

3. Dampak perilaku konsumtif pengguna aplikasi tiktok pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar

a. Dampak positif

Ada beberapa dampak positif perilaku konsumtif pada media aplikasi tiktok diantaranya:

a) Peningkatan pengetahuan produk

Mayoritas mahasiswa yang berpartisipasi dalam penelitian ini mengatakan bahwa perilaku konsumtif membantu mereka lebih memahami berbagai produk dan merek. Mereka secara aktif mencari informasi sebelum membeli, yang meningkatkan pengetahuan mereka tentang fitur dan spesifikasi produk. Seperti yang dikatakan oleh mahasiswa jurusan Pg-Paud NA (22) bahwa:

dampaknya saya lebih mudah untuk belanja apapun itu karena sudah mengetahui kualitas produk yang saya akan beli dikarenakan selalu melihat hasil review dari produk-produk yang ditampilkan.

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengatakan bahwa a). dampak dari media social tiktok pada awalnya digunakan untuk sekedar mencari hiburan saja, namun seiring berjalannya waktu kini tiktok lebih sering digunakan sebagai media untuk berjualan. Hal ini dapat dilihat dari sudah banyaknya konten-konten video yang bersifat mempromosikan/merekomendasikan suatu produk atau bisa disebut dengan konten “racun”, sehingga masyarakat khususnya mahasiswa pun kini menggunakan tiktok selain untuk mencari hiburan namun juga untuk mencari rekomendasi suatu barang/produk yang akhirnya mereka akan terpengaruh oleh konten tersebut. Dari aplikasi tiktok juga memudahkan penggunanya untuk mengetahui kualitas produk yang bagus. b). melihat hasil review dari aplikasi tiktok membuat para penggunanya tertarik dalam melakukan transaksi jual beli karena sudah tidak ada keraguan dari produk-produk yang ditampilkan. Selanjutnya UH selaku teman terdekat dari NA (22) mengungkapkan bahwa:

ya, dengan begitu saya menilai dampak aplikasi tiktok terhadap pola belanja teman saya itu positif dikarenakan dengan tren atau gaya tersebut dapat merubah mindset fashion dia menjadi cukup baik.

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengatakan bahwa a). semenjak fitur tiktokshop ini hadir di tengah masyarakat terutama pada kalangan mahasiswa membuat adanya efek pembaharuan dari pemikiran

fashion yang kuno ke fashion yang modern tanpa mempengaruhi pola konsumsi bagi pelaku. b). Dampak positif dari aplikasi tiktok ini dapat merubah mindset fashion yang cukup menarik, alasannya karena para narasumber yang tertarik dengan TikTok mengatakan video tersebut berisi ulasan dan komentar yang dapat menjadi bahan pertimbangan saat memutuskan apakah akan membeli suatu produk atau tidak. Sejalan dengan hasil wawancara oleh orang tua B selaku orang tua AN mengatakan bahwa:

Selama ini saya melihat anak saya ketika berbelanja online dapat memperoleh informasi tentang barang yang dia beli. Tak hanya itu akibat dari keseringan berbelanja dia menjadi tahu terkait kualitas produk seiring berjalannya waktu. Mungkin awalnya dia hanya memiliki pemahaman yang terbatas, tapi lama-kelamaan dia juga mulai paham terkait produk yang ditampilkan.

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengatakan bahwa a). Adanya perilaku konsumtif mahasiswa unismuh Makassar pada penggunaan media social karena adanya pengaruh yang ditampilkan sehingga kebanyakan dari mahasiswa tertarik dan langsung membelinya. Akibat dari sering berbelanja sehingga membuat mahasiswa paham terkait produk-produk yang ditampilkan. b). Ketertarikan mahasiswa terhadap produk yang dipromosikan para influencer/content creator dipengaruhi oleh teknik editing video yang baik dan juga kreatif untuk dapat menarik perhatian, ditambah video promosi tersebut berbentuk review yang berisi informasi lengkap serta beberapa kelebihan dari produk yang sedang dipromosikan sehingga hal tersebut dapat

meyakinkan yang melihatnya terhadap produk tersebut. yang di mana selama ini mahasiswa hanya memiliki kemampuan fashion yang terbatas tapi seiring berjalannya waktu dia mulai paham terkait produk-produk yang ditampilkan.

Berdasarkan kesimpulan di atas bahwa akibat dari adanya konten “racun” ini menimbulkan ketertarikan dan rasa penasaran para penontonnya, yang kemudian berujung pada pembelian produk tersebut. Hal ini tentunya dapat berdampak pada tingkat konsumerisme pengguna tiktok dalam berbelanja online, terutama pada mahasiswa yang masih dalam tahapan umur remaja yang masih mudah tergiur dengan adanya berbagai barang yang dianggapnya menarik.

b) Meningkatkan suasana hati

Mahasiswa yang lebih banyak berperilaku konsumtif seringkali memiliki tingkat kebahagiaan yang lebih tinggi. Membeli suatu barang atau jasa dapat menimbulkan perasaan puas, yang pada akhirnya memberikan efek meningkatkan suasana hati. Seperti yang diungkapkan oleh mahasiswa jurusan PGSD SS (22) bahwa:

selama saya berbelanja di tiktok saya merasa puas sehingga membuat hati saya senang melalui barang-barang yang saya beli. Yang membuat saya terpengaruh oleh konten yang ada di tiktok.

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengatakan bahwa a). adanya konten di tiktok dapat membuat mereka membeli barang yang tadinya tidak ingin dibeli namun setelah melihat konten tersebut mereka langsung ingin membelinya. Sehingga akibat dari tindakan tersebut

dapat membuat mereka menjadi boros walaupun meningkatkan suasana hati mereka. b). mereka juga mengatakan bahwa alasan untuk membeli barang tersebut karena barang yang dibeli memiliki manfaat yang baik dan berguna sehingga menimbulkan kepuasan tersendiri yang membuat para pengguna meningkatkan suasana hatinya. Sejalan dengan itu berikut pemaparan teman dekat mahasiswa MA (22):

sangat mempengaruhi banget sih kak buat dia untuk selalu berbelanja di tiktok, karena katanya dia jadi tahu review dari orang-orang yang beda apalagi teknik marketingnya tuh kadang udah bagus banget terus juga makin kreatif juga jadi siapa sih yang tidak tertarik untuk beli.

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengatakan bahwa a). di media social tiktok karena sudah bergeser menjadi media berjualan juga, maka didalamnya pun sudah banyak produk-produk yang dipromosikan dan juga dijual. Oleh karena itu, banyak dari mahasiswa yang mulai berbelanja di tiktok karena dapat mengetahui hasil review dari pengguna lain yang dapat memudahkan bagi pengguna lainnya untuk menilai mana produk yang bagus mana yang tidak. b). di aplikasi tiktok juga memiliki teknik marketing yang cukup bagus karena menyediakan video langsung secara kreatif yang membuat para penonton mulai tertarik untuk membeli. Para mahasiswa yang tertarik untuk membeli pada saat melihat konten video pastinya memiliki alasan mengapa mereka tertarik dengan produk tersebut. Selain karena video yang dibuat semenarik mungkin namun ada pula beberap factor lain yaitu adanya kepuasan tersendiri ketika mereka membelinya, manakala

dalam lingkungan social di era sekarang orang akan terlihat apabila memiliki fashion yang menarik sehingga secara spontan akan memberikan efek pujian. Sejalan dengan hasil wawancara oleh ibu JS selaku orang tua SS mengatakan bahwa:

Selama ini saya melihat anak saya ketika belanja online itu meningkatkan suasana hatinya, karena setiap dia berbelanja online sesuai yang dia beli membuat dia senang karena barang yang di beli sesuai dengan apa yang ditampilkan. Selama ini yang saya lihat juga dia mulai mengerti terkait brand-brand yang ada walaupun masih terbilang brand lokal tapi kualitasnya bagus.

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengatakan bahwa a). dalam berbelanja online (fitur tiktokshop) dapat meningkatkan suasana hati karena barang yang dibeli sesuai dengan apa yang ditampilkan pada platform penjualan yang telah dilakukan bagi pengguna pasar. Sehingga meningkatkan rasa percaya diri terhadap penampilan yang merupakan pemicu factor terciptanya perasaan yang senang. b). fitur tiktokshop juga memiliki produk-produk yang berkualitas sehingga membuat sipenggunanya enggan untuk membeli dikarenakan dia mulai paham terkait brand-brand yang diiklankan walaupun terkadang brand yang ditampilkan masih terbilang brand local dibandingkan brand-brand diluaran sana.

Hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa suatu produk/barang yang berhubungan dengan fashion serta produk kecantikan dan juga skincare merupakan suatu kebutuhan dan juga merupakan hal yang penting bagi perempuan sehingga mereka akan

langsung merasa ‘teracuni’ pada produk yang berhubungan dengan hal tersebut yang mengakibatkan munculnya minat untuk membeli produk yang sama. Saat ini media sosial menjadi media periklanan yang paling efektif untuk menawarkan produk karena dapat dijadikan sebagai wadah interaksi dan sosialisasi, seperti menawarkan produk kepada masyarakat dengan mudah, mudah mengenali produk yang ditawarkan. Salah satu jejaring sosial yang paling sering digunakan adalah aplikasi TikTok. Kini, video tersebut tidak hanya terlihat hanya video goyang semata, tetapi juga menawarkan fitur belanja dengan mudah.

c) Harga terjangkau

Harga terjangkau adalah harga suatu produk atau jasa yang berada dalam kemampuan finansial atau anggaran sebagian besar konsumen. Produk atau layanan yang terjangkau adalah produk atau layanan yang dapat diakses dan dibeli oleh sebagian besar orang tanpa tekanan finansial atau tekanan yang tidak semestinya. Hal ini juga diuraikan oleh mahasiswa FKIP NE (22) bahwa:

selama saya berbelanja di fitur tiktokshop bukan hanya mempermudah kita dalam melakukan transaksi jual beli. akan tetapi, di aplikasi tiktok juga menyediakan produk-produk yang terjangkau dan terbilang murah.

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengatakan bahwa a). selama menggunakan aplikasi tiktok memudahkan bagi para pengguna dalam transaksi jual beli dengan begitu banyak dari kalangan mahasiswa yang menggunakan fitur tiktokshop. b). aplikasi tiktok juga

memiliki akses yang mudah dan harga terjangkau sehingga tidak nanggung dalam pembelian produk di platform yang telah diiklankan dengan memberikan nilai kepuasan tersendiri bagi pelaku bisnis menggunakan “*jangan lupa bintang 5 nya kakak*”. Sejalan dengan yang diungkapkan oleh L teman dekat mahasiswa:

...kalau belanja apa-apa di tiktok tuh sekarang lebih murah daripada di toko online yang lain, di mana memudahkan saya untuk belanja. Di mana aksesnya bisa saya buka untuk terus melihat konten-konten video yang isinya ada menjelaskan tentang produk yang saya inginkan.

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengatakan bahwa a). media aplikasi tiktok menyediakan produk/barang yang terbilang murah di bandingkan toko online lainnya yang memudahkan para penggunanya untuk berbelanja. Media aplikasi tiktok juga memiliki banyak promo dan voucher gratis ongkir sehingga terbilang memiliki harga yang terjangkau dan dapat membuat para penggunanya untuk berbelanja. b). media aplikasi tiktok juga memudahkan para penggunanya dalam melakukan akses dalam melihat konten-konten video yang di mana isinya menjelaskan tentang produk yang dia inginkan, walaupun mahasiswa mengatakan tertarik untuk membeli, namun bukan berarti mereka juga akan langsung membeli suatu produk yang sedang dipromosikan. Terdapat beberapa pertimbangan terlebih dahulu hingga akhirnya mereka memutuskan untuk membeli produk tersebut. sejalan dengan hasil wawancara oleh ibu NS selaku orang tua NE mengatakan bahwa:

Jadi hal yang saya lihat dari anak saya ketika berbelanja online adalah memudahkan dia untuk berbelanja kebutuhannya seperti peralatan kampus, makeup, dan kebutuhan-kebutuhan kuliahnya. Dan juga ketika saya meminta tolong untuk dibelikan peralatan-peralatan dapur di aplikasi tiktok semuanya pasti ada dan harganya juga terjangkau karena peralatan-peralatan yang disediakan itu terbilang murah dibandingkan kalau saya belanja di pasaran.

Berdasarkan hasil wawancara di atas ibu NS selaku orang tua mengatakan bahwa a). ketika berbelanja online sangat membantu dalam kegiatan jual beli. Hal ini dikarenakan fitur tiktokshop memudahkan bagi penggunaannya dalam berbelanja apalagi fitur tiktokshop ini mudah dipelajari sehingga dapat digunakan bagi seseorang yang tidak memiliki waktu belanja. b). fitur tiktokshop juga memiliki produk/barang yang lengkap dan harganya terjangkau karena barang-barang yang dijual terbilang murah dibandingkan di pasaran, serta memiliki banyak sistem pembayaran.

Dari kutipan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa tidak dapat dipungkiri berperilaku konsumtif walaupun dengan embel-embel harga terjangkau, membeli karena adanya pertimbangan harga murah sehingga mereka berbelanja, membeli karena lapar mata saja, dan juga membeli karena adanya rasa penasaran.

Dari analisis data wawancara di atas mengungkapkan bahwa dengan adanya konten di tiktok dapat membuat sebagian besar informan memiliki perilaku konsumtif dalam suatu produk secara online. Karena sebagian mahasiswa melakukan belanja online bukan

didasarkan pada kebutuhan, melainkan hanya untuk memenuhi hasratnya, yaitu untuk mendapatkan barang-barang yang menurut mereka bagus dan dapat memenuhi rasa penasaran yang ada, sehingga akibat dari tindakannya itu dapat menyebabkan mereka menjadi boros karena membelanjakan uangnya secara tidak rasional. Manakala di dalam aplikasi tiktok terdapat beberapa klaim voucher yang membuat si pengguna mudah mengakses dengan harga yang cukup terjangkau.

b. Dampak negative

Ada beberapa dampak negatif perilaku konsumtif pada media aplikasi tiktok diantaranya:

a) Kecemburuan Sosial

Konten di TikTok sering kali berhubungan dengan penampilan dan citra tubuh. Hal ini dapat menimbulkan perasaan negatif terhadap tubuh dan kebutuhan untuk mencapai standar kecantikan atau gaya hidup tertentu mungkin tidak realistis.

Kelangsungan hidup adalah tujuan semua mahasiswa sekarang untuk mendapatkan pengakuan eksternal atau sosial. Hal inilah yang memotivasi mahasiswa berada di tingkat satu lebih aktif atau sering menggunakan aplikasi TikTok sebagai wadah untuk mendapatkan keeksisan dan tidak ketinggalan zaman. Dalam artian lebih memaksakan diri dalam penampilan yang mengakibatkan sifat kecemburuan social dalam lingkungannya. Hal inilah menjadi factor penyebab timbulnya dampak negative karena adanya ketidakpuasan dalam diri sendiri

sehingga ingin lebih satu tingkat daripada orang lain (memaksakan kehendak). Seperti yang diungkapkan oleh mahasiswa jurusan fisika SN (22) bahwa:

konten di tiktok yang memfokuskan aspek fisik dan penampilan seringkali membuat saya untuk mengikuti tren tersebut karena seringkali saya merasakan ketidakpuasan dalam diri saya dan mendorong saya untuk terus mengikuti perkembangan zaman yang sesuai dengan fashion dan kenyamanan saya.

Berdasarkan hasil wawancara di atas membuat a). mahasiswa antusias untuk menampilkan penampilannya karena dapat membuat orang lain tertarik untuk memberikan pujian. Keeksisan menjadi bahan cemoohan dengan teman yang tidak eksis, yaitu mahasiswa tidak menggunakan aplikasi tiktok atau yang belum punya akun media sosial. Mereka mau tidak mau harus menggunakan jejaring sosial seperti wadah untuk eksis karena lingkungan mereka yang menuntut menggunakan media sosial. b). Secara tidak langsung mengarahkan mereka yang tidak punya aplikasi tik tok akan direkomendasikan buat aplikasi tiktok biar tidak diintimidasi oleh teman sebayanya atau di olok-olok dengan sebutan kurang eksis maka mereka menggunakan aplikasi tik tok agar lebih eksis dan tidak kuno seperti sebelumnya saat tidak menggunakan media sosial. Mahasiswa tanpa aplikasi tiktok akan kurang percaya diri karena mereka malu dalam bergaul jika fashion yang digunakan tidak sesuai dengan perkembangan zaman. Sejalan dengan hasil wawancara dengan NM selaku teman dekat SN bahwa:

Yang mendorong dia untuk menggunakan aplikasi TikTok yaitu diri dia sendiri. Karna kalau tidak punya aplikasi tiktok dia malu sama lingkungan sekitarnya yang lebih eksis mengikuti zaman jadi harus punya aplikasi tiktok agar bisa ikut eksis atau gaul sama dapat informasi yang lebih luas, akibatnya dia sering menghambur-hamburkan uangnya hanya untuk mengikuti fashion yang ada, terkadang saya juga menasehati apabila dia telah terpengaruh oleh konten di tiktok yang berhubungan dengan belanja.

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengatakan bahwa a). Pada dasarnya, yang mendorong mahasiswa menggunakan media sosial yaitu diri mereka sendiri karena mereka malu terlihat murahan bagi teman-teman mereka. b). Dan dengan menggunakan aplikasi tiktok mereka tidak ketinggalan informasi eksternal. Mahasiswa NM juga mengungkapkan bahwa “lebih eksis mengikuti zaman” mengacu pada sikap atau perilaku seseorang yang berusaha untuk tetap terhubung dan selaras dengan tren, teknologi, budaya, dan perkembangan sosial yang terjadi dalam kurun waktu tertentu. Biasanya berarti seseorang yang ingin tampil modern atau up-to-date dalam berbagai aspek kehidupannya, termasuk gaya, penampilan, aktivitas, atau pandangannya. c). akibat dari eksis mengikuti zaman dia sering menghambur-hamburkan uangnya padahal seringkali temannya menasehati agar tidak terpengaruh oleh konten-konten yang ada di tiktok. Sejalan dengan hasil wawancara oleh ibu K selaku orang tua mahasiswa SN bahwa:

selama ini yang saya lihat dia mulai tertarik karena mengikuti gaya- gaya di online dan akhirnya membuat dia sangat boros karena akhir-akhir ini sudah banyak paket yang diantar sama kurir kayak baju, makeup, sandal, dsb yang membuat saya terkadang memberikan nasehat untuk bagaimana caranya dia mengelolah uangnya agar tidak terpengaruh untuk belanja terus-menerus.

Berdasarkan hasil penelitian di atas mengatakan bahwa karena a). banyak dari mahasiswa mulai teracuni dengan iklan yang ada di tiktok berdasarkan fashion yang mulai viral sehingga mahasiswa mulai tertarik dengan penampilannya untuk mengikuti mode/gaya hidup di platform tersebut. Tak hanya itu dampak dari belanja online yang terus-menerus mengakibatkan adanya sifat boros sehingga mempengaruhi keuangannya. b). akibat dari pengaruh belanja di tiktok hampir tiap hari paket datang yang diantarkan oleh kurir yang berdampak jangka panjang pada pola keuangan mahasiswa akibat terpengaruh oleh konten yang berhubungan dengan belanja. c). Fashion adalah bagian penting dalam kehidupan seorang mahasiswa maka dengan begitu lebih memperhatikan jejaring social daripada mendengarkan larangan dari orang tua. Orang tua mahasiswa juga memberikan nasehat agar tidak terpengaruh dengan belanja-belanja online karena akan berdampak pada pola keuangannya.

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa perubahan perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan jejaring sosial di kehidupan sehari-hari tak luput dari yang namanya media sosial. Perubahan perilaku konsumtif mahasiswa ini karena mereka telah menggunakan jejaring sosial untuk mempengaruhi perilaku konsumtif mereka. Tidak dapat dipungkiri bahwa media mempunyai pengaruh sosial yang besar dalam hidup seseorang. Seseorang yang dimulai dari hal kecil bisa menjadi besar juga di media sosial sebaliknya, bagi masyarakat pada

khususnya kalangan mahasiswa yang menganggap media seperti dunia kontrol dan mereka merasa nyaman tinggal di dalamnya.

b) Kecanduan

Untuk meniru tren atau konten yang mereka lihat di TikTok, beberapa pengguna mungkin terlalu bersemangat dan menghabiskan lebih banyak uang daripada yang diperlukan untuk membeli produk atau melakukan aktivitas tertentu.

Pengguna yang terjebak dalam perilaku konsumtif mungkin menghadapi tantangan keuangan, seperti meningkatnya utang kartu kredit atau pengeluaran yang melebihi kemampuan mereka. Hal ini dapat menyebabkan lebih banyak stres dan masalah dalam kehidupan sehari-hari.

Penggunaan platform media sosial seperti TikTok secara berlebihan dan kompulsif dapat berdampak negatif pada kesehatan mental. Perbandingan sosial, perasaan tidak puas terhadap diri sendiri, dan perasaan tertinggal oleh tren semuanya dapat menyebabkan kecemasan dan depresi. Hal ini juga diuraikan oleh mahasiswa jurusan sosiologi NF

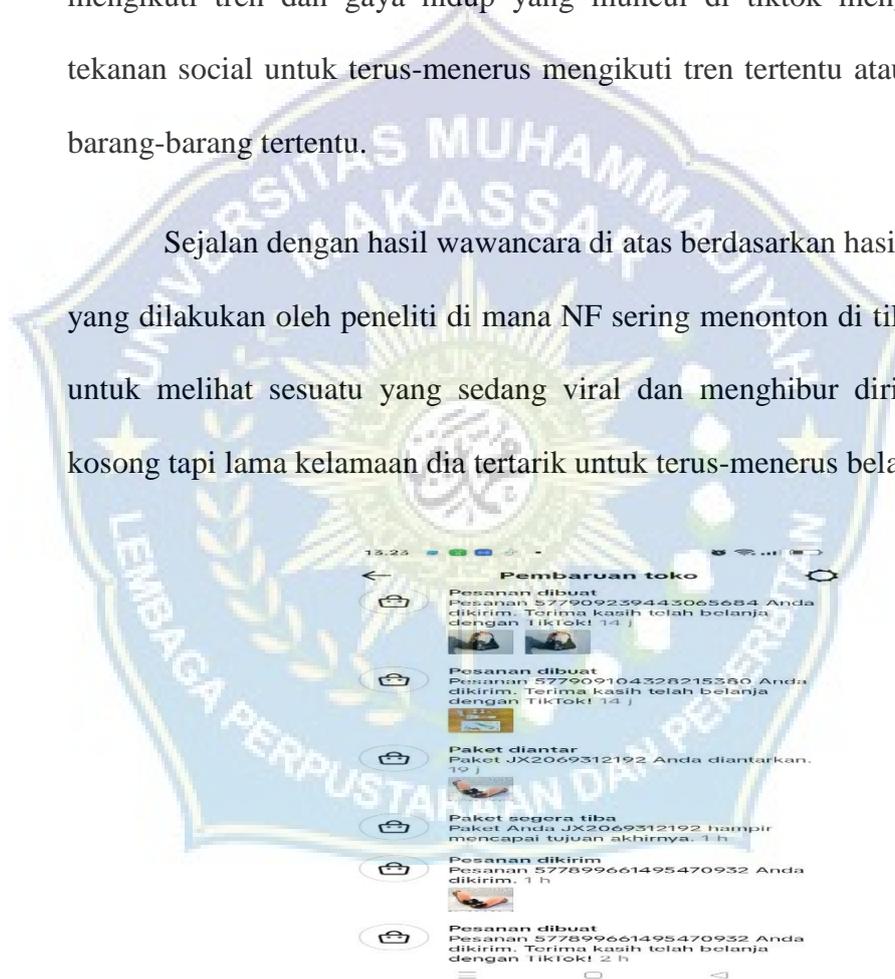
(23) bahwa:

saya terpengaruh oleh konten yang berhubungan dengan belanja, dengan begitu membuat saya untuk terus menerus belanja yang membuat saya kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi saya, terutama jika saya sering membeli produk yang dipromosikan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas mengungkapkan bahwa a). menggunakan aplikasi tiktok membuat para mahasiswa tidak dapat berhenti menggunakannya atau dengan kata lain aplikasi tiktok membuat

para penggunanya kecanduan tak terkecuali para mahasiswa. Di masa sekarang lebih banyak mahasiswa menggunakan aplikasi TikTok dan banyak mahasiswa yang sudah kecanduan aplikasi tiktok, sehingga membuat mahasiswa untuk terus-menerus berbelanja. b). Terutama jika membeli suatu barang yang dipromosikan akibat tekanan social yang mengikuti tren dan gaya hidup yang muncul di tiktok mengakibatkan tekanan social untuk terus-menerus mengikuti tren tertentu atau memiliki barang-barang tertentu.

Sejalan dengan hasil wawancara di atas berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti di mana NF sering menonton di tiktok hanya untuk melihat sesuatu yang sedang viral dan menghibur diri di waktu kosong tapi lama kelamaan dia tertarik untuk terus-menerus belanja.



Gambar 5.3 hasil cekout barang di tiktok

Berikut ini adalah contoh gambar hasil cekout oleh mahasiswa unismuh Makassar di media sosial tiktok. Di mana hampir setiap hari

memesan barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan. Biasanya mahasiswa hanya mementingkan keinginan tanpa pertimbangan yang matang, agar menarik perhatian banyak orang sehingga mahasiswa memiliki rasa percaya diri terhadap dirinya dengan adanya pujian yang diberikan. Oleh karena itu dia mulai terkontruksi untuk terus-menerus mengembangkan fashionnya.

Sejalan dengan itu berikut pemaparan informan S yang merupakan teman dekat dari NF:

yang saya lihat konten di tiktok memiliki dampak negative yang mendorong gaya hidup konsumtifnya menjadi boros, yang membuat dia susah untuk menahan efek dari kecanduan belanja. Yang akhirnya membentuk kebiasaan buruk dan membuat kondisi keuangannya menjadi tidak stabil.

Hal di atas membuktikan bahwa a). adanya konten tiktok telah memberikan dampak negative yaitu efek kecanduan untuk terus-menerus berbelanja. Di mana dampak negatifnya adalah membuat beberapa mahasiswa sulit untuk mengendalikan diri dalam menyikapi banyaknya konten racun tiktok yang ada sehingga mereka seringkali membeli hanya karena lapar mata saja dan juga membeli karena penasaran. Sehingga hal tersebut tentunya dapat menimbulkan sifat konsumtif mahasiswa. b). Dengan hadirnya system play later juga mengakibatkan terbentuknya kebiasaan buruk bagi pengguna karena dapat mengakibatkan kondisi keuangan yang tidak stabil sehingga membuat para pengguna melakukan berbagai cara untuk terus-menerus berbelanja. Sejalan dengan hasil

wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti ibu E selaku orang tua mahasiswa NF mengatakan bahwa:

akhir-akhir ini saya melihat anak saya lagi sering membeli barang-barang online yang saya sendiri juga tidak tahu untuk apa dia beli, waktu itu saya menerima paket seperti skincare, baju, sandal, dan barang-barang lainnya. Yang membuat saya heran juga ini anak dia pakai apa uangnya kenapa belanja online terus apakah tidak ada keperluan kuliahnya padahal saya sering memberikan uang 200 ribu setiap minggunya.

Berdasarkan hasil wawancara di atas mengungkapkan bahwa a). dampak negative dari kecanduan ini karena hanya ingin memuaskan diri sendiri untuk menunjukkan kemampuan dalam bergaya sehingga konteks dari pengelolaan keuangan dapat merubah pola konsumsi bagi penggunaanya, yang mengakibatkan jangka panjang terhadap keuangan dan kesejahteraan mahasiswa. Manakala hampir tiap hari kurir paket mengantar barang yang dibeli berupa skincare, baju, sandal, dsb. b). Tak hanya itu uang mingguan yang diberikan oleh orang tua kemungkinan besar dipakai untuk membeli keperluan-keperluan yang tidak sesuai dengan kebutuhan yang berdampak pada pola keuangan akibat terpengaruh dari tiktok, terutama jika terlalu banyak membeli barang atau produk yang dipromosikan di platform tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa efek kecanduan belanja dapat memberikan dampak negatif yang signifikan. Ini termasuk masalah keuangan, konflik hubungan, peningkatan stres, kecemasan, dan depresi. Media sosial dan iklan online memainkan peran utama dalam mendorong perilaku konsumtif. Berbagai platform media

sosial membantu individu mengakses konten belanja yang mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Di mana penelitian menunjukkan bahwa individu yang mengalami efek kecanduan dapat berdampak pada kesehatan mental di mana beberapa orang mungkin menyadari bahwa konsumsi konten di tiktok bisa mengganggu kesehatan mental, terutama jika mahasiswa terlibat dalam perbandingan social atau merasa tertekan oleh tekanan untuk menciptakan fashion yang modern yang mengakibatkan efek kecanduan terjadi.

c) Meningkatkan budaya konsumtif

Menggunakan TikTok dapat mempromosikan gaya hidup berdasarkan konten dan konsumsi berlebihan. Video yang menampilkan produk baru, tren, atau barang bernilai tinggi dapat mendorong orang untuk menginginkan barang tersebut, meskipun mereka tidak terlalu membutuhkannya. Seperti hasil wawancara oleh ibu S selaku orang tua mahasiswa bahwa:

pengaruh belanja online yang terus-menerus mengakibatkan anak saya sering belanja, di mana uang yang saya berikan dia pakai untuk belanja sesuai keinginannya.

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwa pengaruh belanja online (fitur tiktokshop) yang terus-menerus mengakibatkan adanya perilaku konsumtif karena berbelanja hanya sesuai keinginan bukan kebutuhan. Sehingga mempengaruhi keseimbangan dan pengelolaan keuangan apalagi memiliki sifat konsumtif yang berlebihan yang bisa menggeser prioritas pengeluaran orangtua yang menyebabkan

pengeluaran yang tidak direncanakan atau mengabaikan kebutuhan lainnya.

Di sisi lain informan NH mahasiswa biologi dan teman dekatnya DF mengungkapkan bahwa tujuan mereka dalam membeli produk-produk yang sudah disebutkan adalah untuk menyesuaikan fashion yang ada di kampusnya, karena menurut mereka fashion teman-temannya ataupun fashion mahasiswa lain yang ada di Universitas Muhammadiyah Makassar bagus-bagus sehingga mereka pun terdorong untuk memiliki fashion tersebut, namun masih disesuaikan dengan selera masing-masing informan. Berikut yang diutarakan informan:

benar apalagi yang saya lihat beberapa mahasiswa dari fakultas lain memang fashionnya tuh pada bagus-bagus juga bisa dibilang lebih bagus fashion saya saat ini. Misalkan nih ya saya jalan-jalan keliling kampus dan ketemu mahasiswa lain yang memiliki fashion yang menarik yang membuat saya jadi minder sendiri karena mereka kebanyakan memakai fashion yang fashionable walaupun baju yang saya pakai juga lumayan nyaman.

iya bener banget, soalnya mahasiswa fakultas lain sendiri yang saya lihat fashionnya pada bagus-bagus, terus teman-teman saya sendiri juga termasuk fashionnya bagus, jadi saya suka beli seperti baju, tas, sandal, parfum, skincare agar penampilan saya enak dilihat walaupun saya terkadang sadar dengan efek yang saya ikuti dapat meningkatkan budaya konsumtif saya juga.

Berdasarkan hasil penelitian di atas mengungkapkan bahwa a). penampilan diri merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, khususnya pada mahasiswa Unismuh Makassar yang selalu mengupayakan berbagai cara untuk menjaga serta

menunjang penampilan diri mereka. Hal ini dapat dilihat dari gaya berpenampilan mahasiswa yang menarik dengan memakai pakaian yang bagus, modis, tren, kemudian dilengkapi dengan memakai aksesoris dan juga mereka menggunakan riasan wajah yang mana hal-hal tersebut dilakukan agar mahasiswa bisa selalu tampil percaya diri. b). Di sisi lain, penampilan inilah yang membuat sebagian dari mahasiswa Unismuh Makassar berperilaku konsumtif dikarenakan berbelanja online secara terus-menerus tanpa mempertimbangkan apa yang perlu dibeli dan apa yang tidak perlu hanya untuk menunjukkan jati diri, pembentukan karakter, dan identitas mereka.

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa Penelitian menunjukkan bahwa budaya konsumtif telah menyebabkan peningkatan belanja konsumen yang signifikan. Mahasiswa cenderung mengeluarkan lebih banyak uang untuk barang-barang yang mungkin tidak mereka perlukan. Media massa dan periklanan memainkan peran penting dalam mempromosikan budaya konsumtif. Periklanan seringkali menimbulkan keinginan kuat untuk memiliki suatu barang atau mengikuti tren tertentu yang mendorong mahasiswa untuk terus-menerus membeli barang baru dan mengganti barang yang masih baik. Dengan begitu Penting untuk memahami tren ini dan mempertimbangkan cara untuk mengadopsi perilaku konsumtif yang lebih bijaksana, berkelanjutan, dan nyata.

B. Pembahasan

1. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar Menyikapi Perilaku Konsumtif.

Sesuai dengan hasil penelitian, maka peneliti mengemukakan fakta dilapangan mengenai Mahasiswa sebagai bagian dari masyarakat juga menghadapi perilaku konsumtif seperti belanja impulsif, belanja berlebihan, dan penggunaan uang secara tidak bijak. Menyikapi perilaku konsumtif penting untuk menghindari masalah keuangan di masa depan dan mengembangkan pola pikir yang lebih bijak dalam hal keuangan. Saat ini aktivitas mahasiswa lebih banyak dilakukan secara online sehingga lebih berfokus pada handphone yang digunakan untuk membuka aplikasi tiktok terkhususnya fitur tiktokshop. Dari penggunaan aplikasi tersebut memiliki efek kecanduan dalam penggunaan aplikasi tiktok yang membuat para mahasiswa untuk tidak berhenti menonton. Tak hanya itu adanya ketidaknyamanan mahasiswa apabila tidak menggunakan aplikasi tiktok karena adanya efek kecanduan. Mahasiswa lebih sering menggunakan tiktok secara rutin dan berperilaku konsumtif yang berdampak pada pola keuangan dan kesejahteraan. Banyak dari mahasiswa yang hanya lebih mementingkan gengsi daripada fungsi akibat dari hasil racun tiktok yang berdampak pada pengaruh belanja mahasiswa.

Dalam hal ini kebanyakan mahasiswa membeli barang secara konsumtif akibat dari pengaruh aplikasi tiktok yang menyebabkan dorongan untuk membeli barang tersebut. Di lihat dari hasil observasi banyaknya

mahasiswa mula tergiur yang namanya promo seringkali menyoroti aspek fisik dan penampilannya akibat perasaan tidak puas dengan diri sendiri, sehingga membuat mahasiswa menghabiskan waktu dan uangnya hanya dengan berbelanja di fitur tiktokshop. Banyak dari mahasiswa yang mulai mengedepankan keinginan daripada kebutuhan yang berimbas pada pola keuangan. Mahasiswa pada dasarnya adalah elemen terpenting dalam ranah apapun dan memiliki peran yang signifikan dalam pembangunan bangsa dan Negara. Oleh karena itu, pentingnya mempelajari konsep dasar mengenai anggaran, investasi, menabung, dan meminimalisir keuangan untuk keperluan tertentu.

Dari teori tindakan sosial max weber sebagaimana max weber adalah salah satu ahli sosiologi dan sejarah bangsa jerman, lahir di Erfurt, 21 april 1864 dan meninggal dunia di munchen, 14 juni 1920. Weber melihat tindakan manusia dianggap sebagai sebuah bentuk tindakan sosial manakala tindakan itu ditujukan pada orang lain. Pokok persoalan weber yang dimaksud dengan tindakan sosial itu adalah tindakan individu sepanjang tindakannya itu mempunyai makna atau arti subjektif bagi dirinya dan diarahkan kepada tindakan orang lain.

Berdasarkan teori di atas maka mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar dalam menyikapi perilaku konsumtif adalah akibat dari sering menggunakan tiktok dalam sehari menimbulkan adanya efek kecanduan dalam menonton dan berbelanja yang mengakibatkan adanya perilaku konsumtif pada mahasiswa untuk terus-menerus berbelanja sehingga

mempengaruhi pola konsumsi bagi mahasiswa. Akibat dari keseringan berbelanja tiktok mempengaruhi tindakan manusia yang dapat menghasilkan belanja impulsive, belanja berlebihan, serta penggunaan uang secara tidak bijak. Sehingga hasil dari tindakan sosial itu sendiri dapat mempengaruhi tindakan mahasiswa dalam mencoba meniru gaya hidup yang terkesan sempurna membuat mahasiswa merasa puas dengan kehidupannya sendiri yang dapat menyebabkan kebiasaan secara terus-menerus.

Tak hanya itu peneliti juga menggunakan teori uses and gratification penting dalam studi komunikasi massa. Teori ini mengajukan gagasan bahwa individu menyebabkan audiensi mencari, menggunakan, dan bereaksi secara berbeda terhadap konten media karena faktor psikologis dan sosial yang berbeda-beda antar khalayak individu. Teori uses and gratification berfokus pada khalayak sebagai konsumen media massa dan bukan pada pesan yang disampaikan. Teori ini memandang khalayak media bersifat objektif, aktif, dan diskriminatif. Khalayak diharapkan memahami kebutuhannya dan bertanggung jawab memilih media yang dapat memenuhi kebutuhannya. Teori ini menjelaskan kapan dan bagaimana khalayak, sebagai konsumen media, menjadi lebih atau kurang aktif dalam konsumsi media. Serta konsekuensi atau akibat dari penggunaan media.

Berdasarkan teori di atas maka pokok persoalan yang terjadi dikarenakan banyaknya mahasiswa yang melakukan aktivitas secara online sehingga mengakibatkan terkontruksinya dalam penggunaan media sosial. Akibatnya memiliki beberapa factor penyebab seperti efek kecanduan,

adanya ketidaknyamanan, serta lebih mementingkan gengsi daripada fungsi. Di mana banyaknya mahasiswa menghabiskan waktunya hanya bermain hp dengan begitu mengakibatkan adanya sifat membuang-buang waktu. Adanya aplikasi tiktok terkhususnya fitur tiktokshop yang mengakibatkan pengguna aplikasi tiktok dapat terpengaruh oleh video yang mempromosikan produk tertentu, sehingga bisa menyebabkan dorongan untuk membeli barang tersebut. Walaupun barang yang dibeli tidak sesuai dengan kebutuhan di mana kebanyakan mahasiswa hanya memenuhi keinginan dalam berbelanja untuk fokus pada penampilan di mana konten di tiktok menyoroti aspek fisik dan penampilan.

2. Bentuk-bentuk Perilaku Konsumtif pengguna aplikasi tiktok Mahasiswa Univesitas Muhammadiyah Makassar

Sesuai dengan hasil penelitian, maka fakta dilapangan mengenai bentuk-bentuk perilaku konsumtif pengguna aplikasi tiktok mahasiswa unismuh Makassar. Perilaku konsumtif adalah membeli barang tidak sesuai dengan kebutuhan. Dengan cara membeli barang hanya sesuai keinginan.

Kalangan mahasiswa membutuhkan lingkungan untuk melihat dirinya sebagai mahasiswa yang fashionable dan menarik perhatian. Untuk alasan ini, sifat dari shopaholic dan hedonisme menunjukkan identitas mereka kepada orang lain untuk mendapatkan perhatian dan pujian. Sehingga tidak dapat dipungkiri banyaknya mahasiswa mulai terkontruksi dengan adanya fitur tiktokshop.

a. Shopaholic

Banyak dari mahasiswa tidak mampu menahan keinginannya untuk berbelanja sehingga menghabiskan begitu banyak waktu dan uang untuk berbelanja meskipun barang-barang yang dibelinya tidak selalu ia butuhkan.

Beberapa dari kalangan mahasiswa memiliki sifat shopaholic “kecanduan berbelanja” di mana istilah yang digunakan untuk menggambarkan seseorang yang memiliki kecenderungan berbelanja secara berlebihan, terutama untuk barang-barang yang mungkin tidak mereka perlukan. Di lingkungan kampus, menjadi “shopaholic” dapat menimbulkan konsekuensi finansial dan emosional yang signifikan, terutama jika belanja menjadi tidak terkendali.

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti yang berhubungan dengan teori tindakan sosial Max Weber yang mengatakan bahwa perilaku sosial adalah tindakan individu yang mempunyai makna atau arti subjek bagi dirinya diarahkan kepada orang lain. Tindakan dapat berulang kembali dengan sengaja sebagai akibat dari pengaruh situasi yang berupa persetujuan pasif dalam situasi tertentu.

Berdasarkan teori di atas maka perilaku konsumtif mahasiswa mengacu pada kecenderungan membelanjakan uang lebih banyak dari yang diperlukan atau dengan cara yang tidak efisien sehingga hal ini dapat menjadikan mahasiswa dalam perilaku gaya hidup shopaholic di mana menggambarkan seseorang yang memiliki kecenderungan atau kecanduan belanja berlebihan dan tidak terkendali, bahkan hingga berujung pada

masalah finansial, emosional, atau sosial. Tak heran banyak kalangan yang menggunakan tiktok di era saat ini tak terkecuali mahasiswa universitas muhammadiyah Makassar yang memberikan pengaruh besar sehingga waktunya ia habiskan hanya untuk membeli barang yang tidak diperlukan.

Tak hanya itu peneliti juga menggunakan teori konsumtif baudrillard yang membahas mengenai proses signifikasi dan komunikasi, yang didasarkan pada peraturan (kode) di mana praktik-praktik konsumsi masuk dan mengambil maknanya dan sebagai proses klarifikasi dan diferensiasi social, di mana kali ini objek-objek/ tanda dihabiskan bukan hanya sebagai perbedaan yang signifikan, tetapi sebagai nilai yang sesuai (aturan) dalam sebuah hierarki.

Di mana minat mahasiswa terhadap belanja online menjadi alasan mahasiswa untuk mempengaruhi tujuan mereka, yaitu ingin mengikuti tren mode fashion dengan ingin terlihat sama dengan penampilan teman-teman mereka yang sesuai dengan identitas yang mereka miliki sehingga dengan begitu mereka dapat menaikkan status social dalam kelompok pertemanan mereka. Dalam hal ini terjadi sebuah pemaknaan terhadap suatu produk. Sejalan dengan yang diungkapkan Baudrillard bahwa suatu komoditas tidak lagi didefinisikan berdasarkan kegunaan, namun berdasarkan apa yang mereka maknai dan yang mereka maknai itu didefinisikan oleh hubungan mereka dengan seluruh system tanda.

b. Hedonisme

Hedonisme mengacu pada gagasan bahwa kegembiraan dan kebahagiaan adalah tujuan utama hidup. Dalam konteks mahasiswa,

perspektif ini mungkin mencerminkan preferensi untuk mencari pengalaman yang menyenangkan dan menikmati berbagai aspek kehidupan, termasuk hobi, bersosialisasi, dan gaya hidup. Namun, pandangan hedonis yang bersifat ekstrim juga dapat membawa resiko tertentu, apalagi jika diterapkan tanpa pertimbangan yang matang.

Dalam konteks mahasiswa, hedonisme dapat memiliki konotasi yang beragam tergantung bagaimana prosesnya dilakukan dan prioritas kesenangan. Saat ini banyak mahasiswa yang menghabiskan waktunya hanya scrool aplikasi tiktok untuk melihat produk-produk yang tren. Sehingga menyebabkan efek kecanduan pada mahasiswa untuk membeli produk tersebut tanpa mempertimbangkan beberapa hal, karena dari hasil observasi kebanyakan mahasiswa melihat tayangan iklan produk.

Menurut Kotler dalam (Trimartati, 2014) secara umum faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonisme seseorang terbagi menjadi dua faktor yang berasal dari dalam diri masing-masing individu (internal) dan dari luar individu (eksternal). Faktor internal adalah faktor yang timbul dari dalam individu di mana didasarkan pada kepercayaan diri untuk menjalani gaya hidup yang sesuai dengan keinginan. Adapun faktor internal termasuk sikap terhadap gaya hidup hedonisme, seseorang menganggap sikap ini perlu Tampil sebagai kemewahan, kemegahan dan suka menjadi pusat perhatian orang lain. pengalaman dan pengamatan, satu orang mengamati orang lain sendiri dianggap mampu Terlihat lebih baik. Dari pengamatan tersebut dilakukan berdasarkan pengalaman yang telah dilaluinya sehingga seseorang

ingin bertingkah laku sama dengan perilaku yang diamati dan pengalamannya tersebut. Misalnya saja kagum terhadap artis dan ingin meniru penampilan dan cara hidup hedonisme.

3. Dampak Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa

Perilaku konsumtif adalah berupa membeli perlengkapan tanpa memikirkan seperti apa kedepannya dan melakukan pemborosan, dimana seorang mahasiswa dengan membeli produk tersebut, mereka tidak berdasarkan kebutuhannya tapi menyia-nyiakannya untuk kesenangan, salah satunya menunjukkan bahwa mahasiswa berperilaku konsumtif seperti membeli Produk bergaransi diberikan sebagai hadiah, dibeli karena kemasan berbeda, membeli produk untuk menjaga penampilan, gengsi dan citranya (*Ummul Zikra, 2022*).

Kalangan mahasiswa yang perlu menghargai akan membutuhkan lingkungan untuk melihat dirinya sebagai mahasiswa yang fashionable dan haus pengakuan. Untuk alasan ini, perilaku konsumtif menunjukkan identitas mereka kepada orang lain untuk lebih banyak mendapat perhatian dan pujian dari orang lain. Perilaku konsumtif mahasiswa sering dilakukan sebagai realisasi diri dari eksistensi diri, sehingga perilaku konsumtif mahasiswa baik di lingkungan sehari-hari maupun media social memiliki kecenderungan untuk dilihat oleh orang lain.

Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadinya perilaku konsumtif disebabkan oleh tiga aspek mendasar yaitu adanya suatu keinginan

secara berlebihan, mengikuti mode, dan memperoleh pengakuan social. Berdasarkan karakteristik perilaku konsumtif yang dikemukakan lebih bersifat penjelasan terhadap kepuasan seseorang dalam melakukan tren yang tidak berdasarkan nilai dan norma yang berlaku. Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif pada hasil observasi yang didapat pada mahasiswa unismuh Makassar dalam menggunakan fitur tiktokshop disebabkan karena mereka terlalu mementingkan rasa keinginan yang tinggi daripada kebutuhan tertentu.

Namun penggunaan aplikasi tiktok tidak selamanya memiliki dampak yang negatif, namun ada pula yang memberikan dampak positif. Dari hasil pengamatan dan penelitian, perilaku konsumtif penelitian ini tergolong kedalam perilaku konsumtif yang positif dan negatif.

a. Dampak positif

1) Peningkatan pengetahuan produk

Banyak dampak yang ditimbulkan oleh efek penggunaan media social salah satunya mendorong orang untuk melakukan proses jual beli dengan pengguna lain sehingga hal tersebut dapat menjalin hubungan Antara penjual dan pembeli yang menguntungkan bagi mangsa pasar. Lebih sering membuka dan menonton aplikasi tiktok dengan menampilkan layanan produk yang menjanjikan sehingga mendapatkan komentar yang positif dan dapat mengubah pandangan terhadap tren mode baru.

2) Meningkatkan suasana hati

Setiap orang memiliki sifat konsumtif yang berbeda-beda, dan bahkan ada beberapa seseorang memiliki pandangan yang seimbang tentang

kebutuhannya. Artinya jika perilaku konsumtif tidak berlebihan di media aplikasi tiktok dapat meningkatkan suasana hati, sehingga hal ini dapat menguntungkan bagi mereka yang kurang pede untuk tampil di tempat umum dengan berpenampilan yang menarik. Semenjak mengenal aplikasi tiktok banyak mahasiswa yang mulai aktif dalam perkembangan fashion yang berkembang sesuai dengan karakter masing-masing.

3) Harga terjangkau

Dalam menonton tiktok tentu membutuhkan mood yang bagus. Maka dengan layanan produk yang ditampilkan dengan harga terjangkau dapat memikat para penggunanya terkhusus mahasiswa dalam membeli. Hal ini menjadikan pengguna tiktok mencari tahu mengenai cara untuk membeli sebuah produk di aplikasi tersebut (menampilkan ulasan-ulasan) dan mengklaim voucher yang ada.

Melihat dari kondisi di lapangan, peneliti memilih menggunakan teori max weber tentang tindakan social yang membahas mengenai tindakan individu yang mempunyai makna atau arti subjek bagi dirinya diarahkan kepada orang lain. Tindakan dapat berulang kali dengan sengaja sebagai akibat dari pengaruh situasi yang berupa persetujuan pasif dalam situasi tertentu.

Dalam teori tindakan social ini membedakan tindakan social dengan perilaku manusia ketika bertindak akan memberikan arti yang subjektif yang berorientasi pada tujuan dan harapan. Dalam teori weber, terdapat empat tipe tindakan social manusia yang diantaranya tindakan tradisional yaitu mengacu

pada tindakan-tindakan yang sudah mengakar atau menjadi kebiasaan turun-menurun yang dilakukan oleh orang-orang terdahulu. Di mana pengguna aplikasi tiktok dalam melakukan tindakan melihat dalam sisi yang positif bagi mahasiswa yang memanfaatkan keuangan dengan baik dan dengan batas penggunaan yang wajar. Perilaku konsumtif ini jika dilihat dari sisi positifnya maka akan memberikan dampak yang baik bagi penggunanya. Namun bagi pengguna yang menyalahgunakan aplikasi tiktok akan dapat kerugian yang banyak menyebabkan perilaku konsumtif. Dampak positif lainnya juga dapat meningkatkan pengetahuan produk, meningkatkan suasana hati, dan memiliki harga terjangkau.

Namun, penggunaan aplikasi tiktok yang berlebihan pastinya akan berdampak kurang baik pada penggunanya karena sesuatu yang berlebihan itu tidak baik terutama pada mahasiswa yang terlalu over dalam berbelanja. Sedangkan dilihat dari dampak negatifnya aktivitas di aplikasi ini sangat berlebihan atau melewati batas wajar yang dapat menimbulkan dampak negative, mereka akan cenderung focus pada pembentukan citra diri melalui dunia maya disbanding dunia nyata. Akibatnya dapat mengganggu perekonomian yang seharusnya dikelola dengan baik.

Dampak lainnya yaitu lebih eksis mengikuti zaman, dari hasil pengamatan mahasiswa unismuh Makassar kebanyakan dari mereka berpenampilan hanya untuk mendapatkan pengakuan dengan menggunakan baju sesuai dengan zaman yang tujuannya untuk mencari perhatian, dampak selanjutnya kecanduan, perilaku konsumtif yang berlebihan akan mendorong

para penggunanya untuk terus-menerus tanpa henti membeli produk yang ditampilkan di platform meningkatkan budaya konsumtif. Perilaku konsumtif yang berlebihan juga akan menimbulkan peningkatan budaya konsumtif bagi mahasiswa yang dapat merugikan bagi dirinya sendiri.

b. Dampak negative

1) Kecemburuan Sosial

Penggunaan aplikasi tiktok yang berlebihan pastinya akan berdampak kurang baik, apalagi jika dibarengi dengan perilaku konsumtif. Hal ini dapat menyebabkan mahasiswa akan melakukan apa saja demi mendapatkan fashion yang menarik. Perilaku konsumtif timbul akibat dari adanya perasaan tidak nyaman terhadap diri sendiri sehingga menimbulkan sifat kecemburuan sosial untuk memaksakan mengikuti fashion/tren yang ada. Seperti pada saat ini banyak dari mahasiswa yang tidak terlepas dari zaman sehingga berakibat turun temurun yang dapat mempengaruhi tindakan social bagi mahasiswa. Dari hasil wawancara sebagian mahasiswa dalam berbelanja di tiktok tidak memiliki batasan bagi dirinya artinya bebas melakukan dan membeli apa saja di akun media socialnya.

2) Kecanduan

Disisi lain perilaku konsumtif juga dapat meningkatkan rasa candu yang berlebihan, pastinya hal ini tidak baik, karena sesuatu yang berlebihan itu juga tidak baik. Seperti dari hasil observasi mahasiswa yang berperilaku konsumtif di tiktok mereka akan terus-menerus berbelanja sehingga menimbulkan dampak jangka panjang terhadap keuangan dan kesejahteraan pada mahasiswa.

Berangkat dari permasalahan di atas, maka menurut peneliti diperlukan peran orang tua dalam memantau anak saat menggunakan aplikasi tiktok dengan memberikan batasan setiap hari dalam membuka aplikasi tiktok.

3) Meningkatkan budaya konsumtif

Dari hasil pengamatan pada mahasiswa yang menggunakan aplikasi tiktok di mana jika postingan yang dijual oleh platform lain di media social cukup memadai sehingga dapat meningkatkan budaya konsumtif pada mahasiswa yang menguntungkan bagi mangsa pasar.

Tanggapan peneliti dalam hal ini sebaiknya pengguna aplikasi tiktok khususnya fitur tiktokshop mengurangi berbelanja di tiktok agar memperbaiki pola konsumsi yang ada. Melihat dari kondisi di lapangan, peneliti juga menggunakan teori konsumtif baudrillard di mana konsumsi merupakan sistem pertukaran. Konsumsi dapat menjadi objek pembahasan strategis yang menentukan kekuatan khususnya dalam distribusi nilai yang sesuai aturan.

Banyaknya mahasiswa yang menggunakan tiktok dapat mempromosikan gaya hidup berdasarkan konten dan konsumsi berlebihan. Di mana video yang menampilkan produk baru, tren, atau barang bernilai tinggi dapat mendorong orang untuk menginginkan barang tersebut, meskipun terkadang mereka tidak terlalu membutuhkannya. Pengaruh belanja online (fitur tiktokshop) yang terus-menerus mengakibatkan adanya perilaku konsumtif karena berbelanja hanya sesuai keinginan bukan kebutuhan sehingga mempengaruhi keseimbangan dan pengelolaan keuangan yang bisa menggeser

prioritas pengeluaran orang tua yang menyebabkan pengeluaran yang tidak direncanakan. Oleh karena itu, pentingnya distribusi nilai yang sesuai dengan aturan.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa:

1. Mahasiswa unismuh Makassar bahwa dalam menyikapi perilaku konsumtif terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan yakni pembuatan anggaran, pentingnya menabung, pertimbangkan sebelum membeli dan berbelanja secara bijak.
2. Bentuk-bentuk yang ditimbulkan dari perilaku konsumtif aplikasi tiktok pada mahasiswa unismuh Makassar memiliki dua sisi yang selaras yakni shopaholic dan hedonisme. Shopaholic adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan seseorang yang memiliki kecenderungan atau kecanduan belanja berlebihan dan tidak terkendali, bahkan hingga berujung pada masalah finansial, emosional, atau sosial. Sedangkan hedonisme merupakan pandangan atau filosofi hidup yang menekankan pada pencarian kebahagiaan dan kesenangan sebagai tujuan utama hidup.
3. Dari dampak yang ditimbulkan oleh perilaku konsumtif pengguna aplikasi tiktok pada mahasiswa unismuh Makassar memiliki dua sisi yang berbeda di mana terdapat dampak positif dan dampak negative. Dampak positif meliputi, peningkatan pengetahuan produk, meningkatkan suasana hati, dan harga terjangkau. Sedangkan dampak negative meliputi, lebih eksis mengikuti zaman, kecanduan, dan meningkatkan budaya konsumtif.

B. Saran Penelitian

Setelah melakukan pembahasan dan pengambilan beberapa kesimpulan maka peneliti perlu memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran bagi mahasiswa, diharapkan mahasiswa lebih bijak menggunakan aplikasi tiktok terkhususnya fitur tiktokshop agar kecenderungan berperilaku konsumtif itu dapat bekurang.
2. Saran bagi pembaca, diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan mengenai pengetahuan tentang perilaku konsumtif pengguna aplikasi tiktok dan dampak dari perilaku tersebut, serta menjadi salah satu sumber informasi terkait dampak perilaku konsumtif bagi mahasiswa unismuh Makassar.
3. Saran bagi peneliti selanjutnya, diharapkan peneliti untuk meneliti lebih dalam mengenai faktor lain yang menyebabkan perilaku konsumtif yang terdapat dalam aplikasi tiktok terkhususnya fitur tiktokshop.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiah, N., Hasan, M., S, R., & Arisah, N. (2022). Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar. *Jl: Jurnal Ideaspublishing*, 8(4), 1257–1266.
- Annur, C. M. (2023). *Pengguna Aplikasi Tiktok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?*
- Aprillia Reza Fathiha. (2022). *Analisis Tindakan Sosial Max Weber Terhadap Tradisi Siraman Sedudo* (Vol. 4, Issue 2).
- Cahyono, H. (2019). Peran Mahasiswa di Masyarakat. *De Banten-Bode: Jurnal Pengabdian Masyarakat Setiabudhi*, 1(1), 32–43.
- Chandra Kusuma, D. N. S., & Oktavianti, R. (2020). Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi Tiktok). *Koneksi*, 4(2), 372. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8214>
- Davis, K., Iver, M., Soemarjan, S., & Ogburn, W. (2017). *Dalam kehidupan bermasyarakat*. 53–67.
- Fajariah, D. S. M. (2020). Sejarah Revolusi industri di Inggris pada Tahun 1760-1830. *HISTORIA*, 8(1).
- Fauziah, L. (2022). Hubungan Antara Intensitas Melihat Tiktok Dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Konstelasi*, 000, 37–43.
- Goleman et al., 2019. (2019a). Ta Konsumtif. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*, 8(2).
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Lutfiah, Basri, M., & Kuswanti, H. (2022a). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan EkonoLutfiah, Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pe. Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–10.
- Menkumham. (2012). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Perguruan Tinggi*.

- Muhtar. (2023). *Ini 7 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia*.
- Nugraha, esa B. (2019). *PERUBAHAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PERANTAUAN (Studi Kasus Mahasiswa Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*.
- Nugrahenny, T. T. (2016). *Menyingkap Mekanisme Tanda di Balik Hiperrealitas Tren Hijab: Analisis Semiotika pada Fenomena Tren Hijab*. 5(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v5i1.8317>
- Nurbaya, Nursalam, & Jamaluddin, A. (2016). *Jurnal E quilibrium Jurnal E quilibrium*. IV(2), 233–242.
- Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). *Economic Education Analysis Journal*. 6(3), 684–697.
- Gratia, G. P., Merah, E. L. K., Triyanti, M. D., Paringa, T., & Primasari, C. H. (2022). Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi COVID-19. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 193–200. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v2i1.5272>
- Reza, V., Snapp, P., Dalam, E., Di, I. M. A., Socialization, A., Cadger, O. F., To, M., Cadger, S., Programpadang, R., Hukum, F., Hatta, U. B. U. B., Sipil, F. T., Hatta, U. B. U. B., Danilo Gomes de Arruda, Bustamam, N., Suryani, S., Nasution, M. S., Prayitno, B., Rois, I., ... Rezekiana, L. (2020). hubungan antara intensitas melihat tiktok dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Bussiness Law Binus*, 7(2), 33–48. <http://repository.radenintan.ac.id/11375/1/PERPUS>
 PUSAT.pdf%0Ahttp://business-law.binus.ac.id/2015/10/08/pariwisata-syariah/%0Ahttps://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results%0Ahttps://journal.uir.ac.id/index.php/kiat/article/view/8839
- Tobar, M. (2016). *PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PASCA KEBERADAAN PUSAT PERBELANJAAN DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR*.
- Trimartati, N. (2014). Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Angkatan 2011 Universitas Ahmad Dahlan. *PSIKOPEDAGOGIA Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.12928/psikopedagogia.v3i1.4462>
- Ummul Zikra. (2022). 5260.
- Waryanti, T. (2018). *USAHA DAN TIDAK MEMILIKI USAHA (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 IAIN Metro) INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO 1439 H / 2018 M*

USAHA DAN TIDAK MEMILIKI USAHA (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 IAIN Metro).

Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial. *THE MESSENGER*, 3(1), 69–75.



L

A

M

P

I

R



A

N



1. INSTRUMEN
2. DOKUMENTASI
3. PERSURATAN



LAMPIRAN 1

1.1 PEDOMAN OBSERVASI

1.2 PEDOMAN WAWANCARA

Lampiran 1.1

Pedoman Observasi

NO	Hasil pengamatan	KETERANGAN
1	Mahasiswa Pengguna Tiktok	<p>a. Pengaruh Belanja: Pengguna aplikasi TikTok dapat terpengaruh oleh video yang mempromosikan produk atau merchandise tertentu, sehingga bisa menyebabkan dorongan untuk membeli barang tersebut.</p> <p>b. Tekanan Sosial: Tren dan gaya hidup yang muncul di TikTok dapat menciptakan tekanan sosial bagi para pengguna untuk terus mengikuti tren tertentu atau memiliki barang-barang yang populer di platform tersebut.</p> <p>c. Fokus pada Penampilan: Konten di TikTok yang menyoroti aspek fisik dan penampilan seringkali dapat meningkatkan perasaan tidak puas dengan diri sendiri dan mendorong pengguna untuk mencari produk yang dianggap dapat meningkatkan penampilan.</p> <p>d. Pengelolaan Keuangan: Terpengaruh oleh konten yang berhubungan dengan belanja, beberapa pengguna TikTok mungkin menghadapi kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi mereka, terutama jika mereka sering membeli produk yang dipromosikan.</p> <p>e. Perubahan Pola Konsumsi: Penggunaan TikTok dapat menyebabkan perubahan pada pola konsumsi, di mana pengguna cenderung lebih tertarik pada produk yang banyak muncul di platform tersebut.</p> <p>f. Dampak Jangka Panjang: Penggunaan rutin TikTok dan perilaku konsumtif yang mungkin diakibatkan dapat</p>

		memiliki dampak jangka panjang terhadap keuangan dan kesejahteraan mahasiswa.
2	Orang tua mahasiswa pengguna tiktok	<p>a. Pengaruh Belanja: Orang tua mahasiswa dapat terpengaruh oleh video di TikTok yang mempromosikan produk atau layanan tertentu, menyebabkan dorongan untuk membeli barang tersebut, baik untuk diri mereka sendiri atau anak mereka.</p> <p>b. Perhatian pada Kebutuhan Anak: Orang tua mungkin merasa tertarik untuk memenuhi permintaan atau keinginan anak mereka yang terpengaruh oleh konten di TikTok, bahkan jika itu berarti berbelanja untuk barang atau produk tertentu.</p> <p>c. Dampak Keuangan: Pengaruh perilaku konsumtif dari TikTok bisa berdampak pada keuangan orang tua, terutama jika mereka terlalu banyak membeli barang atau produk yang dipromosikan oleh platform tersebut.</p> <p>d. Pendekatan Terhadap Tren: Orang tua mahasiswa mungkin merasa tertarik untuk mengikuti tren atau gaya hidup tertentu yang muncul di TikTok, baik untuk diri mereka sendiri atau untuk memenuhi harapan anak mereka.</p> <p>e. Keseimbangan dan Pengelolaan Keuangan: Penting bagi orang tua untuk mengelola keuangan secara bijaksana dan mencari keseimbangan antara memenuhi kebutuhan keluarga dengan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.</p> <p>f. Pengaruh pada Prioritas:</p>

		<p>Perilaku konsumtif dari TikTok bisa menggeser prioritas pengeluaran orang tua, menyebabkan pengeluaran yang tidak direncanakan atau mengabaikan kebutuhan lainnya.</p> <p>g. Komunikasi dan Pendidikan: Penting untuk orang tua berkomunikasi dengan anak-anak mereka tentang penggunaan TikTok dan dampaknya pada perilaku konsumtif.</p>
3	Teman dekat mahasiswa	<p>a. Waktu yang Dihabiskan Orang sekitar mungkin khawatir jika mahasiswa menghabiskan terlalu banyak waktu di TikTok, yang dapat mengganggu produktivitas dan keseimbangan kehidupan.</p> <p>b. Dampak Kesehatan Mental: Beberapa orang mungkin menyadari bahwa konsumsi konten di TikTok bisa mengganggu kesehatan mental, terutama jika mahasiswa terlibat dalam perbandingan sosial atau merasa tertekan oleh tekanan untuk menciptakan konten yang populer.</p> <p>c. Pengeluaran: Penggunaan aplikasi TikTok dapat mendorong konsumsi berlebihan melalui pembelian dalam aplikasi atau iklan produk yang menarik</p>

Lampiran 1.2

Pedoman Wawancara

No	Informan	Item pertanyaan
1.	Mahasiswa	<p>a. Seberapa sering Anda menggunakan aplikasi TikTok dalam sehari?</p> <p>b. Apakah Anda merasa kesulitan untuk mengurangi waktu yang dihabiskan di TikTok?</p> <p>c. Apakah Anda pernah merasa tergoda untuk membeli produk yang ditampilkan di TikTok?</p> <p>d. Bagaimana perasaan Anda ketika tidak mendapatkan banyak likes atau views di video TikTok Anda?</p> <p>e. Apakah Anda pernah membeli merchandise atau produk tertentu karena dipromosikan oleh seorang pengguna TikTok?</p> <p>f. Apakah Anda merasa terpengaruh oleh tren atau gaya hidup yang muncul di TikTok?</p> <p>g. Bagaimana Anda menilai dampak aplikasi TikTok terhadap pola belanja dan konsumsi Anda?</p> <p>h. Apakah Anda merasa lebih fokus pada aspek fisik dan penampilan setelah</p>

		<p>menggunakan TikTok secara rutin?</p> <p>i. Bagaimana Anda mengelola keuangan pribadi Anda setelah terpengaruh oleh konten di TikTok yang berhubungan dengan belanja?</p> <p>j. Apakah Anda merasa adanya tekanan untuk tampil sempurna atau mengikuti tren tertentu setelah menggunakan TikTok?</p> <p>k. Apakah Anda merasa ada tekanan sosial untuk memiliki barang-barang tertentu yang sering diiklankan di TikTok?</p> <p>l. Bagaimana Anda mengatasi perasaan cemburu atau tidak puas dengan diri sendiri saat melihat kehidupan orang lain di TikTok?</p> <p>m. Apakah Anda merasa ada dorongan untuk selalu mengupdate pakaian atau gaya hidup Anda karena pengaruh konten di TikTok?</p> <p>n. Apakah Anda merasa perilaku konsumtif di TikTok mempengaruhi hubungan sosial Anda dengan teman-teman atau keluarga?</p> <p>o. Bagaimana Anda menilai dampak jangka panjang penggunaan TikTok terhadap keuangan dan kesejahteraan Anda?</p> <p>p. Apakah Anda merasa ada</p>
--	--	--

		<p>aspek positif dari penggunaan TikTok yang dapat membantu Anda dalam berbelanja atau memahami tren mode?</p> <p>q. Bagaimana Anda mengatasi perasaan stres atau kecemasan yang mungkin muncul jika tidak dapat membeli produk yang diinginkan setelah melihatnya di TikTok?</p> <p>r. Apakah Anda merasa adanya perubahan pada sikap atau pandangan Anda terhadap konsumsi setelah menggunakan TikTok?</p> <p>s. Bagaimana Anda mengukur nilai dan kepuasan pribadi setelah membeli produk atau layanan yang dipromosikan di TikTok?</p> <p>t. Apakah Anda merasa adanya tekanan untuk terus berpartisipasi dalam tren tertentu di TikTok meskipun hal itu mempengaruhi pengeluaran Anda?</p>
2.	Orang Tua Mahasiswa	<p>a. Seberapa sering Anda melihat anak Anda menggunakan aplikasi TikTok dalam sehari?</p> <p>b. Apakah Anda khawatir dengan waktu yang dihabiskan anak Anda di TikTok?</p> <p>c. Apakah Anda pernah melihat anak Anda tertarik untuk membeli produk yang dipromosikan di TikTok?</p>

		<p>d. Bagaimana perasaan Anda saat melihat anak Anda tidak mendapatkan banyak likes atau views di video TikTok mereka?</p> <p>e. Apakah Anda pernah menyaksikan anak Anda membeli merchandise atau produk tertentu karena dipromosikan oleh seorang pengguna TikTok?</p> <p>f. Apakah Anda merasa anak Anda terpengaruh oleh tren atau gaya hidup yang muncul di TikTok?</p> <p>g. Bagaimana Anda menilai dampak aplikasi TikTok terhadap pola belanja dan konsumsi anak Anda?</p> <p>h. Apakah Anda melihat anak Anda lebih fokus pada aspek fisik dan penampilan setelah menggunakan TikTok secara rutin?</p> <p>i. Bagaimana Anda membantu anak Anda mengelola keuangan pribadi mereka setelah terpengaruh oleh konten di TikTok yang berhubungan dengan belanja?</p> <p>j. Apakah Anda merasa ada tekanan sosial yang mungkin dialami anak Anda untuk memiliki barang-barang tertentu yang sering diiklankan di TikTok?</p> <p>k. Bagaimana Anda membantu anak Anda mengatasi</p>
--	--	---

		<p>perasaan cemburu atau tidak puas dengan diri sendiri saat melihat kehidupan orang lain di TikTok?</p> <p>l. Apakah Anda melihat adanya perubahan perilaku konsumtif pada anak Anda setelah menggunakan TikTok?</p> <p>m. Bagaimana Anda mengatasi potensi dorongan untuk selalu mengupdate pakaian atau gaya hidup anak Anda karena pengaruh konten di TikTok?</p> <p>n. Apakah Anda melihat adanya dampak jangka panjang penggunaan TikTok terhadap keuangan dan kesejahteraan anak Anda?</p> <p>o. Apakah Anda merasa ada aspek positif dari penggunaan TikTok yang dapat membantu anak Anda dalam berbelanja atau memahami tren mode?</p> <p>p. Bagaimana Anda membantu anak Anda mengatasi perasaan stres atau kecemasan yang mungkin muncul jika mereka tidak dapat membeli produk yang diinginkan setelah melihatnya di TikTok?</p> <p>q. Apakah Anda merasa adanya perubahan pada sikap atau pandangan anak Anda terhadap konsumsi setelah menggunakan TikTok?</p> <p>r. Bagaimana Anda mengukur</p>
--	--	--

		<p>nilai dan kepuasan anak Anda setelah mereka membeli produk atau layanan yang dipromosikan di TikTok?</p> <p>s. Apakah Anda merasa ada tekanan yang mungkin dialami anak Anda untuk terus berpartisipasi dalam tren tertentu di TikTok meskipun hal itu mempengaruhi pengeluaran mereka?</p> <p>t. Bagaimana Anda berkomunikasi dengan anak Anda tentang penggunaan TikTok dan dampaknya terhadap perilaku konsumtif mereka?</p>
3	Teman dekat mahasiswa	<p>a. Seberapa sering anda melihat teman anda menggunakan aplikasi tiktok dalam sehari?</p> <p>b. Apakah Anda khawatir dengan waktu yang dihabiskan teman Anda di TikTok?</p> <p>c. Apakah Anda pernah melihat teman Anda tertarik untuk membeli produk yang dipromosikan di TikTok?</p> <p>d. Apakah Anda pernah menyaksikan teman anda membeli merchandise atau produk tertentu karena dipromosikan oleh seorang pengguna TikTok?</p> <p>e. Apakah Anda merasa teman Anda terpengaruh oleh tren atau gaya hidup yang muncul di TikTok?</p> <p>f. Bagaimana Anda menilai dampak aplikasi TikTok terhadap pola belanja dan konsumsi teman Anda?</p> <p>g. Apakah Anda melihat teman</p>

		<p>Anda lebih fokus pada aspek fisik dan penampilan setelah menggunakan TikTok secara rutin?</p> <p>h. Bagaimana Anda membantu teman Anda mengelola keuangan pribadi mereka setelah terpengaruh oleh konten di TikTok yang berhubungan dengan belanja?</p> <p>i. Apakah Anda merasa ada tekanan sosial yang mungkin dialami teman Anda untuk memiliki barang-barang tertentu yang sering diiklankan di TikTok?</p> <p>j. Bagaimana Anda membantu teman Anda mengatasi perasaan cemburu atau tidak puas dengan diri sendiri saat melihat kehidupan orang lain di TikTok?</p> <p>k. Apakah Anda melihat adanya perubahan perilaku konsumtif pada teman Anda setelah menggunakan TikTok?</p> <p>l. Bagaimana Anda mengatasi potensi dorongan untuk selalu mengupdate pakaian atau gaya hidup teman Anda karena pengaruh konten di TikTok?</p> <p>m. Apakah Anda melihat adanya dampak jangka panjang penggunaan TikTok terhadap keuangan dan kesejahteraan teman Anda?</p> <p>n. Apakah Anda merasa ada aspek positif dari penggunaan TikTok yang dapat membantu teman Anda dalam berbelanja atau memahami tren mode?</p> <p>o. Bagaimana Anda membantu teman Anda mengatasi perasaan stres atau</p>
--	--	---

		<p>kecemasan yang mungkin muncul jika mereka tidak dapat membeli produk yang diinginkan setelah melihatnya di TikTok?</p> <p>p. Apakah Anda merasa adanya perubahan pada sikap atau pandangan teman Anda terhadap konsumsi setelah menggunakan TikTok?</p> <p>q. Bagaimana Anda mengukur nilai dan kepuasan teman Anda setelah mereka membeli produk atau layanan yang dipromosikan di TikTok?</p> <p>r. Apakah Anda merasa ada tekanan yang mungkin dialami teman Anda untuk terus berpartisipasi dalam tren tertentu di TikTok meskipun hal itu mempengaruhi pengeluaran mereka?</p> <p>s. Bagaimana Anda berkomunikasi dengan teman Anda tentang penggunaan TikTok dan dampaknya terhadap perilaku konsumtif mereka?</p> <p>t. Tanggapan orang lain terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi TikTok pada mahasiswa bisa bervariasi. Beberapa mungkin menganggapnya sebagai hiburan yang tidak berbahaya, sementara yang lain bisa khawatir tentang dampaknya terhadap produktivitas dan kesejahteraan mental. Apa pendapat Anda tentang hal ini?</p>
--	--	--



LAMPIRAN 3
DOKUMENTASI



**Wawancara dengan Mahasiswa jurusan Pendidikan Fisika dan Teknologi
Pendidikan Unismuh Makassar**
(15 Agustus 2023, di Unismuh Makassar)



Wawancara dengan Mahasiswa Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris
(16 Agustus 2023, di Unismuh Makassar)



Wawancara dengan Mahasiswa Jurusan Pendidikan Sosiologi
(29 Agustus 2023, di Unismuh Makassar)



**Wawancara dengan Mahasiswa Jurusan Pendidikan Sosiologi Angkatan
2021**

(29 Agustus 2023, di Unismuh Makassar)



Wawancara dengan Mahasiswa Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris

(29 Agustus 2023, di Unismuh Makassar)



Wawancara dengan Orangtua Mahasiswa
(30 agustus 2023, di Rumah)



Wawancara dengan Orangtua Mahasiswa
(30 Agustus 2023, di Rumah)



Wawancara dengan Teman Dekat Mahasiswa Jurusan Pg-Paud

(01 September 2023)



Wawancara dengan Mahasiswa Jurusan Pg-Paud

(01 September 2023)



LAMPIRAN 4

PERSURATAN

1. lampiran Plagiasi



BAB II Nur Madhinatul Ilmi

105381101119

by Tahap Tutup



Submission date: 02-Oct-2023 10:08AM (UTC+0700)

Submission ID: 2182771700

File name: BAB_II_-_2023-10-02T110702-502.docx (76.16K)

Word count: 5193

Character count: 34425

BAB III Nur Madhinatul Ilmi

105381101119

by Tahap Tutup



Submission date: 02 Oct 2023 10:09AM (UTC+0700)

Submission ID: 182772551

File name: BAB III_2023-10-02T10:09:09AM

Word count: 165

Character count: 1140

BAB IV Nur Madhinatul Ilmi

1053815101119

by Tahap Tutup



BAB V Nur Madhinatul Ilmi

105381101119

by Tahap Tutup



Submission date: 02-Oct-2023 10:11AM UTC-0700
Submission ID: 2182776182
File name: BAB_V_-_2023-10-02T110706-906.docx (286.92K)
Word count: 8916
Character count: 58057

BAB VI Nur Madhinatul Ilmi

105381101119

by Tahap Tutup



Submission date: 02-Oct-2023 10:12AM (UTC+0700)
Submission ID: 2182779164
File name: BAB_VI_14.docx (14.68K)
Word count: 266
Character count: 1860



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar 90221 Telp. (0411) 866972, 881593, Fax. (0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Nur Madhinatul Feni

Nim : 105381101119

Program Studi : Pendidikan Sosiologi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	5 %	10 %
2	Bab 2	23 %	25 %
3	Bab 3	10 %	10 %
4	Bab 4	2 %	10 %
5	Bab 5	2 %	10 %
6	Bab 6	3 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan
seperlunya.

Makassar, 03 Oktober 2023

Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



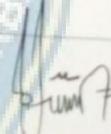
2. Lampiran Persuratan

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI

Alamat: Jalan A. Yani No. 170 Makassar
Telp. : (0411) 401037090172 (Pusat)
Email : info@umh.ac.id
Web : www.dig.umh.ac.id

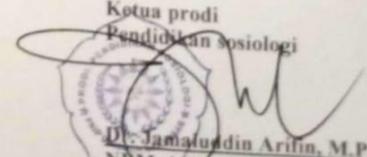
LEMBAR PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL

Nama : Nur Madhinatul Ilmi
NIM : 105381101449
Prodi : Pendidikan Sosiologi
Judul : Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Fiktif (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)

No.	Dosen Penguji	Materi Perbaikan	Paraf
1	Prof. Dr. H. Nur Salim, M.Pd.		
2	Dr. Lukman Kemat, S.Pd, M.Pd		
3	Syahrudin Nur, S. Pd, M. Pd	Perbaikan daftar pustaka	
4	Harahaty, K. S. Pd., M. Pd	PPT.	

Makassar, Juli 2023

Mengetahui,
Ketua prodi
Pendidikan sosiologi


Dr. Jamatuddin Arifin, M.Pd
NBM.1174893





**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

BERITA ACARA

Pada hari ini Kamis Tanggal 02 Muharram 1444 H bertepatan tanggal 20 Juli 2023 M bertempat di ruang kuliah PP6 2 lantai 2 kampus Universitas Muhammadiyah Makassar, telah dilaksanakan seminar Proposal Skripsi yang berjudul:

Perilaku Komunitas Pengguna Aplikasi Tiktok
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)

Data Mahasiswa:

Nama Nur Mochamad Hani
Stambuk/NIM 101 281 101 119
Jurusan Pendidikan Sosiologi
Moderator Prof. Dr. H. Nur Salam, M.Si
Hasil Seminar Langkah dan Penelitian
Alamat/Telp Platipia Gedung L101 R120, Tana, 9000

Dengan penjelasan sebagai berikut:

Ditetujui:

Penanggap I Dr. Lubman Email, S.Pd, M.Pd)
Penanggap II Sudhan Nur, S. Pd - M. Pd)
Penanggap III Herdiyah, P. S. Pd - M. Pd)
Penanggap IV Prof. Dr. H. Nur Salam, M.Si)

Makassar, 20 Juli 2023

Ketua Jurusan

(Dr. Jamaluddin Arifin, M.Pd)



KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Madhinatul Ilmi
Stambuk : 105381101119
Jurusan : Pendidikan Sosiologi
Pembimbing I : **Dr. Jamaluddin Arifin, M.Pd**
Dengan Judul : Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)

Konsultasi Pembimbing I

No	Hari/Tanggal	Urutan Perbaikan	Tanda Tangan
	28/8/23	- Operasional/kan kalimat yang masih dalam bentuk deskripsi proposal - konfirmasi nama jurnal yang dituju dan anggaran pemb - fur	
	5/9/23	- Operasional/kan frase - referensi dari Bab II - juga buat paragraf	

Catatan:

Mahasiswa hanya dapat mengikuti ujian Skripsi jika sudah konsultasi ke Dosen Pembimbing minimal 6 kali

Mengetahui,
Ketua Jurusan
Pendidikan Sosiologi

Dr. Jamaluddin Arifin, M.Pd
NIDN. 147 4893



KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Madhinatul Ilmi
Stambuk : 105381101119
Jurusan : Pendidikan Sosiologi
Pembimbing I : **Dr. Jamaluddin Arifin, M.Pd**
Dengan Judul : Perilaku Konsultatif Pengguna Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)

Konsultasi Pembimbing I

No	Hari/Tanggal	Uraian Perbaikan	Tanda Tangan
	6/9/23	Pembah teori pada bab II	✓
		- Pembah Data wawancara	
	17/9/23	Pembah interpretasi pada hasil analisis	✓
	22/9/23	Pembah teori pada pembahasan	✓
	29/9/23	slc	✓

Catatan:
Mahasiswa hanya dapat mengikuti ujian Skripsi jika sudah konsultasi ke Dosen Pembimbing minimal 6 kali

Mengetahui,
Ketua Jurusan
Pendidikan Sosiologi


Dr. Jamaluddin Arifin, M.Pd
NPM. 117 3893



KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Madhinatul Ilmi
Stambuk : 105381101119
Jurusan : Pendidikan Sosiologi
Pembimbing II : **Herdianty.R, S.Pd., M.Pd**
Dengan Judul : Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)

Konsultasi Pembimbing II

No	Hari/Tanggal	Uraian Perbaikan	Tanda Tangan
1.	28/08/2023 Senin	Lengkapi Data Hasil pend. secara jelas kebab. dte.	
2.	29/08/2023 Selasa	Intiputi dan sifat ot. baik manusia, dlmn, dan dlmn.	
3.	09/09/2023 Senin	Pembahasan setiap dte yang diarahkan, jangan hanya membuat kecupaan dan poin yang ada.	

Catatan:
Mahasiswa hanya dapat mengikuti ujian Skripsi jika sudah konsultasi ke Dosen Pembimbing minimal 6 kali.

Mengetahui,
Kepala Jurusan
Pendidikan Sosiologi

Dr. Jamaluddin Arifin, M.Pd
NEM. 117 4893



KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nur Madhinalul Ilmi
Stambuk : 105381101119
Jurusan : Pendidikan Sosiologi
Pembimbing II : **Herdianty.R, S.Pd., M.Pd**
Dengan Judul : Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)

Konsultasi Pembimbing II

No	Hari/Tanggal	Uraian Perbaikan	Tanda Tangan
4.	06/03/2023 Rabu	Hasil dan pembahasan terkait satu sama lain dan hasil pembacaan terkait pembahasan evaluasi yang terdapat pada kefektifan Teori dan Hasil	
5.	11/03/2023 Senin	Hasil	
6.	19/03/2023 Selasa	Ace	

Catatan
Mahasiswa hanya dapat mengikuti ujian Skripsi jika sudah konsultasi ke Dosen
Pembimbing minimal 6 kali

Mengetahui,
Ketua Jurusan
Pendidikan Sosiologi

Dr. Jamaluddin Arifin, M.Pd
NBM. 1174893



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar 90221 Telp (0411) 866972, 861593, Fax (0411) 863388

Nomor : 377/A 2-III/VIII/1445/2023
Lamp. :
Hal : Izin Penelitian

27 Muharam 1445 H
14 Agustus 2023 M

Kepada Yth
Bapak Ketua LP3M
Universitas Muhammadiyah Makassar
di -
Makassar

Berdasarkan surat LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar nomor 2244/05/C.4-VIII/VIII/1444/2023 Tanggal 12 Agustus 2023, perihal permohonan Izin Penelitian, dengan data lengkap mahasiswa yang bersangkutan:

Nama : NUR MADHINATUL ILMI
No. Stambuk : 105 33.11011.19
Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Jurusan : Pendidikan Sosiologi
Pekerjaan : Mahasiswa

Kami dari UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar pada dasarnya mengizinkan kepada yang bersangkutan untuk mengadakan penelitian/pengumpulan data dan memanfaatkan bahan pustaka yang ada dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul:

"PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA APLIKASI TIKTOK (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR)"

yang akan dilaksanakan pada tanggal 16 Agustus 2023 s.d 16 Oktober 2023, dengan ketentuan mentaati aturan dan tata tertib yang berlaku.

Demikianlah kami sampaikan, dengan kerjasama yang baik diucapkan banyak terima kasih.

Kepala UPT



Tembusan:
1. Rektor Unismuh Makassar
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Arsip

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
Telepon (0411)866972,881 593,fax (0411)865 588
Website: www.library.unismuh.ac.id
E-mail: perpustakaan@unismuh.ac.id

RIWAYAT HIDUP



Nur Madhinatul Ilmi, lahir di Palopo 30 Mei 2001. Merupakan anak pertama dari 2 bersaudara, buah hati dari pasangan ayahanda H. Muchlis Alwi dan Ibunda Hj. Nursida Satir. Penulis pertama kali menempuh Pendidikan Formal pada tahun 2007 di SD Negeri 187 Bone-bone dan berpindah

pada tahun 2011 di SD Negeri 17 Benteng lulus pada tahun 2013, dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di MTs Negeri Model Palopo lulus pada tahun 2016 kemudian melanjutkan Pendidikan di SMAN 6 Palopo dan lulus pada tahun 2019. Kemudian pada tahun yang sama penulis mendaftar diperguruan tinggi swasta Universitas Muhammadiyah Makassar di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan mengambil jurusan Pendidikan Sosiologi, program studi strata 1 (S1) dengan nomor induk mahasiswa (NIM) 105381101119. Pengalaman organisasi 2020-2021 sebagai Anggota minat dan bakat HIMA Prodi Pendidikan Sosiologi dan departemen bidang hikmah Pikom IMM FKIP. Pada tahun 2021-2022 sebagai ketua bidang humas dan SDM HIMA Prodi Pendidikan Sosiologi, departemen bidang SPM Pikom IMM FKIP, dan anggota bidang PMB UKM HW Unismuh Makassar . Pada tahun 2022-2023 sebagai ketua bidang keilmuan UKM HW Penuntun Abdul Qadir Sarro dan Sekretaris bidang Pemberdayaan Perempuan BEM FKIP dan pada tahun 2018-2019 Ketua Bidang Humas ROHIS SMAN 6 Palopo.