

**GAYA HIDUP *SHOPAHOLIC* DALAM PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA FKIP 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:

Sarmila M

NIM 105381100119

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI
JULI 2023**

MOTTO

Tidak ada yang tidak mungkin di dunia ini asal kita mau berusaha dan berdoa kepada Allah SWT.

PERSEMBAHAN

Karya sederhana yang penuh perjuangan ini kupersembahkan untuk orang tua tercinta, untuk Etta dan Almarhumah mama tersayang, nenek, saudara-saudaraku, dan semua keluargaku.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas nama **Sarmila M, 105381100119** 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. Haniah, M. Pd (.....)
 - 3 Sulvahrul Amin, S. Pd., M. Pd (.....)
 - 4 Indah Ainun Mufiara, S. Pd, M. Pd (.....)

Mengetahui

Dekan FKIP
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ketua Program Studi
Pendidikan Sosiologi

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

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Gaya Hidup *Shopaholic* Dalam Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP
Universitas Muhammadiyah Makassar
Nama : **Sarmila M**
NIM : **105381100119**
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

Dr. St. Haniah, M. Pd.

Pembimbing II

Dr. Sitti Asnaeni Am. S. Sos., 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



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 : Sarmila M
Stambuk : 105381100119
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Dengan Judul : Gaya hidup *shopaholic* dalam perilaku konsumtif mahasiswa FKIP 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.

2023

Makassar, 11 Oktober

Yang Membuat Pernyataan


Sarmila M



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 : Sarmila M
Stambuk : 105381100119
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
- 5.

Demikian perjanjian ini saya buat dengan penuh kesadaran.

2023

Makassar, 11 Oktober

Yang Membuat Perjanjian

Sarmila M

ABSTRAK

Sarmila M, 2023. *Gaya Hidup Shopaholic dalam Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Makassar. Skripsi, Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Makassar. Pembimbing I St. Haniah dan Pembimbing II Sitti Asnaeni AM.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebab terjadinya gaya hidup *shopaholic* mahasiswa FKIP Unismuh Makassar dan untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan dari gaya hidup *shopaholic* mahasiswa FKIP Unismuh Makassar.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dilaksanakan dalam jangka waktu dua bulan yang berlokasi di Universitas Muhammadiyah Makassar. Teknik penentuan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan deskriptif analisa. Adapun teknik keabsahan data menggunakan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebab terjadi gaya hidup *shopaholic* mahasiswa FKIP Unismuh Makassar adalah terdiri dari dua jenis faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu yaitu kesenangan diri, sedangkan faktor eksternal yang berasal dari luar diri individu adalah faktor dari media sosial dan lingkungan sekitar. Adapun dampak yang ditimbulkan dari gaya hidup *shopaholic* Mahasiswa FKIP Unismuh Makassar terbagi menjadi dua jenis dampak yaitu dampak negatif dan dampak positif. Dampak negatifnya berupa munculnya kecanduan dan ketergantungan, serta meningkatnya pengeluaran atau boros. Adapun dampak positifnya yaitu meningkatnya kepercayaan diri.

Kata Kunci: Belanja; Gaya Hidup; Konsumtif; *Shopaholic*

ABSTRACT

Sarmila M, 2023. *Shopaholic Lifestyle in Consumptive Behavior of FKIP Students at Muhammadiyah University Makassar*. Thesis, Sociology Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education, Muhammadiyah University of Makassar. Supervisor I St. Haniah and Supervisor II Sitti Asnaeni AM.

This research aims to determine the causes of the shopaholic lifestyle of FKIP Unismuh Makassar students and to determine the impact of the shopaholic lifestyle of FKIP Unismuh Makassar students.

The type of research used in this research is qualitative research with a descriptive approach. Implemented within a period of two months located at the University of Muhammadiyah Makassar. The informant determination technique in this study used a purposive sampling technique. Data analysis techniques using descriptive analysis. The data validity technique uses triangulation.

The research results show that the cause of the shopaholic lifestyle of FKIP Unismuh Makassar students consists of two types of factors, namely internal factors and external factors. Internal factors come from within the individual, namely self-pleasure, while external factors that come from outside the individual are factors from social media and the surrounding environment. The impacts resulting from the shopaholic lifestyle of Mahasiswa FKIP Unismuh Makassar are divided into two types of impacts, namely negative impacts and positive impacts. The negative impact is the emergence of addiction and dependence, as well as increased spending or extravagance. The positive impact is increased self-confidence.

Keywords: Shopping; Lifestyle; Consumptive; Shopaholic

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT., atas berkat limpahan nikmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Selawat tidak lupa pula kita kirimkan kepada Rasulullah SAW., keluarga, dan sahabatnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai karena peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Gaya Hidup *Shopaholic* dalam Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Makassar.”

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Makassar. Terdapat banyak hambatan dan rintangan yang peneliti hadapi saat menyusun skripsi ini. Namun akhirnya skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

Orang tua saya tercinta, Bapak Mahmuddin Dg. Empo dan Ibu Alm. Samsidar, saudara-saudara saya, serta keluarga saya keseluruhan yang telah memberikan semangat serta mendukung peneliti, baik dengan dukungan moril, materil, serta doa restu, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar, Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag. dan Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yakni Bapak Erwin Akib, 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 yakni Bapak Sam'un Mukramin, S.Pd., M.Pd., beserta seluruh para dosen.

Ibu Dr. St. Haniah, M.Pd., sebagai pembimbing I (satu) dan Ibu Dr. Sitti Asnaeni Am, S.Sos., M.Pd., sebagai pembimbing II (dua) yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan berbagai pengetahuan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih juga kepada teman-teman, sahabat saya, Mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi khususnya kelas Sosiologi 19 A yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan dukungannya. Sebagai manusia biasa, peneliti menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati peneliti mengharapkan saran dan kritikan yang positif dari para pembaca.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Semoga Allah SWT., senantiasa menilai amal perbuatan kita sebagai ibadah, dan semua yang telah kita kerjakan dengan niat baik mendapatkan berkah. Amin Ya Rabbal Alamin.

Makassar, 17 September 2023

Sarmila M

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
SURAT PERJANJIAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ii
ABSTRAK	vii
ABTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Operasional.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Kajian Konsep.....	10
B. Kajian Teori	27
C. Kerangka Pikir	32
D. Hasil Penelitian Terdahulu.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	39
B. Informan Penelitian.....	42
C. Fokus Penelitian	43
D. Instrumen Penelitian.....	44

E. Jenis dan Sumber Data	45
F. Teknik Pengumpulan Data	46
G. Teknik Analisis Data	49
H. Teknik Keabsahan Data	50
I. Etika Penelitian	50
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	52
A. Sejarah Universitas Muhammadiyah Makassar	52
B. Letak Geografis Universitas Muhammadiyah Makassar	55
C. Visi, Misi, dan Tujuan Universitas Muhammadiyah Makassar	56
D. Keadaan Pendidikan	57
E. Sumber Daya Universitas Muhammadiyah Makassar	58
F. Fasilitas Universitas Muhammadiyah Makassar	59
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
A. Hasil Penelitian	60
B. Pembahasan	74
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

No Tabel	Nama Tabel	Halaman
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel II.2	Jadwal Penelitian.....	41



DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Nama Gambar	Halaman
Gambar II.1	Bagan Kerangka Pikir.....	34
Gambar IV.1	Lokasi Universitas Muhammadiyah Makassar	56



DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Nama Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Daftar Informan	88
Lampiran 2	Instrumen Penelitian	91
Lampiran 3	Dokumentasi Penelitian	94
Lampiran 4	Surat Izin Penelitian.....	99
Lampiran 5	Surat Keterangan Bebas Plagiat	100
Lampiran 6	Hasil Uji Plagiasi	101
Lampiran 7	Riwayat Hidup.....	107



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi merupakan perubahan global yang melanda seluruh dunia. Dampak yang terjadi sangatlah besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia di semua lapisan masyarakat, baik di bidang ekonomi, sosial, politik, teknologi, lingkungan, budaya, dan sebagainya. Hal ini disebabkan adanya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang akan mengubah pola perilaku konsumsi masyarakat.

Secara dinamis, dunia berkembang secara terus menerus tanpa ada yang bisa mengontrol gerak perkembangannya, perkembangan yang kini dimaksud memasuki era dimana dunia terasa menjadi semakin kecil atau diumpamakan dunia sebagai desa global, dikarenakan semua yang berkaitan dengan informasi, budaya, modal dengan cepat bergerak tanpa adanya halangan batas – batas kedaulatan.

Globalisasi merupakan salah satu hal yang menjadi pusat perhatian baik pebisnis maupun konsumen karena diikuti dengan perkembangan teknologi sehingga memberi dampak bagi perkembangan pasar. Suatu sistem yang merujuk pada revolusi secara terus berlanjut atas pembentukan pasar baru dan sarana produksi.

Perkembangan zaman mempengaruhi perkembangan teknologi yang semakin canggih dan informasi yang memudahkan kita, Adapun yang

dihasilkan oleh perkembangan zaman ini yaitu “mode”, setiap individu mengikuti perubahan mode agar lebih modern. Banyaknya *trend fashion* dari luar negeri yang masuk di Indonesia berhasil menarik perhatian kalangan anak muda untuk mengikuti gaya yang sedang *trend*. Mode merupakan salah satu hal yang diincar oleh konsumen mempunyai keinginan untuk mengikuti *trend* tersebut. Produk produk yang diinginkan banyak ditawarkan sebagai media seperti, televisi, sosial media, majalah, dan situs internet.

Perubahan mode yang terjadi secara terus menerus dapat membentuk seseorang menjadi lebih konsumtif yang membuat pola belanjanya terlalu insentif. Sehingga individu lebih memperhatikan faktor keinginan daripada kebutuhan, dan cenderung dikuasai oleh kesenangan material semata dan hasrat duniawi.

Kapitalisme berusaha membentuk citra orang sukses adalah yang mempunyai banyak barang sehingga konsumen akan terus berbelanja tanpa memperdulikan apakah barang tersebut mereka perlukan atau hanya sekedar untuk memenuhi keinginannya yang tidak terbatas.

Seiring berkembangnya jaman, tentunya akan selalu memicu adanya *trend – trend* baru yang dianggap eksis dimasa itu. Perkembangan ini bisa dari segala macam ide, dari teknologi hingga cara berpenampilan. Dari setiap perkembangan tersebut, tentunya menimbulkan rasa ketertarikan tersendiri bagi siapa saja yang melirik dan tentunya dianggap keren jika mengikuti alur perkembangan tersebut. Maka dari itu, tak sedikit orang – orang yang selalu

mengikuti perkembangan *trend* tersebut, apalagi dikalangan remaja yang sifatnya penasaran atau selalu ingin tahu.

Salah satu perkembangan yang dominan terlihat ialah cara berpakaian atau *fashion* yang sering digandrungi oleh anak – anak muda jaman sekarang. Penampilan tersebut meliputi baju, celana, dress, rok dan aksesoris lainnya serta berbagai hal yang berkaitan dengannya.

Gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa disebut juga modernitas. Maksudnya adalah setiap individu yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan pandangan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain.

Gaya hidup diikuti hampir semua masyarakat yang berpenghasilan tinggi maupun berpenghasilan rendah, gaya hidup juga meliputi hampir seluruh usia baik dewasa bahkan yang sudah tergolong usia lanjut, remaja dan anak – anak. Gaya ini dipengaruhi oleh lingkungan, pendapatan, dan orang tua. Pada anak – anak gaya hidup mereka dipengaruhi oleh orang tua baik dari segi penampilan, cara berpakaian, dan penggunaan barang elektronik (smartphone).

Seseorang yang mempunyai pola hidup yang cenderung ingin berbelanja secara terus menerus tanpa mempertimbangkan antara kebutuhan dengan keinginan menghabiskan banyak uang, waktu, cara, gaya hidup ini disebut dengan gaya hidup “*shopaholic*”.

Shopaholic adalah seseorang yang tidak mampu menahan keinginannya untuk berbelanja sehingga menghabiskan begitu banyak waktu

dan uang untuk berbelanja meskipun barang – barang yang dibelinya tidak selalu ia butuhkan.

Pengaruh globalisasi sangat kelihatan di kota – kota besar termasuk kota Makassar. Perkembangan di bidang ekonomi yang semakin pesat menyebabkan terjadinya pergeseran pola konsumsi masyarakat. Pemuda merupakan kelompok usia yang sedang berada pada periode transisi perkembangan secara psikis dan emosional menuju masa dewasa, yang melibatkan perubahan – perubahan biologis, kognitif, dan sosio – emosional. Pada masa – masa tersebut, para pemuda sedang berada pada tahap pencarian identitas sehingga mereka biasanya menciptakan suatu yang berbeda, baik dari sisi pakaian, gaya rambut, cara berdandan, maupun bertingkah laku, tak terkecuali pemuda yang sedang berstatus sebagai mahasiswa dan menuntut Pendidikan pada perguruan tinggi atau Universitas.

Dari segi penampilan gaya hidup *shopaholic* mahasiswa dapat dilihat dari seberapa sering mereka berbelanja, fashion yang digunakan serta cara bergaulnya. Pelajar yang mempunyai gaya hidup *shopaholic* cenderung bergaya keren, menggunakan barang yang bermerek, menarik, memiliki standar hidup mewah serta cepat mengikuti perkembangan zaman. Adapun penunjang dalam penampilan sebagai penggunaan sepatu, sandal, dan aksesoris lainnya selalu menjadi incaran para remaja pada zaman sekarang ini agar terlihat lebih *up to date*.

Citra diri seseorang cenderung terkait bahwa dengan menggunakan barang yang bermerek maka status sosialnya akan terangkat termasuk

mahasiswa yang sedang menempuh Pendidikan di kota – kota besar (Makassar). Kondisi ini diperparah dengan adanya pernyataan bahwa masa – masa mahasiswa adalah masa – masa dimana pencarian jati diri. kebutuhan akan uang kost, buku-buku kuliah, kebutuhan sehari – sehari tidak kalah penting dengan belanja untuk pemenuhan gaya hidup yang bernuansa modern seperti membeli barang yang bermerk dengan kualitas tinggi.

Remaja menjadi sasaran empuk bagi kapitalisme dengan menciptakan produk yang baru dengan memberi akses memudahkan dalam berbelanja seperti tanpa perlu keluar rumah kita sudah bisa membeli barang yang diinginkan sehingga menjadikan mahasiswa sebagai generasi konsumtif. Diperparah lagi jika mahasiswa tersebut memiliki latar belakang keluarga yang berada.

Menggunakan pakaian yang sesuai dengan model terkini dapat menjadikan eksistensi kaum muda dihargai. Keinginan memiliki benda – benda khususnya pakaian yang sesuai mode dapat membuat mahasiswa mendapatkan pengakuan dalam status sosial kelas atas dari mahasiswa lainnya. Perilaku konsumtif yang dilakukan di beberapa kalangan ini mendorong kemudian seorang individu untuk memiliki gaya hidup *shopaholic*, tidak terkecuali di kalangan mahasiswa.

Berdasarkan hasil observasi awal yang telah dilakukan mengenai Gaya hidup *Shopaholic* dalam perilaku konsumtif pada mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Makassar, mahasiswa selalu ingin berpenampilan menarik dengan mengikuti *trend fashion* saat ini. Mereka menghabiskan

uangnya secara boros dengan mengejar diskon di mall, toko maupun di *Online shopping*, sering gonta – ganti pakaian, sering membeli baju di media sosial atau *online shop*, sering pergi ke pusat perbelanjaan produk *Fashion*. Mahasiswa selalu ingin berpenampilan menarik dan ingin menunjukkan eksistensi dirinya sehingga mahasiswa cenderung memenuhi kebutuhan sekundernya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti akan mengkaji tentang **“Gaya hidup *shopaholic* dalam perilaku konsumtif pada Mahasiswa FKIP Unismuh Makassar.”**

B. Rumusan Masalah

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

1. Apa yang menyebabkan gaya hidup *shopaholic* mahasiswa FKIP Unismuh Makassar?
2. Bagaimana dampak yang ditimbulkan dari gaya hidup *shopaholic* mahasiswa FKIP Unismuh Makassar?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk Mengetahui penyebab terjadinya gaya hidup *shopaholic* mahasiswa FKIP Unismuh Makassar
2. Untuk mengetahui bagaimana dampak yang ditimbulkan dari gaya hidup *shopaholic* mahasiswa FKIP Unismuh Makassar

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Sebagai sumbangsih pemikiran untuk mengembangkan khazanah keilmuan dalam dunia Pendidikan
 - 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 kajian bagi mahasiswa
 - b. Bagi pemerintah, untuk memberikan input dan tambahan informasi tentang gaya hidup konsumtif mahasiswa
 - c. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini bisa memberikan tambahan ilmu pengetahuan dan wawasan yang lebih luas khususnya bagi mahasiswa
 - d. Bagi peneliti, sebagai sumber informasi dan referensi dalam pengembangan penelitian yang berkaitan dengan gaya hidup *shopaholic* dalam perilaku konsumtif mahasiswa

E. Definisi Operasional

1. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan cara hidup seseorang untuk menghabiskan waktu (aktivitas) yang mereka anggap penting dalam lingkungannya, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri

dan lingkungan sekitarnya. Cara hidup yang dilakukan setiap masyarakat biasanya berbeda-beda bergantung pada aktivitasnya sehari-hari, baik karena kebutuhan maupun pengaruh lingkungan sekitar yang meliputi: keluarga, pekerjaan, komunitas, bisnis, politik, pendidikan, dan masa depan (Fatmawati, 2020).

2. *Shopaholic*

Shopaholic berasal dari kata *shop* yang berarti belanja dan *aholic* yang berarti ketergantungan baik secara sadar maupun tidak sadar. Maka, pengertian *shopaholic* adalah seorang individu yang tidak dapat menahan keinginannya untuk selalu berbelanja kebutuhan yang tidak dibutuhkan sehingga aktivitas belanja tersebut dapat menghabiskan uang, tenaga dan waktu (Brilianaza & Sudrajat, 2022).

3. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan (khususnya yang berkaitan dengan respon terhadap konsumsi barang-barang sekunder, yaitu barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan). konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok (Fajrul Amiruddin, 2018a).

4. Mahasiswa

Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi baik di universitas, institut atau akademi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi dapat disebut sebagai mahasiswa.

kemahasiswaan, berasal dari sub kata mahasiswa. sedangkan mahasiswa terbagi lagi menjadi dua suku kata yaitu maha dan siswa. maha artinya “ter” dan siswa artinya “pelajar” jadi secara pengertian mahasiswa artinya terpelajar. Mahasiswa adalah Seorang agen pembawa perubahan (Qomarudin et al., 2021).



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Konsep

1. Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan cara hidup seseorang untuk menghabiskan waktu (aktivitas) yang mereka anggap penting dalam lingkungannya, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan lingkungan sekitarnya . Cara hidup yang dilakukan setiap masyarakat biasanya berbeda-beda bergantung pada aktivitasnya sehari-hari, baik karena kebutuhan maupun pengaruh lingkungan sekitar yang meliputi: keluarga, pekerjaan, komunitas, bisnis, politik, pendidikan, dan masa depan (Angelia et al., 2022).

Gaya hidup merupakan suatu pola atau cara seseorang untuk menunjukkan keaktualisasian dirinya kepada lingkungan disekitarnya. Individu dapat menunjukkan kualitas dirinya melalui cara yang berbeda atau unik. Siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Istilah ini memiliki arti sosiologis yang terbatas dengan merujuk pada gaya hidup khas dari berbagai kelompok tertentu. Gaya hidup dilihat sebagai suatu usaha individu dalam membentuk identitas diri dalam interaksi sosial. Gaya hidup merupakan kerangka acuan yang digunakan seseorang dalam bertingkah laku dan

konsekuensinya akan membentuk pola perilaku tertentu. Terutama bagaimana dia ingin dipersepsikan oleh orang lain sehingga gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana ia membentuk citra diri di mata orang lain, dan berkaitan dengan status sosial yang disandangnya (Septiani Putri et al., 2019).

Gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa juga disebut modernitas, maksudnya adalah siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan yang lainnya. Pola-pola kehidupan sosial yang khusus seringkali disederhanakan dengan istilah budaya. Sementara itu, gaya hidup tergantung pada bentuk – bentuk kultural, tata krama, cara menggunakan barang – barang, tempat dan waktu yang merupakan karakteristik suatu kelompok. Gaya hidup pribadi menimbulkan permintaan akan pencarian barang, jasa, ataupun aktivitas secara pribadi yang membentuk pola pergaulan yang dirasakan.

Gaya hidup adalah cara mengekspresikan diri agar sesuai dengan cara-cara seperti apa seseorang ingin dipersepsikan sehingga dapat diterima oleh kelompok sosial dengan pola perilaku tertentu. Gaya hidup sangat berkaitan erat dengan perkembangan jaman dan teknologi. Semakin bertambahnya zaman dan semakin canggihnya teknologi, maka semakin berkembang luas pula penerapan gaya hidup oleh manusia dalam kehidupan sehari – hari.

Gaya hidup merupakan kebiasaan seseorang yang sesuai dengan perkembangan zaman atau tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain, yang berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh yang tidak hidup dalam masyarakat modern. Gaya hidup tidak benar-benar dibutuhkan seseorang, namun hanya sekedar tidak mau kalah dengan yang lain sehingga berlomba-lomba mengikuti trend (Antara et al., 2021).

Gaya hidup seseorang diterapkan dalam kegiatan hidup sehari-hari baik berupa aktifitas, minat maupun opini. Aktifitas yang dilakukan seseorang berkaitan dengan cara seseorang tersebut dalam mempergunakan waktunya. Minat merupakan suatu hal menarik yang bisa membuat seseorang memikirkan jati diri serta lingkungan sekitarnya. Pencarian jati diri oleh mahasiswa dapat dilihat melalui perilaku yang diperlihatkan dalam kehidupan yang ditampilkan.

Seseorang dikatakan memiliki gaya hidup yang wajar jika hal tersebut tidak membuatnya melakukan kepentingan akademik dan pekerjaan. Saat ini kebanyakan orang lebih mengutamakan aspek gaya hidup dibandingkan hal lainnya, mereka mementingkan kesenangan bahkan mereka rela mengorbankan apapun demi mendapatkan kesenangan tersebut tanpa memikirkan efek yang ditimbulkan oleh hal yang mereka inginkan. Kecenderungan inilah yang saat ini kita kenal dengan istilah gaya hidup hedonis atau gaya hidup yang mementingkan kesenangan yang identik dengan materi. Remaja sebagai generasi penerus bangsa pada kenyataannya saat ini

juga ikut terbawa arus gaya hidup hedonis, terutama di kalangan mahasiswa. Hal ini terjadi karena mahasiswa mempunyai peluang yang sangat tinggi dalam mengikuti *trend* yang terjadi saat ini dibandingkan tingkatan remaja lainnya(Hidayati & Ikhwan, 2019).

b. Macam – macam Gaya Hidup

Dalam dunia modern gaya hidup membantu mendefinisikan sikap, nilai – nilai, dan menunjukkan kekayaan serta posisi sosial seseorang. Adapun macam – macam gaya hidup.

- 1) Gaya hidup mandiri, yaitu kemampuan untuk hidup tanpa tergantung dengan yang lain
- 2) Gaya Hidup Moderen, yaitu dimana keinginan akan penggunaan teknologi dan informasi digital. Yaitu dimana keinginan akan penggunaan teknologi dan informasi digital.
- 3) Gaya Hidup Sehat, Gaya hidup ini adalah gaya hidup yang tepat untuk dijalani, hidup dengan lingkungan, pola makan, dan fikiran yang sehat yang dapat memberikan hasil baik dan positif.
- 4) Gaya Hidup Hedonis, Gaya hidup hedonisme merupakan suatu pola pikir yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup semata, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain dan selalu ingin jadi pusat perhatian.
- 5) Gaya Hidup Bebas, Gaya hidup ini dimana dalam menjalankan kehidupan seseorang mengikuti kehendak hati tanpa terikat oleh aturan yang ada di masyarakat.

- 6) Gaya Hidup Hemat, Hidup sesuai dengan kemampuan, konsumen yang mampu berfikir secara ketat terkait pengelolaan uangnya.

Berdasarkan keenam poin macam – macam gaya hidup tersebut maka dapat dijelaskan bahwa gaya hidup mandiri adalah kemampuan hidup tanpa tergantung mutlak kepada orang lain, untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Sementara gaya hidup modern adalah istilah yang sering kali digunakan untuk menggambarkan gaya hidup yang sarat dengan teknologi dan kecanggihan. Teknologi sangat berperan untuk mengifisienkan segala sesuatu yang kita lakukan, baik dimasa kini maupun dimasa depan, dengan satu tujuan mencapai efisiensi dan produktivitas maksimum, di jaman sekarang ini yang serba modern dan praktis, menuntut masyarakat untuk tidak ketinggalan dalam segala hal.

Gaya hidup sehat adalah pilihan sederhana yang sangat tepat untuk dijalankan, hidup dengan pola makan, fikiran, kebiasaan dan lingkungan yang sehat, sehat dalam arti kata mendasar adalah segala hal yang kita kerjakan memberikan hasil yang baik dan positif. Berbeda dengan gaya hidup hedonis yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenangi, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Sejalan dengan gaya hidup bebas yang mencerminkan cara hidup dengan mengikuti kehendak hati tanpa terikat oleh aturan yang berlaku dimasyarakat, gaya hidup bebas sangat baik bagi penganutnya. Sementara gaya hidup hemat ialah sesuai dengan kemampuan namun dalam artian bukan hidup boros.

Menurut artikel yang berjudul Gaya hidup shopaholic sebagai bentuk perilaku konsumtif yang dituliskan oleh Ahmad Fajrul Amiruddin (Fajrul Amiruddin, 2018b).

- 1) Gaya hidup *shopaholic* pada mahasiswa dapat dilihat dari segi penampilan serta cara bergaulnya. Mahasiswa yang memiliki gaya hidup *shopaholic* selalu berpenampilan menarik, mengenakan fashion bermerek, mengikuti perkembangan jaman dengan sangat cepat, serta memiliki standart hidup menengah ke atas. Dari segi penampilan, cara berpakaian mahasiswa tersebut selalu terkesan menarik. Bagi mahasiswa yang tidak bisa membeli barang asli yang harganya jutaan rupiah, biasanya mereka membeli barang dengan kualitas tas branded replika.
- 2) Faktor-faktor yang menyebabkan gaya hidup *shopaholic* pada mahasiswa lain yaitu:
 - (a) gaya hidup mewah;
 - (b) pengaruh dari keluarga;
 - (c) iklan;
 - (d) mengikuti trend;

(e) banyaknya pusat-pusat perbelanjaan;

(f) pengaruh lingkungan pergaulan.

3) Dampak positif gaya hidup *shopaholic* antara lain sebagai penghilang stress dan untuk mengikuti perkembangan jaman. Sedangkan dampak negatif gaya hidup *shopaholic* antara lain adalah terbentuknya perilaku konsumtif, boros, dan kecanduan.

2. *Shopaholic*

a. Pengertian *Shopaholic*

Shopaholic berasal dari kata *shop* yang artinya belanja dan *aholic* yang artinya suatu ketergantungan yang disadari atau tidak. *Shopaholic* adalah seseorang yang tidak mampu menahan keinginannya untuk berbelanja sehingga menghabiskan begitu banyak waktu dan uang untuk berbelanja meskipun barang yang dibelinya tidak selalu dibutuhkan.

Shopaholic atau gila berbelanja merupakan perilaku seseorang yang tidak mampu menahan keinginannya untuk berbelanja tanpa memedulikan uang dan waktu yang dihabiskan untuk berbelanja sekali pun barang-barang yang dibeli tidak selalu yang dibutuhkan olehnya. *Shopaholic* menunjukkan pola belanja berlebihan yang dilakukan secara terus menerus yang dilakukan dengan banyak cara, menghabiskan banyak waktu, dan menghabiskan banyak uang untuk membeli atau mendapatkan barang-barang yang diinginkan meskipun barang-barang tersebut bukan merupakan kebutuhan pokoknya (Andini Wahyudi & Pratitis, 2021).

b. Jenis jenis *Shopaholic*

1) *Shopaholic* Pemburu image

Mereka yang berburu mencari – cari berbagai aksesoris yang lebih bagus untuk pakaian. Mengoleksi dan memakai berbagai barang yang sesuai dengan perkembangan *trend fashion*.

2) *Shopaholic* Kompulsif

Mereka yang berbelanja untuk menghasilkan perasaan, jika merasa situasi kurang menyenangkan, maka akan merasa senang jika berbelanja. *Mood* negatif selalu cepat memicu keinginan mereka untuk shopping dan menghamburkan uang.

3) *Shopaholic* Diskonan

Membeli barang bukan karena suatu kebutuhan yang riil, namun hanya karena mereka merasa mendapatkan *deal* yang oke, mereka senang saat mendapatkan barang yang bukan kebutuhan. Bagi mereka yang penting tidak ketinggalan diskon atau “*sale*”.

4) *Shopaholic* Komplusif

Membeli sesuatu yang tidak dibutuhkan, namun semata – mata membeli untuk mendapatkan cinta atau penerimaan diri dari orang lain, seperti diterima oleh teman satu *genk*, atau ingin diakui dalam lingkungan sosialnya.

5) *Shopaholic* Bulimia

Persis seperti orang bulimia yang selalu ingin makan segala sesuatu padahal ia tidak lapar. Kemudian dimuntahkan Kembali karena takut gemuk. Maka *shopaholic* jenis ini akan Kembali kemudian akan membuang –

buangnya kemana – mana secara tidak jelas. Kemudian Kembali lagi ingin membeli dan tidak dipakainya.

6) *Shopaholic* Kolektor

Rasa harus memiliki suatu set lengkap dari suatu hal atau membeli banyak hal agar memiliki seluruh model dan warna – warni berbeda. Bukan karena dipakai untuk diganti – ganti, namun hanya ingin mempunyai satu set lengkap saja.

c. Faktor penyebab *shopaholic*

Shopaholic terjadi karena beberapa faktor luar dan dalam diri seseorang. ada 3 faktor yang menjadi penyebab seseorang menjadi *shopaholic*:

1) Pengaruh dari dalam diri sendiri

Seorang *shopaholic* memiliki kebutuhan emosi yang tidak terpenuhi sehingga merasa kurang percaya diri dan tidak dapat berfikir tentang dirinya sendiri sehingga beranggapan bahwa belanja membuat dirinya lebih baik.

2) Pengaruh dari keluarga

Peran keluarga khususnya orangtua dapat mempengaruhi kecenderungan seseorang untuk menjadi *shopaholic*. Orangtua yang membiasakan anaknya menerima uang atau benda – benda secara berlebihan, secara tidak langsung mengajarkan kepada anaknya untuk lebih konsumtif.

3) Pengaruh lingkungan pergaulan

Lingkungan pergaulan berpengaruh besar dalam membentuk kepribadian seseorang. Memiliki teman yang hobi berbelanja dengan menimbulkan rasa ingin meniru dan memiliki apa yang dimiliki oleh teman pergaulannya.

3. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Istilah konsumtif berasal dari Bahasa Inggris *consumptive* yang berarti sifat mengkonsumsi, memakai, menggunakan, menghabiskan sesuatu berperilaku boros untuk mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Dalam artian luas, konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah – mewah.

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara berlebihan terhadap penggunaan suatu produk. Lebih lanjut, perilaku konsumtif juga diartikan sebagai tindakan memakai suatu produk secara tidak tuntas. Artinya, seseorang membeli produk bukan karena produk yang dipakai telah habis, melainkan karena adanya iming-iming hadiah yang ditawarkan atau bahkan produk tersebut sedang *trend* (Mustomi et al., 2020)

Perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan kehidupan yang mewah dan berlebihan dan pola hidup yang didorong karena suatu keinginan selain itu untuk mencari kesenangan dan mengikuti *trend* yang sedang berkembang. Perilaku konsumtif juga dapat terjadi pada segala aspek seperti

pembelian produk makeup, berbelanja makanan, pakaian, dan berbagai barang yang lain. Perilaku konsumtif tidak memandang perbedaan gender, karena laki-laki dan perempuan pada dasarnya memiliki pola berperilaku yang sama. Pada kondisi saat ini gaya hidup dan penampilan merupakan hal yang penting dikalangan mahasiswa, sering kali hal yang dilakukan bukan merupakan suatu kebutuhan yang utama, namun hanya untuk memenuhi keinginan dan mengejar gengsi. Dengan mengutamakan penampilan mahasiswa memiliki kebiasaan dalam membeli suatu barang atau sering disebut dengan belanja. Belanja merupakan kata yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari dalam konteks perekonomian. Belanja yang berlebihan biasa disebut sebagai perilaku konsumtif (Natasha Luas et al., n.d.-a).

b. Karakteristik perilaku konsumtif

karakteristik atau indikator perilaku konsumtif adalah sebagai berikut :

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.

Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.

2. Membeli produk karena kemasannya menarik.

Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang berbeda dari yang lainnya. Kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat seseorang membeli barang tersebut.

3. Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi.

Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan dengan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan.

4. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar kebutuhan atau manfaat).

Pembeli cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol atau status.

Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

6. Membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.

Individu memakai sebuah barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idola dari pembeli tersebut.

7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.

Individu membeli barang atau produk bukan berdasarkan kebutuhan tetapi karena memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan diri.

8. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda.

Konsumen akan cenderung menggunakan produk dengan jenis yang sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya (Teori & Konsumtif, n.d.).

c. Aspek – aspek perilaku konsumtif

Ada 2 aspek mendasar dalam perilaku konsumtif :

1. Adanya suatu keinginan mengkomsumsi secara berlebihan. Hal ini akan menimbulkan pemborosan dan bahkan efisiensi biaya, apalagi remaja yang belum mempunyai penghasilan sendiri.

a. Pemborosan

Perilaku konsumtif yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Perilaku ini hanya berdasarkan pada keinginan untuk mengkomsumsi barang – barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

b. Inefisiensi Biaya

Pola komsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja yang biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut – ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya sehingga menimbulkan efisiensi biaya.

2. Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata. Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama

melainkan kebutuhan yang dipenuhi hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak. Padahal hal ini justru akan menimbulkan kecemasan. Rasa cemas disini timbul karena merasa harus tetap mengikuti perkembangan dan tidak ingin dibilang ketinggalan.

a. Mengikuti Mode

Di kalangan remaja yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi cukup berada, terutama di kota – kota besar, mall sudah menjadi rumah kedua. 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.

b. Memperoleh pengakuan sosial

Perilaku konsumtif pada remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri.

d. Indikator perilaku konsumtif

1. Membeli produk karena iming – iming hadiah

Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.

2. Membeli produk karena kemasannya menarik.

Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang berbeda dari yang lainnya. Kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat seseorang membeli barang tersebut.

3. Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi

Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan dengan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan.

4. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat).

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol atau status.

Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.

Individu memakai sebuah barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idola dari pembeli.

7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya dirinya.

8. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda. Konsumen akan cenderung menggunakan produk dengan jenis yang sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

e. Karakteristik perilaku konsumtif

1. Pembelian yang impulsif

Adalah pembelian yang dilakukan tanpa rencana. Pembelian itu dibagi menjadi dua, yaitu pembelian yang disugesti (*Sugesti Buying*) dan pembelian tanpa rencana berdasarkan ide saran orang lain. Sedangkan pembelian pengingat adalah pembelian tanpa rencana yang didasarkan pada ingatan saja.

2. Pembelian yang tidak rasional

Adalah pembelian yang dilakukan berdasarkan motif emosional. Loudon Bitta menunjukkan bahwa faktor emosional berkaitan dengan perasaan atau emosi seseorang seperti rasa cinta, kenyamanan, kebanggaan, kepraktisan dan status sosial. Perbedaan dengan faktor rasional yang menekankan pada kebutuhan yang sesungguhnya.

3. Pembelian yang bersifat pemborosan

Adalah pembelian yang mengeluarkan uang yang lebih besar daripada pendapatannya yang digunakan untuk hal – hal yang kurang diperlukan.

f. Dampak perilaku konsumtif

Semua hal yang dilakukan pastilah akan memiliki dampak, baik itu positif maupun negative, begitu pula dengan perilaku konsumtif. Dampak

ekonomi dari perilaku konsumtif diantaranya dapat menimbulkan masalah keuangan pada keluarga. Jika individu berasal dari keluarga mampu, dampak ekonomi ini mungkin tidak akan dirasakan. Namun, dampak ini akan menjadi masalah jika individu berasal dari keluarga biasa atau kurang mampu . Individu akan mengalami kesulitan dalam mengelola pengeluaran keuangan sehari – hari. Permasalahan ini menjadi bertambah besar individu mencari tambahan pendapatan dengan menghalalkan segala cara. Mulai dari bertambah jam bekerja diluar jam belajar sampai larut malam, bahkan sampai rela melakukan pekerjaan tidak halal.

Berdasarkan sudut pandang psikologis, perilaku konsumtif menyebabkan seseorang merasa cemas dan tidak aman, hal ini dikarenakan selalu merasa ada kebutuhan untuk membeli barang yang mereka inginkan, namun kegiatan pembelian tersebut tidak didukung oleh dukungan finansial yang memadai sehingga menimbulkan rasa cemas karena keinginan mereka tidak terpenuhi Orang akan merasa rendah diri jika tidak bisa membeli apa yang diinginkannya dan masalah perilaku konsumtif merupakan sesuatu yang sering terjadi di kalangan mahasiswa jika perilaku tersebut terus menerus dilakukan maka akan berdampak merugikan pada individu tersebut, misalnya yaitu seseorang tidak puas dengan dirinya sendiri dan tidak mensyukuri apa yang dimiliki atau yang hilang(Natasha Luas et al., n.d.-b).

Selain dampak – dampak yang sudah dijelaskan di atas, sumber lain juga menjelaskan beberapa dampak negative dari perilaku konsumif, diantaranya adalah :

1. Sifat boros, yang hanya menghamburkan – hamburkan uang dalam arti hanya menuruti nafsu belanja dan keinginan semata.
2. Kesenjangan atau ketimpangan sosial, artinya dikalangan masyarakat terdapat kecemburuan, rasa iri, dan tidak suka didalam lingkungannya dia berada.
3. Tindakan kejahatan, artinya seseorang menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan barang yang diinginkannya.
4. Akan memunculkan orang – orang yang tidak produktif, dalam arti tidak dapat menghasilkan uang melainkan hanya memakai dan membelanjakan.

B. Kajian Teori

1. Teori Jean Baudrillard

Dalam teorinya mengenai Masyarakat konsumsi, menyebut logika masyarakat konsumsi tidaklah hanya sebatas pemenuhan kebutuhan akan nilai guna barang dan jasa, namun juga pemenuhan akan Hasrat, yang kemudian membawa pada pemenuhan akan tanda – tanda, sehingga yang terpenting sekarang dalam memberi barang adalah nilai barang tersebut, yang berupa kesan dan citra. Kesan atau citra tersebut nantinya akan menjunjung dan menunjukkan status atau nilai sosial dalam kehidupannya, sehingga saat mereka memiliki sumber daya dalam hal ini uang, maka logika konsumsi yang

semula untuk memenuhi kebutuhan akan fungsinya akan bergeser menjadi logika untuk memenuhi kebutuhan akan gengsi dan prestise.

Ruang maya yang menjadi ciri paling menonjol dari kehidupan masyarakat era sekarang memberikan ruang sebeb – bebasnya untuk menunjukkan hal tersebut, yang mana tanpa adanya filtrasi dan dengan sangat genjar mereka membentuk kontruksi dunia, memaksa orang – orang untuk masuk kedalam dan terpengaruh untuk menjadi seperti mereka, kebutuhan agar diakui dalam interaksi telah disusupi oleh informasi – informasi ini dan mengikuti *trend* seakan sebuah jatih diri, membuat kita seakan – akan sama dengan apa yang kita inginkan, menjadi sama dengan orang yang mengkonsumsi objek tersebut, ini yang disebut oleh Baudrillard sendiri sebagai kode. Sehingga saat masyarakat mendapatkan penghasilan berlebih, mereka tidak melakukan konsumsi sebagaimana yang seharusnya, namun terjebak oleh kode yang menentukan apa yang seharusnya kita beli. Kode, dalam pandangan Baudrillard sendiri merupakan dasar dominasi dan eksploitasi kapitalis untuk meraup modal dan laba yang besar.

Masyarakat yang hidup pada masa postmodern ini, telah memiliki gaya hidup dan *trend* tertentu yang telah menjadi fenomena yang tidak pernah terpikirkan oleh para cendikiawan di masa lalu, globalisasi dan sistem ekonomi kapitalis juga peran teknologi dan media massa sekarang telah membentuk kontruksi massal akan konsep konsumsi masyarakat sekarang yang menurut Baudrillard merupakan masyarakat konsumsi simbol telah membentuk masyarakat yang konsumtif, boros dan membeli hal hal yang

seharusnya tidak diperlukan. Konsumsi sekarang lebih ke tujuan agar dipandang sebagai masyarakat yang punya status sosial yang tinggi, menghilangkan nilai fungsi dari objek yang dikonsumsi.

Trend dan gaya hidup merupakan hal yang tidak bisa di pungkiri akan selalu ada namun agar tidak terjerumus ke dalam perilaku hidup konsumtif, memperdayakan penghasilan yang dimiliki dengan metode skala prioritas bisa menjadi salah satu metode yang tepat agar perilaku boros dan konsumsi simbol bisa setidaknya diminalisir. Hal ini sejalan dengan masalah remaja yang bergaya hidup konsumtif mereka selalu membeli barang meskipun tidak selalu dibutuhkan, mereka selalu mengikuti apa yang sedang *trend* di masa sekarang ini, mereka menghabiskan banyak uang dan waktu untuk membeli barang, sehingga menyebabkan mahasiswa boros karena membeli barang terus menerus. Uang yang seharusnya mereka pakai untuk keperluan kuliah malah dibelanjakan untuk barang yang tidak perlu.

2. Teori Interaksi Simbolik

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu melakukan interaksi didalam kehidupan sehari – hari. Interaksi terjadi secara inklusif dengan seluruh alam ciptaan Tuhan. Namun, setiap interaksi yang dilakukan memerlukan sarana sebagai penghubung. Sarana yang dimaksud adalah sebuah makna dari simbolis dalam sebuah interaksi tersebut. Teori simbolik memerlukan sebuah pemikiran realitas sosial dari proses yang dinamis.

Teori ini juga dipengaruhi oleh struktur sosial yang dapat membentuk suatu Tindakan dalam masyarakat. Pada dasarnya semua Tindakan yang

dilakukan oleh manusia memiliki makna bagi dirinya sendiri maupun orang lain disekitarnya. Reaksi yang diberikan oleh orang lain berupa tanggapan dari makna yang diberikan kepadanya. Interaksi yang terjadi diantara mereka menggunakan simbol, penafsiran dan penemuan makna dari Tindakan orang lain. Makna dari simbol tersebut bersifat dinamis dan variative.

Menurut Blumer, seorang individu akan berfikir kemudian mengkategorikan makna sesuai dengan situasi dan kecenderungan tindakannya. Dalam teori interaksi simbolik, Herbert Blumer memiliki tiga premis yang menyatakan bahwa manusia pada dasarnya bertindak berdasarkan makna atas barang – barang mereka yang dimiliki. Kemudian makna – makna yang dihasilkan dari interaksi sosial terjadi secara berulang – ulang dalam kehidupan sosial. Dan makna tersebut akan terus diperbaharui dengan proses penafsiran setiap individu dalam keterlibatannya dengan objek.

Interaksi yang dilakukan oleh seseorang berdasarkan pada emosi, nilai, keyakinan, kebiasaan, maupun pertimbangan dari masa lalu dan masa depan. Remaja yang melakukan gaya hidup *shopaholic* melakukan aktivitas belanja karena adanya perasaan emosi sesaat maupun kebiasaan yang sudah mereka lakukan tanpa pertimbangan konsekuensinya di masa depan. Interaksi manusia yang digunakan dapat menginterpretasi situasi dan kondisi dalam pikiran mereka masing masing. Pikiran tersebut terhubung dengan kondisi mental seorang individu didalam kehidupan sosialnya. Mereka menggunakan pikirannya untuk dapat menempatkan posisi orang lain dalam kemampuannya

menggunakan simbol makna sosial. Simbol sosial dapat terwujud dari bentuk objek, fisik, Bahasa maupun Tindakan.

Tindakan yang dilakukan oleh seorang individu tidak dapat memunculkan suatu makna simbol tanda adanya individu lain yang bercermin untuk melihat dirinya. Para remaja saling melakukan interaksi agar memunculkan suatu makna simbol. Maka dari itu, individu lainnya akan bercermin dengan melakukan Tindakan Tindakan yang sama. Sama halnya seperti aktivitas belanja barang barang terus menerus tanpa memperhatikan fungsi dari barang – barang tersebut. Di dalam kehidupan sosial, manusia menggunakan simbol untuk mendeskripsikan maksud mereka. Maksud simbol adalah untuk mendeskripsikan bahwa mereka selalu mengikuti *trend* barang barang yang dipakai banyak orang dan mengikutinya dengan cara membeli barang tersebut. Hal ini sejalan dengan kehidupan interaksi yang terjadi di kalangan mahasiswa, individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya.

Individu yang berperilaku konsumtif akan cenderung membeli barang – barang yang mahal dan bermerek untuk mencerminkan bahwa dirinya adalah individu dengan status sosial yang baik. Mahasiswa juga sering memakai barang karena tertarik dengan pengaruh model yang mengiklankan barang, individu tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut karena modelnya adalah idola mereka.

Pembelian tanpa adanya pertimbangan yang rasional juga dapat ditunjukkan melalui perilaku individu yang membeli suatu barang karena

tertarik melihat pakaian tersebut sama dengan yang digunakan oleh idolanya. Mahasiswa juga sering membeli barang dengan harga mahal karena menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi, mereka membeli barang atau produk bukan karena berdasarkan kebutuhannya, akan tetapi membeli barang dengan harga yang mahal untuk menambah kepercayaan dirinya. Pembelian barang – barang yang mahal dan bermerek sering dilakukan oleh individu yang berperilaku konsumtif contohnya sengaja membeli tas bermerek hanya untuk mendapatkan kepuasan pribadi saat menggunakan tas tersebut di depan teman – temannya (Brilianaza & Sudrajat, 2022).

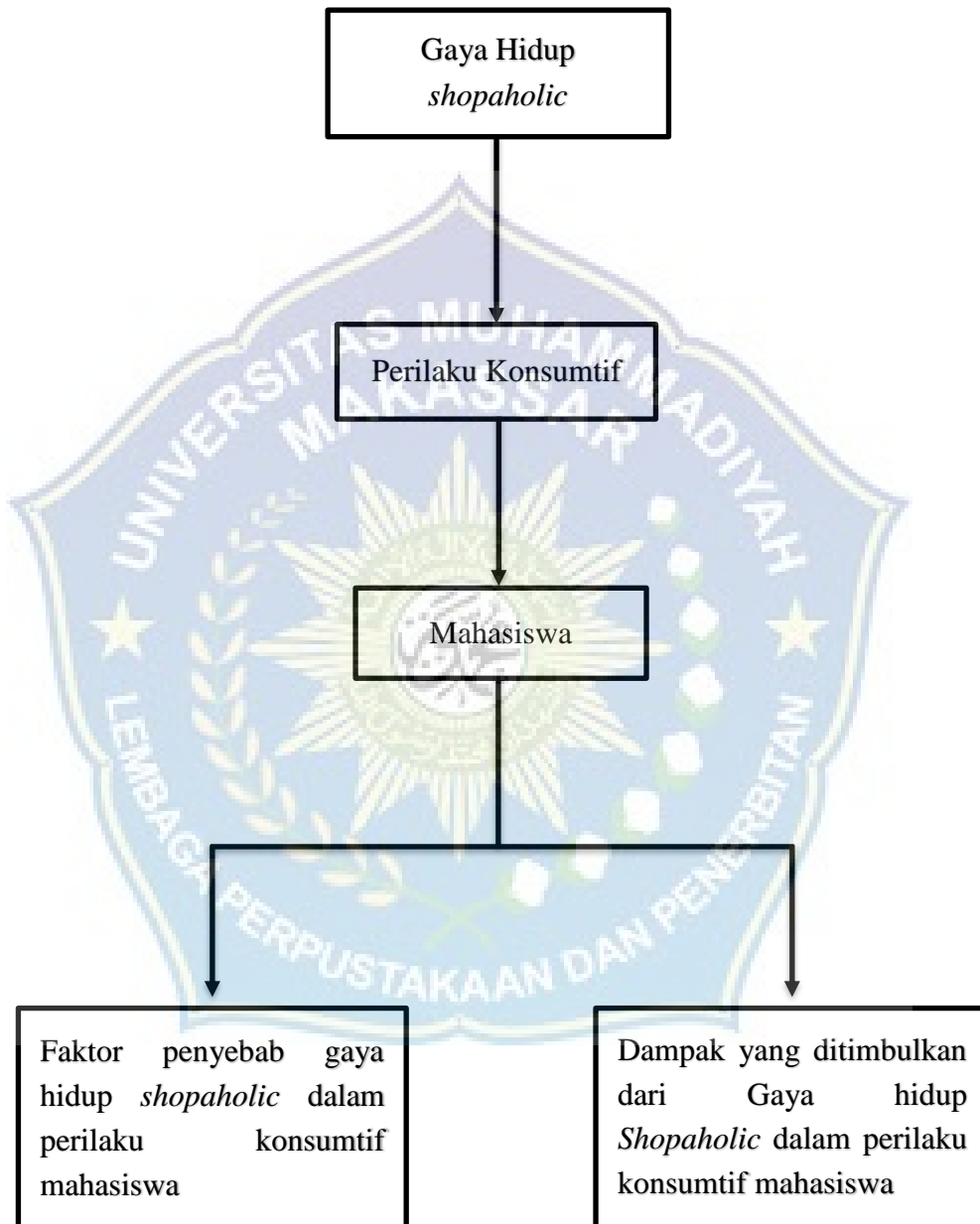
C. Kerangka Pikir

Gaya hidup merupakan cara hidup seseorang untuk menghabiskan waktu (aktivitas) yang mereka anggap penting dalam lingkungannya, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan lingkungan sekitarnya, gaya hidup konsumtif melanda berbagai kelompok sosial, tidak terkecuali bagi Mahasiswa. Remaja akhir – akhir ini merupakan fase dimana seseorang akan mulai menyesuaikan dengan teman sebayanya, meningkatnya ketertarikan dengan lawan jenis dan juga keinginan untuk diakui dengan cara menaikkan harga diri, sehingga membuat mahasiswa termasuk dalam kelompok sosial yang rentan terhadap suatu pengaruh gaya hidup, *trend*, dan juga mode yang sedang berkembang pada saat ini, supaya dapat diakui oleh kelompoknya, dengan cara mengubah penampilannya agar terkesan *up to date* dan mengikuti zaman.

Gaya hidup *shopaholic* banyak dialami oleh Mahasiswa, Sebagian Mahasiswa memiliki gaya hidup *Shopaholic*, selalu berpenampilan menarik, selalu mengenakan fashion bermerk, mengikuti perkembangan jaman dengan cepat apa yang sedang trend saat ini mereka juga ingin memilikinya.

Gaya hidup *Shopaholic* termasuk kedalam salah satu bentuk perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif pada mahasiswa yaitu karena remaja ingin menunjukkan bahwa mereka dapat mengikuti mode yang sedang beredar, ikut – ikutan teman, ingin tampak berbeda dengan yang lain dan cenderung tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya. Mahasiswa yang bergaya hidup *shopaholic* menghabiskan banyak waktu untuk berbelanja sebagai penghilang rasa jenuh, sebagai kepuasan tersendiri dan lebih banyak bergaul dengan orang – orang yang memiliki hobi sama dengan banyak hal. Belanja menjadi sebuah gambaran perilaku konsumtif yang sulit untuk diubah.

Pelaku *Shopaholic* selalu ingin mengikuti perkembangan *trend* yang ada, sehingga sebisa mungkin mereka segera membeli barang – barang keluaran terbaru. Mereka merasa puas dan senang apabila barang yang diinginkan sudah terbeli, meskipun pada akhirnya barang – barang tersebut tidak mereka butuhkan. Hal inilah yang membuat mahasiswa boros dan mempunyai banyak pengeluaran, uang yang seharusnya mereka pakai untuk biaya kuliah malah dibelajankan untuk hal – hal yang tidak terlalu dibutuhkan. Kebanyakan mahasiswa yang bergaya hidup *shopaholic* mereka hanya fokus dengan penampilan mereka tapi tidak dengan kuliahnya. Hal ini bisa dilihat pada bagan berikut ini:



Gambar II.1 Bagan Kerangka Pikir

D. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

1	Peneliti	Fitria W nccn idya Lestari, 2006. Jurusan Sosiologi. Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik. Universitas Sumatera Utara (skripsi)
	Judul penelitian	Fenomena perempuan <i>Shopaholic</i> di kota Medan (Studi Kasus pada perempuan <i>Shopaholic</i> di kota Medan).
	Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian ini, banyak perempuan di Kota Medan yang lebih memprioritaskan belanja dari pada kebutuhan pokok, serta lebih banyak menghabiskan uang hanya untuk belanja barang yang ia sukai dan barang branded.
	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui bagaimana dampak dari <i>Shopaholic</i> tersebut bagi kondisi sosial ekonomi keluarga.
	Kontribusi pada penelitian	Penelitian ini memberikan kontribusi kepada peneliti mengenai fenomena <i>Shopaholic</i> .
	Perbedaan penelitian	Penelitian ini memiliki kesamaan terkait fenomena <i>Shopaholic</i> akan tetapi peneliti lebih memfokuskan untuk meneliti konsep diri <i>Shopaholic</i> .
2	Peneliti	Rifa Dwi Styaning Anugrahati, 2009. Jurusan

		Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Yogyakarta (skripsi).
Judul Penelitian		Gaya hidup <i>Shopaholic</i> sebagai perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.
Hasil Penelitian		Hasil dari penelitian ini, banyak diantara mahasiswa UNY yang memiliki gaya hidup <i>Shopaholic</i> . Gaya hidup <i>Shopaholic</i> termasuk ke dalam salah satu bentuk perilaku konsumtif. Mereka tidak pernah puas dengan apa yang telah dimilikinya. Beberapa faktor yang menyebabkan gaya hidup <i>shopaholic</i> . (1) gaya hidup mewah, (2) pengaruh dari keluarga, (3) iklan, (4) mengikuti trend, (5) banyaknya pusat pusat perbelanjaan, (6) pengaruh lingkungan pergaulan.
Tujuan Penelitian		Untuk mengetahui bagaimana gaya hidup <i>Shopaholic</i> di kalangan mahasiswa, faktor – faktor yang mempengaruhi, serta seberapa jauh dampak dari gaya hidup <i>Shopaholic</i> mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta
Kontribusi pada penelitian		Penelitian ini memberikan kontribusi kepada peneliti tentang gaya hidup <i>Shopaholic</i> dan menjadi referensi bagi penelitian serta membantu penulis

		dalam proses penyusunan penelitian.
	Perbedaan penelitian	Perbedaan penelitian terletak pada fokus penelitian. Penelitian ini meneliti tentang Gaya hidup mahasiswa Universitas Negri Yogyakarta sedangkan penulis meneliti Gaya hidup shopaholic mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Makassar
3	Peneliti	Dwi Fajar Putri. 2013. Jurusan Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik. Univeritas lampung (skripsi).
	Judul penelitian	Konsep diri pengunggah foto OOTD (<i>Outfit Of The Day</i>) studi kasus pada Account @sigeroutfit
	Hasil penelitian	Hasil dari penelitian ini, konsep diri yang mengunggah foto <i>Outfit Of the Day</i> pada Instagram. Salah satu hasil konsep diri yang dihasilkan oleh penelitian ini adalah konsep diri positif. Karena semua informan terbuka dan percaya diri kepada dirinya.
	Tujuan Penelitian	Bertujuan untuk mengetahui apa motivasi seseorang yang mengunggah foto <i>Outfit of The Day</i> pada Instagram.
	Kontribusi pada	Menjadi referensi bagi peneliti mengenai konsep diri serta membantu dalam proses penyusunan

	penelitian	penelitian
	Perbedaan Penelitian	Perbedaannya yaitu objek yang diteliti, penulis meneliti tentang <i>Shopaholic</i> sedangkan penelitian ini meneliti tentang <i>Outfit of the day</i> pada Instagram tetapi memiliki fokus penelitian yang sama yaitu meneliti tentang konsep diri.

Sumber Tabel: Diolah oleh peneliti dari berbagai sumber



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Menurut Satori dan Komaria (2010:28), langkah kerja untuk mendeskripsikan suatu objek, fenomena, atau setting sosial terjewantah dalam suatu tulisan yang bersifat naratif. Dalam penelitian kuantitatif dikenal populasi dan sampel, sementara pada penelitian kualitatif sebagai pengganti keduanya disebut unit analisis yaitu informan penelitian (Asnaeni, 2014).

Penelitian kualitatif memahami permasalahan yang diteliti sehingga diharapkan dengan mendapatkan data dan informasi dari apa yang diamati. Sedangkan pendekatan deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, meringkas, berbagai kondisi dan berbagai situasi atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat yang akan menjadi objek penelitian dan berupaya untuk menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model atau gambaran tentang kondisi atau fenomena tertentu. Peneliti berinteraksi secara langsung dengan mahasiswa yang terlihat berpenampilan mewah, modis, dan *fashionable* dengan gaya hidup *shopaholic*.

A. Lokasi Penelitian dan waktu penelitian

a. Lokasi penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan penelitian ini di Universitas Muhammadiyah Makassar tepatnya di Fakultas Keguruan dan Ilmu



Pendidikan yang berada di Jalan Sultan Alauddin. Adapun alasan peneliti memilih lokasi penelitian tersebut karena melihat beberapa mahasiswa yang menjadikan fashion sebagai gaya hidup. Perubahan yang terjadi pada gaya hidup mahasiswa salah satunya ialah pemakaian produk fashion yang terlihat mewah, modis, dan *fashionable* pada penampilannya.

b. Waktu penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan selama jangka waktu dua bulan yang terhitung sejak terbitnya surat izin penelitian. Ada pun jadwal penelitian ini dapat dilihat secara rinci pada tabel berikut.

Tabel II.2 Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
1	Pengusulan Judul	■						
2	Penyusunan Proposal	■						
3	Konsultasi Pembimbing		■					
4	Seminar Proposal				■			
5	Perbaikan dan Validasi Instrumen				■			
6	Pengurusan Izin Penelitian				■			
7	Penelitian					■	■	
8	Penyusunan Skripsi						■	
9	Bimbingan Skripsi							■
10	Ujian Skripsi							■

B. Informan Penelitian

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini ditempuh dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono dalam Asnaneni (2021) teknik *purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.

Teknik *purposive sampling* diinginkan untuk menyeleksi informan yang benar-benar adalah pelaku sesuai dengan judul yang peneliti angkat. Teknik ini menggunakan pengambilan sampel dengan cara memberikan penilaian sendiri terhadap sampel di antara populasi yang dipilih. Penilaian itu diambil tentunya apabila memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan topik penelitian.

Ada pun informan yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga jenis informan yaitu informan kunci, informan utama, dan informan pendukung. Tiga jenis informan inilah yang akan memberikan data penelitian berupa hasil wawancara.

1. Informan Kunci

Informan kunci adalah informan yang tidak terlibat secara langsung dalam penelitian tetapi paling tahu dan paling banyak mengetahui tentang persoalan penelitian dan mengetahui dengan baik terkait informan utama (Ulfatin, 2015). Informan kunci yang digunakan pada penelitian ini ialah Peneliti itu sendiri.

2. Informan Utama

Informan utama adalah informan yang terlibat langsung dalam masalah penelitian dan mengetahui dengan baik persoalan penelitian karena merupakan aktor di dalam penelitian tersebut. Informan utama juga dapat didefinisikan sebagai informan yang mengetahui secara teknis dan detail tentang masalah penelitian (Ibrahim, 2021). Informan utama yang digunakan pada penelitian ini ialah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar sebanyak enam orang.

3. Informan Pendukung

Informan pendukung adalah informan tambahan yang mampu memberikan informan tambahan atau pendukung yang berguna bagi penelitian. Fungsi dari informan pendukung adalah memberikan informan yang dapat dijadikan sebagai pelengkap analisis dan pembahasan dalam penelitian kualitatif (Anggraini et al., 2023). Ada pun informan pendukung yang digunakan dalam penelitian ini yaitu orang tua dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar sebanyak tiga orang.

C. Fokus Penelitian

Fokus peneliti dalam penelitian ini adalah Mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Makassar. Terdapat beberapa hal yang membuat peneliti tertarik sehingga untuk mengkaji permasalahan tersebut, diantaranya adalah mengetahui latar belakang sosial yang dimiliki gaya hidup *shopaholic* mahasiswa FKIP Unismuh Makassar, mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan gaya hidup *shopaholic* mahasiswa FKIP Unismuh Makassar,

Untuk mengetahui bagaimana dampak yang ditimbulkan dari gaya hidup *shopaholic* mahasiswa FKIP Unismuh Makassar.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau sarana yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian (Alhamid & Anufia, 2019). Pada penelitian ini, instrumen yang digunakan yaitu peneliti, lembar observasi, panduan wawancara, lembar dokumentasi, dan perekam suara atau gawai.

1. Peneliti

Instrumen utama pada penelitian kualitatif ialah peneliti itu sendiri sebab keberhasilan penelitian dalam mengumpulkan hingga menarik kesimpulan tergantung dari sang peneliti. Oleh karena itu, peneliti harus memahami betul penelitiannya (Suardi, 2023).

2. Lembar Observasi

Lembar observasi adalah lembaran yang digunakan untuk mencatat hasil observasi atau pengamatan selama penelitian berlangsung. Lembar observasi dapat berupa poin-poin pokok yang perlu diamati dari objek penelitian.

3. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara adalah catatan yang berisi daftar pertanyaan untuk ditanyakan kepada informan. Daftar pertanyaan tersebut disusun mulai dari hal umum hingga mengerucut dengan mengelompokkan daftar pertanyaan tersebut berdasarkan kategori-kategori tertentu.

4. Lembar Dokumentasi

Lembar dokumentasi adalah lembar atau catatan yang berisi daftar dokumen-dokumen yang perlu dikumpulkan selama proses penelitian, baik berupa catatan, arsip, laporan, maupun artikel jurnal.

5. Perekam Suara atau Gawai

Perekam suara adalah alat yang dapat digunakan untuk merekam suara ketika sedang mewawancarai informan atau responden. Namun untuk penelitian ini, peneliti menggunakan gawai atau ponsel pintar yang di dalamnya terdapat aplikasi perekam suara untuk merekam suara informan.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena metode kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku yang dapat diamati.

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

a. Data primer

Data primer adalah data yang bersumber dari hasil observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh peneliti berawal dari hasil observasi langsung yang dilakukan peneliti di lapangan tepatnya di kampus Unismuh Makassar.

b. Data Sekunder

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

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperoleh dalam penelitian ini penulis menggunakan berbagai macam metode dan teknik pengumpulan data yang tepat. Tujuannya agar diperoleh data yang objektif. Penelitian ini dilakukan dengan mengadakan penelitian lapangan terhadap objek yang akan dituju untuk memperoleh dan mengumpulkan data – data yang diperlukan. Penelitian lapangan ini bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan suatu unit sosial, individu, kelompok, Lembaga dan masyarakat. Penelitian lapangan ini mengadakan riset lapangan tempat penulis mengadakan penelitian tersebut dengan tujuan memperoleh data secara kongkrit.

Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi adalah peninjauan secara cermat Sedangkan sebagai metode ilmiah observasi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan pengamatan dan pencatatan dengan sistematis tentang fenomena – fenomena yang diselidiki dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Observasi sebagai alat pengumpulan data harus sistematis, artinya observasi serta pencatatannya dilakukan menurut prosedur dan aturan – aturan tertentu sehingga dapat diulangi Kembali oleh peneliti lain. Selain itu hasil observasi harus memberi kemungkinan untuk menafsirkan secara ilmiah. Metode, observasi hendaknya dilakukan sedemikian rupa sehingga dapat diuji validitas dan reliabilitasnya. Karena itu observasi harus sistematis supaya dapat dijadikan dasar yang cukup ilmiah untuk generalisasi.

Tujuan observasi variable yang akan diselidiki harus dirumuskan sedetail mungkin. Tujuan yang jelas dapat memusatkan perhatian kepada hal – hal yang relevan. Dalam kenyataannya peneliti dibanjiri oleh banyak kesan – kesan yang menyimpang dari sasaran penelitian. Tujuan yang jelas mengarahkan dan memusatkan penelitian kepada apa yang harus diamatinya, siapa yang akan diamatinya dan keterangan apa yang perlu dikumpulkannya. Dengan observasi kita dapat mengetahui kebenaran pandangan teoritis tentang masalah yang akan kita selidiki dalam hubungannya dengan kenyataan.

Peneliti melakukan pengamatan terhadap remaja dan Pendidikan yang dijalannya dalam keseharian untuk menganalisis apa yang menjadi penghambat keberlanjutan Pendidikan remaja tersebut.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu metode pengumpulan data untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung pada responden.

Proses tanya jawab dalam penelitian berhadapan langsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi – informasi atau keterangan – keterangan.

Tujuan wawancara adalah untuk mengumpulkan informasi – informasi dan bukan untuk merubah ataupun mempengaruhi pendapat responden. Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal, yaitu semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi dari responden. Dalam wawancara, pertanyaan dan jawaban yang diberikan secara verbal, biasanya komunikasi ini dilakukan dalam keadaan saling berhadapan, namun komunikasi dapat juga dilakukan melalui telepon, sering juga interview dilakukan antara dua orang tetapi bisa juga sekaligus interview lebih dari dua orang. Wawancara memerlukan keterampilan untuk mengajukan pertanyaan, kemampuan untuk menangkap buah fikiran atau perasaan orang serta merumuskan pertanyaan baru dengan cepat untuk memperoleh keterangan yang diperlukan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara pengumpulan data – data melalui peninggalan tertulis seperti arsip – arsip dan termasuk juga buku – buku tentang pendapat, teori , dalil – dalil atau hukum – hukum dan lain – lain yang berhubungan dengan masalah penelitian”. Semua dokumen yang berhubungan dengan penelitian yang bersangkutan perlu dicatat sebagai sumber informasi.

Metode dokumentasi ini peneliti gunakan sebagai pelengkap dalam pengumpulan data. Dalam penerapannya, metode berwujud arsip dan dokumen tertulis yang peneliti peroleh dari buku buku dan penelitian sebelumnya, serta foto – foto kegiatan selama proses observasi dan wawancara berlangsung.

G. Teknik Analisis Data

Agar data yang terkumpul dapat terbaca dan peneliti ini dapat dipercaya, maka data tersebut harus dianalisa sehingga diperoleh kesimpulan. Adapun teknik Analisa data yang digunakan adalah deskriptif Analisa. Karena data yang diperoleh dalam penelitian ini lebih banyak bersifat kualitatif maka dengan sendirinya dalam penganilisaan data – data penulis lebih banyak menganalisa. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data – data, jadi teknik ini juga ini juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi, dia juga bersifat konprehensif dan korelatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memecahkan masalah secara sistematis dan faktual mengenai fakta – fakta dan sifat – sifat populasi. Metode Analisa data yang digunakan adalah Analisa kualitatif.

Analisa kualitatif yaitu mendeskripsikan fenomena secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta – fakta serta hubungan antara fenomena – fenomena yang di selidiki pada fakta yang ada di kampus Unismuh Makassar. Analisa data kualitatif dikemukakan dalam bentuk kalimat sehingga dapat diambil kesimpulan. Yang dianalisa adalah gaya hidup shopaholic mahasiswa

FKIP Unismuh Makassar yang bersumber dari observasi, wawancara, dan dokumentasi.

H. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data peneliti terdapat beberapa kriteria keabsahan data yang nantinya akan dirumuskan secara tepat, teknik pemeriksaannya yaitu dalam penelitian ini harus terdapat adanya kredibilitas yang dibuktikan dengan perpanjangan keikutsertaan, ketekunan, pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawar, kecukupan referensi, adanya kriteria kepastian dengan teknik uraian rinci dan audit kepastian.

Untuk mengetahui apakah data yang telah dikumpulkan dalam penelitian memiliki tingkat kebenaran atau tidak, maka dilakukan pengecekan data yang disebut validitas data. Untuk menjamin validitas data maka dilakukan triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data ini.

Pendapat tersebut mengandung makna bahwa dengan menggunakan metode triangulasi dengan mempertinggi validitas memberi kedalaman hasil penelitian sebagai pelengkap apabila data yang diperoleh dari sumber data pertama masih ada kekurangan agar data yang diperoleh dari sumber data pertama masih ada kekurangan agar data yang diperoleh ini semakin dapat dipercaya, maka data yang dibutuhkan tidak hanya dari satu sumber data saja tetapi berasal dari sumber – sumber lain yang terakit dengan sumber penelitian

I. Etika Penelitian

Etika penelitian adalah standar tata perilaku peneliti selama melakukan penelitian, mulai dari Menyusun desain penelitian, mengumpulkan data lapangan (melakukan wawancara, observasi, dan pengumpulan data dokumen), Menyusun laporan penelitian hingga mempublikasi hasil penelitian.

1. Menginformasikan tujuan penelitian kepada informan
2. Meminta persetujuan informan (informan Consent)
3. Menjaga kerahasiaan informan, jika penelitiannya dianggap sensitif
4. Meminta izin informan jika ingin melakukan perekaman wawancara atau mengambil gambar informan.



BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Universitas Muhammadiyah Makassar

Universitas Muhammadiyah Makassar merupakan perguruan tinggi Muhammadiyah yang berdiri di Kota Makassar dan menjadi salah satu universitas terbesar di Sulawesi Selatan. Dalam sejarahnya, Universitas Muhammadiyah Makassar atau biasa disingkat Unismuh Makassar awalnya merupakan cabang dari Universitas Muhammadiyah Jakarta yang tercatat berdiri pada tanggal 19 Juni 1963. Pendirian Universitas Muhammadiyah Makassar diawali dengan Musyawarah Wilayah Muhammadiyah Sulawesi Selatan dan Tenggara ke-21. Pascamusyawarah tersebut, maka didirikanlah Unismuh Makassar sebagai perwujudan dari hasil musyawarah yang bertempat di Bantaeng tersebut (Rifki, 2019).

Sebagai organisasi yang bergerak pada pendidikan dan pengajaran dakwah amar ma'ruf nahi munkar, tentunya persyarikatan Muhammadiyah mendukung pendirian Universitas Muhammadiyah Makassar. Dukungan tersebut tertuang pada surat nomor: E- 6/098/1963 pada tanggal 12 Juli 1963 Masehi atau 22 Jumadil Akhir 1394 Hijriah. Akta pendirian Universitas Muhammadiyah Makassar dibuat oleh R. Sinojo Wongsowidjojo sebagai notaris yang didasarkan pada akta notaris R. Nomor: 71 pada tanggal 19 Juni 1963. Akhirnya Universitas yang berjudul Kampus Biru ini pun terdaftar

sebagai Perguruan Tinggi Swasta mulai pada tanggal 1 Oktober 1965 (Tobar, 2016).

Universitas Muhammadiyah Makassar yang menjadi Perguruan Tinggi Muhammadiyah terkemuka di Indonesia bagian Timur memiliki peran dan tugas yang amat besar, baik bagi agama, bangsa, bahkan negara. Sebagai amal usaha Muhammadiyah, Universitas Muhammadiyah Makassar diharapkan sebagai basis pendidikan dan pengajaran. Bahkan nama Muhammadiyah dengan Makassar yang disatukan sejatinya merupakan manifestasi dari harapan akan pendidikan atau keilmuan, budaya atau kultur, serta agama yang menyatu dan saling terintegrasi (Muzakkir, 2021).

Universitas Muhammadiyah Makassar pada awalnya baru membuka dan membina dua fakultas yaitu Fakultas Keguruan dan Seni dengan Jurusan Bahasa Indonesia dan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dengan Jurusan Pendidikan Umum atau PU dan Jurusan Pendidikan Sosial atau PS. Saat itu Universitas Muhammadiyah Makassar dipimpin oleh Dr. H. Sudan sebagai rektornya. Universitas Muhammadiyah Makassar selanjutnya mengalami perkembangan dengan bertambahnya berbagai fakultas baru pada tahun 1965 yaitu Fakultas Ilmu Agama dan Dakwah (FIAD), Fakultas Ekonomi (Fekon), Fakultas Sosial Politik, Fakultas Kesejahteraan Sosial, dan terakhir Akademi Pertanian.

Pada tahun 1987 Universitas Muhammadiyah Makassar kembali membuka fakultas baru yaitu Fakultas Teknik. Selanjutnya terdapat Fakultas Pertanian pada tahun 1994. Pada perkembangan berikutnya, Universitas

Muhammadiyah Makassar tidak hanya menyelenggarakan pendidikan jenjang Strata Satu (S1) tetapi juga pada jenjang berikutnya yang diwujudkan dengan dibukanya program pascasarjana pada tahun 2002. Bahkan Universitas Muhammadiyah Makassar melengkapi fakultasnya dengan berdirinya Fakultas Kedokteran pada tahun 2008 (Tobar, 2016).

Terjadi perubahan formasi kepemimpinan pada Universitas Muhammadiyah Makassar dengan bergabungnya generasi muda dan tua yang merupakan transisi sejarah perkembangan universitas ini pada tahun 2003. Ambisi dan tekad Universitas Muhammadiyah Makassar menjadi universitas terkemuka dengan memperoleh pencapaian yang lebih baik serta mempertahankan pencapaian pendahulu diwujudkan dengan komitmen-komitmen, yakni sebagai berikut.

1. Memelihara kepercayaan masyarakat
2. Mencapai keunggulan dalam kompetisi yang makin ketat, dan
3. Mewujudkan kemandirian dalam pengelolaan dan pengembangan diri

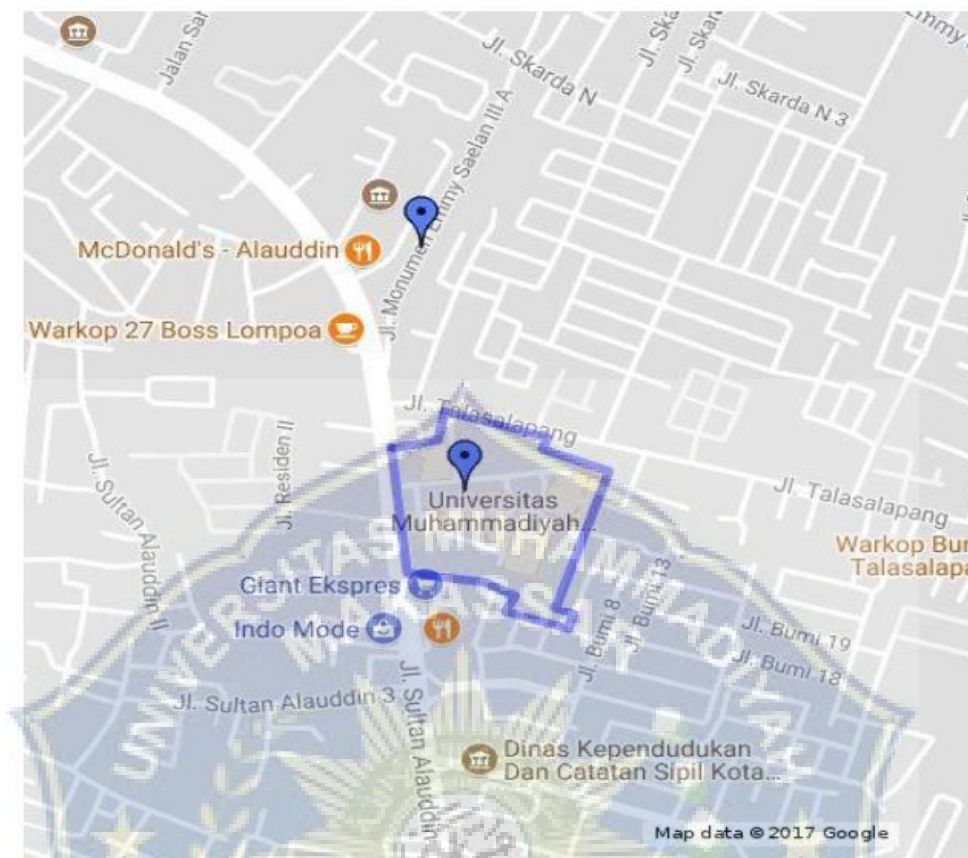
Sebagai universitas swasta terbesar di bagian timur Indonesia, Universitas Muhammadiyah Makassar tersebut berbenah, berkembang, dan meningkatnya mutunya dalam bidang pendidikan. Letak Universitas Muhammadiyah Makassar yang berada di bagian selatan Kota Makassar yang dekat dengan perbatasan Kabupaten Gowa menyebabkan Universitas Muhammadiyah Makassar menjadi strategis dan mudah diakses dari berbagai arah khususnya masyarakat Kabupaten Gowa. Selain itu, ketersediaan sarana dan prasana yang menyokong terselenggaranya pendidikan juga menyebabkan

Universitas Muhammadiyah Makassar mengalami perkembangan yang pesat dan terus dilirik oleh masyarakat untuk menguliahkan anak-anaknya di Universitas Muhammadiyah Makassar (Isnawati, 2019).

B. Letak Geografis Universitas Muhammadiyah Makassar

Sebagai kampus yang berdiri pada tanggal 19 Juni 1963 dan merupakan amal usaha Muhammadiyah, Universitas Muhammadiyah Makassar kini menjadi salah satu perguruan tinggi swasta terbesar di Sulawesi Selatan bahkan di bagian timur Indonesia. Sesuai dengan namanya, Universitas Muhammadiyah Makassar terletak di Kota Makassar. Awalnya, Universitas Muhammadiyah Makassar memiliki tiga kampus terletak di tiga lokasi yang berbeda di Kota Makassar. Kampus I berada di Jl. Sultan Alauddin, No. 259. Kampus II berada di Jl. Letjen A. Mappaodang II No 17. Kampus III berada di Jl. Ranggong Dg. Romo No. 21.

Namun dalam perkembangannya seluruh kampus disatukan ke dalam satu lokasi yang terpusat yaitu di Jl. Sultan Alauddin, No. 259, Kelurahan Gunung Sari, Kecamatan Rappocini, Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan (Isnawati, 2019). Ada pun fakultas yang dibina oleh Universitas Muhammadiyah Makassar yaitu Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Agama Islam, Fakultas Teknik, Fakultas Pertanian, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Fakultas Hukum, dan Program Pascasarjana.



Gambar IV.1 Lokasi Universitas Muhammadiyah Makassar
Sumber: (Nurdin, 2018)

C. Visi, Misi, dan Tujuan Universitas Muhammadiyah Makassar

Adapun visi, misi, dan tujuan dari Universitas Muhammadiyah Makassar ialah sebagai berikut (Isnawati, 2019):

1. Visi

Menjadi universitas perguruan tinggi islami terkemuka, unggul, dan mandiri serta menjadi perguruan tinggi muhammadiyah berkelas nasional berbasis pada nilai keulamaan dan keislaman.

2. Misi

- a. Menyelenggarakan program-program akademik bermutu dan relevan dengan tujuan persyarikatan dalam suasana kampus islam.

- b. Menyelenggarakan penelitian yang berorientasi pada integrasi seluruh bidang keilmuan untuk pencapaian masyarakat islam.
 - c. Memberikan layanan kepakaran yang berorientasi pada pembentukan ulama muhammadiyah dan kader muhammadiyah.
3. Tujuan
- d. Membentuk peserta didik untuk menjadi sarjana
 - e. Muslim yang beriman, bertaqwa, dan berahlak mulia yang mempunyai kemampuan akademik, professional dan beramal menuju terwujudnya masyarakat islam yang sebenar benarnya.
 - f. Membentuk peserta didik menjadi kader ulama[”] dan pemimpin yang berkepribadian Muhammadiyah.

D. Keadaan Pendidikan

Keadaan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar tercermin dari visi dan misi yang berusaha untuk diwujudkan melalui proses peningkatan pengelolaan, pengembangan aktivitas pembelajaran, bahkan suasana kampus yang islami sesuai dengan misi persyarikatan Muhammadiyah. Dasar kualitas pelayanan sebagai upaya dalam menciptakan lulusan yang berkualitas bukan hanya secara akademik tetapi juga mampu menjalankan misi dakwah yang menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari persyarikatan Muhammadiyah.

Dalam rangka mewujudkannya maka Universitas Muhamamdiyah Makassar berusaha untuk menciptakan keadaan pendidikan yang mampu menunjang terciptanya lulusan yang berakhlak mulia, cakap, profesional,

bertanggung jawab, bahkan mandiri dengan peningkatan keterampilan berupa *hard skill* dan *soft skill*. Adapun proses pembelajaran di Universitas Muhammadiyah Makassar di beberapa program studi telah menerapkan pembelajaran elektronik atau *e-learning* dan *open course ware*. Tidak hanya itu saja, Universitas Muhammadiyah Makassar juga telah menggunakan sistem ujian berbasis komputer.

Mahasiswa yang menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar dapat belajar dan mengakses berbagai materi atau referensi perkuliahan di perpustakaan Unismuh Makassar dan juga dapat mengakses secara daring pada perpustakaan digital atau *digital library*, *e-journal*, dan lain sebagainya. Bahkan Universitas Muhammadiyah Makassar telah menerapkan sistem *One Day Service* (ODS) pada sistem PMB atau Penerimaan Mahasiswa Baru (Muzakkir, 2021).

E. Sumber Daya Universitas Muhammadiyah Makassar

Sumber daya manusia Universitas Muhammadiyah Makassar benar-benar diperhatikan mutu dan profesionalannya. Hal ini dalam rangka untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada masyarakat dan juga dalam rangka untuk mewujudkan visi serta misi dari Universitas Muhammadiyah Makassar. Dengan sumber daya manusia yang bermutu maka akan menciptakan universitas yang berkualitas pula dengan nuansa akademikan islami dan memiliki keunggulan teknologi. Sumber daya manusia yang bermutu tersebut diwujudkan dengan penggunaan tenaga pengajar dan pendidik yang edukatif dengan kualifikasi guru besar, doktor, dan magister.

Bukan hanya dari segi tenaga pengajar dan pendidik, karyawan-karyawan yang di Universitas Muhammadiyah Makassar juga memperhatikan mutu dan keprofesionalannya. Karyawan atau pegawai yang berada di Universitas Muhammadiyah Makassar memiliki dedikasi yang tinggi, profesional, dan senantiasa memberikan pelayanan yang optimal dan maksimal (Tobar, 2016).

F. Fasilitas Universitas Muhammadiyah Makassar

Sebagai salah satu perguruan tinggi swasta terkemuka di bagian timur Indonesia, Universitas Muhammadiyah Makassar memiliki beragam fasilitas penunjang proses perkuliahan. Adapun fasilitas yang tersedia berupa gedung dan ruang belajar yang permanen bagi mahasiswa untuk belajar, gedung dan ruang pelayanan administrasi, perpustakaan, laboratorium komputer, laboratorium MIPA, laboratorium bahasa, laboratorium microteaching, laboratorium anatomi, laboratorium akuntansi, laboratorium dan hutan pendidikan, laboratorium *school*, kebun percobaan, lapangan olahraga, masjid, studio gambar, unismuh *medical centre*, bank, balai sidang, bis, dan masih banyak lagi (Isnawati, 2019).

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang gaya hidup *shopaholic* dalam Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Makassar, maka peneliti memperoleh hasil penelitian berupa hasil observasi atau pengamatan dan hasil wawancara.

A. Penyebab Terjadinya Gaya Hidup *Shopaholic* Mahasiswa FKIP Unismuh Makassar

Gaya hidup *shopaholic* merupakan gaya hidup yang membuat pelakunya memiliki perilaku konsumtif dengan penanda berupa ketidakmampuan untuk menahan hasrat untuk berbelanja atau membeli sesuatu yang bahkan tidak diperlukan. *Shopaholic* membuat pelakunya gemar dan terobsesi dengan kegiatan berbelanja barang-barang. Salah satu penciri dari gaya hidup *shopaholic* yang mudah dikenali adalah gaya berbusana atau berpakaian yang mencolok, *fashionable* atau modis, bahkan mewah.

Berdasarkan wawancara dengan berbagai informan tentang penyebab gaya hidup *shopaholic*, maka diketahui penyebab terjadinya gaya hidup *shopaholic* tersebut pada mahasiswa FKIP Unismuh Makassar. Wawancara dengan informan inisial AY dari Program Studi Bahasa Inggris mengatakan bahwa pada dasarnya ia memang menyenangi

kegiatan berbelanja bukan semata-mata karena kebutuhan tetapi karena ada kesenangan dalam dirinya ketika berbelanja, berikut pendapatnya:

Menurut saya pribadi, *fashion* itu adalah gaya hidup saya, saya suka berbelanja, bukan bilang kebutuhan dan kepunyaan karena semua itu pasti semua orang itu memiliki banyak kebutuhan tapi saya senang sekali berbelanja. (Wawancara, AY, 5 September 2023).

Berdasarkan pendapat tersebut, informan memiliki gaya hidup *shopaholic* karena dorongan dari dalam dirinya. Berbelanja atau membeli barang bukan lagi sebatas kebutuhan yang harus dipenuhi untuk hidup, melainkan telah menjadi gaya hidup yang menimbulkan kesenangan pada diri pelakunya. Kesenangan tersebut lahir ketika seseorang dapat berbelanja dan membeli barang yang diinginkan. Perasaan senang tersebut kemudian menstimulus untuk berbelanja lagi dan lagi. Akhirnya seseorang tidak lagi mempersoalkan terkait butuh tidaknya terhadap suatu barang melainkan untuk menyenangkan diri.

Pendapat dari informan inisial AY tersebut sama dengan yang disampaikan oleh informan inisial NF dari Program Studi PPKn yang menyampaikan alasannya suka berbelanja disebabkan oleh kesenangan pribadi, berikut pendapatnya:

Saya suka berbelanja toh karena kesenangan pribadi. Memang karena kesenangan, dan itu faktor dari dalam diri sendiri saya memang. (Wawancara, NF, 9 September 2023).

Berdasarkan pendapat dari informan tersebut, tampaknya kesenangan diri memainkan peran penting sehingga membuat seseorang suka berbelanja. Aktivitas berbelanja dapat menimbulkan rasa senang pada

diri sendiri karena terpenuhinya keinginan untuk memiliki suatu barang. Kesenangan tersebut tentunya merupakan faktor yang berasal dari dalam diri seseorang.

Pendapat yang senada juga dituturkan oleh informan inisial NF dari Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris yang menuturkan bahwa alasannya menyukai kegiatan berbelanja karena memang dia menyenangi aktivitas tersebut.

Kenapa kusuka dih, karena kusukaki, senang ja iyya, intinya senangka kalau berbelanja. (Wawancara, NF, 5 September 2023).

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa kesenangan merupakan salah satu alasan yang menyebabkan terjadinya gaya hidup *shopaholic* mahasiswa FKIP Unismuh Makassar. Kesenangan merupakan faktor internal yang berasal dari dalam diri individu. Mahasiswa merasa senang ketika dapat berbelanja atau membeli barang-barang yang mereka inginkan.

Selain perasaan senang atau kesenangan yang menjadi faktor penyebab terjadinya gaya hidup *shopaholic*, informan juga menuturkan bahwa mereka gemar berbelanja utamanya busana atau pakaian karena faktor dari luar, seperti yang diungkapkan oleh informan inisial AY Prodi Bahasa Inggris yang mengungkapkan bahwa selain kesenangan, dia juga suka berbelanja karena pengaruh media sosial, berikut selengkapnya:

Oh iya, salah satu faktor juga selain karena kesenangan juga karena faktor sosial media, karena kan di media sosial sering kita lihat penampilannya orang, pakaiannya, jadi tertarik. (Wawancara, AY, 5 September 2023).

Berdasarkan pendapat tersebut, media sosial ternyata turut mempengaruhi seseorang untuk gemar berbelanja. Efek penggunaan media sosial sebagai media informasi dan komunikasi dapat membuat penggunanya dapat saling mengetahui aktivitas, status, bahkan kondisi atau gaya berbusana. Alhasil, seseorang dapat terpengaruh dari pengguna media sosial lain untuk membeli barang tertentu karena dinilai menarik dan unik sehingga menimbulkan keinginan untuk membelinya.

Begitu pula yang disampaikan oleh informan inisial NF Prodi PPKn yang menyampaikan alasan yang serupa bahwa media sosial mampu mempengaruhi keinginannya untuk berbelanja, berikut pendapatnya:

Ada, karena kan sekarang trend-nya digital toh kayak semua serba HP, jadi kalo lihat di HP, ih bagus ini kayaknya tren-tren Korea begitu, lebih kiyowo begitu. (Wawancara, NF, 9 September 2023).

Berdasarkan pendapat tersebut, pengaruh gawai yang di dalamnya terdapat media sosial memang sangat kuat untuk memengaruhi penggunanya. Di zaman yang serba digital sekarang, gawai mampu menyediakan berbagai informasi termasuk informasi tentang trend-trend busana yang sedang kekinian. Sebagai pengguna, mahasiswa dapat terpengaruh untuk membeli barang-barang yang tren, contohnya busana tren Korea yang begitu disenangi oleh kaum perempuan.

Pengaruh media sosial juga dikatakan oleh informan inisial NN dari Prodi PGSD yang mengatakan bahwa kesukaannya berbelanja disebabkan oleh pengaruh media sosial tiktok, berikut perkataannya:

Mengapa suka berbelanja karena ikut-ikutan yang lagi viral di tiktok. Ikut-ikutan di tiktok, sedikit-sedikit, kayak oh bagus kayaknya ini,

bagus kayaknya. Kalo lagi viral itu di tiktok, langsung lagi check out. (Wawancara, NN, 8 September 2023).

Berdasarkan pendapat tersebut, jelaslah bahwa pengaruh media sosial memang sangat besar untuk membuat seseorang berbelanja atau membeli sesuatu. Media sosial yang merupakan media yang dirancang untuk memudahkan penggunaanya saling terkoneksi atau terhubung kini dilengkapi dengan fitur belanja daring. Hal ini menyebabkan kemudahan berbelanja penggunaanya yang meningkat. Kemudahan berbelanja tersebut tentunya terintegrasi dengan produk-produk atau barang-barang yang memikat, menarik, dan sedang tren atau viral.

Saat suatu produk dipakai oleh *public figure* seperti selebritas, artis, bahkan pejabat yang menyebabkan produk atau barang tersebut menjadi viral, maka pengguna media sosial juga akan ikutan membelinya karena ketertarikan yang tinggi. Pada media sosial tiktok, produk yang lagi viral ditandai dengan jumlah suka bahkan komentar yang banyak sehingga mendorong penggunaanya termasuk mereka yang berstatus mahasiswa untuk membeli produk atau barang tersebut.

Senada dengan pendapat sebelumnya, informan inisial RN dari Prodi Pendidikan Bahasa Inggris juga menyampaikan hal yang sama bahwa media sosial menjadi memberikan inspirasi baginya untuk berbelanja, berikut pendapat selengkapnya:

Tentunya ada dari faktor sosial media, dari situlah saya melihat beberapa *fashion* sehingga saya ada keinginan untuk berbelanja. Ada inspirasiku dari sosial media untuk berbelanja. (Wawancara, RN, 5 September 2023).

Berdasarkan pendapat tersebut, tampaknya memang media sosial sangat memengaruhi keinginan berbelanja seseorang. Media sosial menampilkan beraneka ragam busana atau pakaian yang menjadi inspirasi bagi penggunanya untuk berbelanja. Pengguna media sosial yang awalnya tidak memiliki keinginan untuk berbelanja tetapi kemudian muncul keinginan untuk berbelanja karena melihat berbagai pakaian yang menarik dan memikat hati.

Inspirasi yang dimaksud oleh informan tentunya berkenaan dengan ilham atau secara singkatnya merupakan sesuatu yang mendorong atau menggerakkan hati bahkan pikiran. Pakaian yang indah, trendi, dan kekinian mampu memikat pengguna media sosial untuk memesannya secara daring. Begitu pula dengan pakaian atau busana yang dijual di toko-toko atau mall juga dapat menginspirasi seseorang untuk membelinya. Terlebih pakaian tersebut bukan hanya indah secara visual tetapi juga nyaman dipakai serta menjadi bentuk pengakuan diri dari seseorang.

Pengaruh media sosial dalam menyebabkan gaya hidup *shopaholic* juga diamini oleh orang tua mahasiswa, sebagaimana yang disampaikan oleh informan inisial S berikut ini:

Iya ada faktor dari media sosial, ka biasa na kasi lihatka bilang mauka belli begini Ma, cantik bajunya. (Wawancara, S, 8 September 2023).

Berdasarkan pendapat tersebut, jelas bahwa media sosial menyebabkan mahasiswa terpengaruh melalui promosi, tayangan, dan tampilan produk yang menggiurkan sehingga memicu mahasiswa untuk

membelinya. Hal ini tidak dijarang diperlihatkan kepada orang tua mereka ketika timbul keinginan untuk berbelanja atau membeli suatu barang.

Hal yang senada juga diutarakan oleh ibu inisial W yang mengatakan bahwa media sosial memang memengaruhi putrinya untuk berbelanja bahkan secara berlebihan, berikut ini pendapatnya:

Ada faktor dari media sosial atau HP ka biasa sering kulihat buka-buka aplikasi tiktok baru na lihat pakaian di situ. (Wawancara, 8 September 2023).

Media sosial bukanlah satu-satunya faktor dari luar yang menyebabkan terjadinya gaya hidup *shopaholic*, lingkungan sosial juga ikut berpengaruh menyebabkan terjadinya gaya hidup ini. Sebagaimana yang dijelaskan oleh informan inisial S dari Prodi Pendidikan Sosiologi:

Iya kalau menurut saya dari faktor lingkungan sosial, karena kalau dilihatmi orang kayak bagus pakaiannya pasti agak lain-lain dirasa kalau tidak bagus pakaian ta, tidak rapi, minderki begitue. (Wawancara, S, 6 September 2023).

Berdasarkan pendapat dari informan tersebut, dapat ditafsirkan bahwa lingkungan sosial utamanya lingkungan pergaulan di kampus juga menjadi sebab terjadinya gaya hidup *shopaholic*. Timbul perasaan minder atau rendah diri ketika tidak berpakaian yang bagus seperti teman-teman sekampusnya. Bagus yang dimaksud tentunya memiliki makna yang luas, tetapi pada dasarnya menjurus pada pakaian yang indah dipandang, kekinian, dan dinilai sesuai dengan gaya berbusana anak muda di kota-kota metropolitan seperti Kota Makassar.

Informan inisial M dari Prodi Pendidikan Sosiologi juga menyampaikan hal yang serupa. Menurutnya, keinginan berbelanja itu

hadir karena pengaruh dari lingkungan, utamanya saat orang-orang di lingkungannya memiliki gaya berbusana yang bagus. Berikut pendapat informan tersebut:

Terkadang manusiawi toh, ada perasaan iri kayak weh kenapa bagus penampilannya di sana apa segala macam, jadi ya adalah rasa keinginan kemauan mau juga begitu. (Wawancara, M, 7 September 2023).

Berdasarkan pendapat tersebut, seseorang bisa saja bergaya hidup *shopaholic* karena terpengaruh dari orang-orang di sekitar lingkungannya. Ketika seseorang menyaksikan teman sejawatnya berpenampilan yang bagus, maka dengan sendirinya akan memunculkan perasaan iri dan memunculkan keinginan untuk sama dengan orang tersebut dalam hal penampilan. Bahkan perasaan iri tersebut menyebabkan munculnya keinginan untuk menjadi lebih dari segi penampilan atau visual, sehingga memunculkan gaya hidup *shopaholic* yang ditandai dengan perilaku gila berbelanja.

Informan inisial T yang merupakan ibu dari seorang mahasiswa di Unismuh Makassar menyampaikan hal yang sama bahwa faktor lingkungan atau teman pergaulan menjadi penyebab gaya hidup *shopaholic*, sebagaimana kutipan pendapatnya berikut ini:

Tentunya ada, kalau na lihat teman-temannya cantik bajunya pasti mau juga punya begitu. (Wawancara, T, 10 September 2023).

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat dipahami bahwa faktor lingkungan memang turut andil dalam menyebabkan gaya hidup ini sebab ketika teman kampus atau teman pergaulan memiliki gaya hidup

shopaholic yang ditandai dengan busana atau *fashion* yang menawan, maka orang tersebut juga tentunya memiliki keinginan untuk sama dengan teman-temannya.

Pendapat dari informan inisial T bukanlah satu-satunya orang tua mahasiswa yang berpendapat tersebut, ibu inisial W juga mengatakan hal yang sama, berikut selengkapnya:

Iya sama temannya juga suka berbelanja, makanya anakku itu juga suka berbelanja. (Wawancara, W, 8 September 2023).

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa lingkungan atau teman-teman pergaulan menjadi salah satu penyebab terjadinya gaya hidup *shopaholic* pada mahasiswa FKIP Unismuh Makassar.

B. Dampak yang Ditimbulkan dari Gaya Hidup *Shopaholic* Mahasiswa FKIP Unismuh Makassar

Gaya hidup *shopaholic* pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Unismuh Makassar tentunya memiliki dampak, entah dampak tersebut besar atau kecil, maupun disadari atau tidak. Dampak yang ditimbulkan dari gaya hidup *shopaholic* mahasiswa FKIP Unismuh Makassar disampaikan oleh berbagai informan penelitian ini. Informan inisial AY Prodi Pendidikan Bahasa Inggris menyampaikan bahwa gaya hidup *shopaholic* ini menimbulkan ketergantungan, sebab ketika seseorang menghentikan aktivitas berbelanjanya dalam waktu tertentu maka akan menimbulkan stress dan suasana hati yang buruk, sebagaimana kutipan pendapatnya berikut ini:

Kayak agak pusingka kalau tidak berbelanja kayak dalam sepekan iya karena rata-rata kan saya di sosmedku *fashion-fashion* ji, baju kah, celana kah, jadi otomatis kalau buka ka itu sosmed langsungki lagi naik yang trend jadi langsung otomatis ada keinginananku untuk beliki. (Wawancara, AY, 5 September 2023).

Berdasarkan pendapat dari informan tersebut, tampaknya dampak ketergantungan memang dapat dirasakan dari gaya hidup *shopaholic* tersebut pada mahasiswa FKIP Unismuh Makassar. Ketika mahasiswa tidak berbelanja dalam sepekan maka muncul perasaan gelisah, stress, bahkan suasana hati yang buruk. Pasalnya, gaya hidup *shopaholic* disebabkan karena aktivitas berbelanja atau gila belanja menimbulkan perasaan senang atau bahagia. Alhasil, ketika aktivitas berbelanja tersebut dihentikan dalam kurung waktu tertentu misalnya sepekan maka akan menimbulkan suasana hati yang buruk atau *badmood*. Kondisi ini merupakan sebuah gejala ketergantungan atau kecanduan yang nyata.

Hal ini juga dirasakan oleh informan inisial NN dari Prodi PGSD yang merasa tidak tahan untuk tidak berbelanja dalam sebulan karena besarnya pengaruh media sosial tiktok yang membuatnya ingin berbelanja, berikut kutipan pendapatnya:

Kalau sehari atau sepekan tidak berbelanja mungkin tidak masalah ji, tapi kalau kayak satu bulan itu berpengaruh karena kalau di tiktok dalam satu bulan itu pasti ada lagi jadi kayak bawaannya itu harus beli, harus beli itu. (Wawancara, NN, 8 September 2023).

Berdasarkan pendapat tersebut, tampak bahwa informan masih kuat untuk tidak berbelanja dalam sehari atau sepekan, tetapi tidak jika dalam sebulan. Hal ini menandakan bahwa dampak ketergantungan dan kecanduan memang ditimbulkan dari gaya hidup *shopaholic* tersebut.

Kecanduan untuk berbelanja atau membeli barang diartikan sebagai keadaan saat seseorang tidak bisa terlepas dari kegiatan berbelanja. Jika pun dihentikan maka akan berdampak secara psikis atau kejiwaan seperti menimbulkan perasaan gelisah, cemas, *badmood*, marah, frustrasi, hingga stres.

Informan inisial RN dari Prodi Pendidikan Bahasa Inggris juga turut mengungkapkan hal yang sama bahwa gaya hidup *shopaholic* tersebut menimbulkan kecanduan pada pelakunya, berikut tuturan informan tersebut:

Kalau dalam sehari sepekan endak ji, cuma kalo sebulan pasti gerah sekali kalo endak belanja dalam sebulan itu, baik baju maupun tas, apapun itu pakaian atau *trend fashion* kayak gerah sekali ka kalo ndak belanja dalam sebulan itu. (Wawancara, RN, 5 September 2023).

Dampak ketergantungan dan kecanduan ini juga diungkapkan oleh orang tua mahasiswa seperti pendapat dari informan inisial T yang menuturkan bahwa terkadang anaknya marah saat keinginan berbelanja tidak terpenuhi:

Iya biasa juga marah-marah kalau ada na maui baru tidak kukasi uang. (Wawancara, T, 10 September 2023).

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa ketergantungan dan kecanduan berbelanja merupakan salah satu dampak yang ditimbulkan dari adanya gaya hidup *shopaholic* pada mahasiswa FKIP Unismuh Makassar. Perasaan gerah atau ketidaknyamanan muncul saat aktivitas berbelanja tidak dilakukan utamanya dalam sebulan. Apalagi

saat banyaknya pakaian yang lagi tren maka keinginan untuk berbelanja dalam diri pastinya bergejolak.

Selain ketergantungan dan kecanduan, dampak lain dari gaya hidup *shopaholic* adalah berdampak pada keuangan atau boros. Boros merupakan perilaku yang menghabiskan uang untuk membeli sesuatu yang bukan merupakan kebutuhan atau hanya untuk keperluan gaya hidup. Hal ini sebagaimana yang dikatakan informan inisial S dari Prodi Pendidikan Sosiologi berikut ini:

Kalau dampaknya apalagi untuk anak kos pasti ya merugikan karena hal-hal yang tidak perlu pergi na beli begitue, masih adaji yang lebih perlu kayak makanan untuk kehidupannya.
(Wawancara, S, 6 September 2023).

Berdasarkan pendapat tersebut, dampak dari gaya hidup *shopaholic* bagi mahasiswa FKIP Unismuh Makassar adalah tentunya merugikan dalam hal keuangan karena aktivitas berbelanja akan menguras banyak biaya. Padahal masih banyak kebutuhan yang lebih penting untuk dipenuhi utamanya pada mahasiswa seperti kebutuhan makanan sehari-hari terlebih bagi mereka yang merupakan mahasiswa indekos.

Mahasiswa yang memiliki gaya hidup *shopaholic* tentunya memerlukan keuangan yang stabil. Oleh karena itu, bagi mahasiswa yang masih dibiayai sepenuhnya orang tua maka gaya hidup tersebut akan membebani orang tuanya. Tidak jarang mahasiswa yang berbohong kepada orang tua hanya untuk memenuhi kegemerannya berbelanja, sebagaimana yang dikatakan oleh informan AY Prodi Bahasa Inggris berikut ini:

Kalau dari saya secara pribadi, dampak anunya itu biasa mahasiswa itu bohong kepada orang tuanya. (Wawancara, 5 September 2023).

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa gaya hidup *shopaholic* yang memerlukan biaya hidup yang tinggi dapat membuat mahasiswa berbohong atau berkata tidak jujur kepada orang tuanya demi memperoleh dana untuk berbelanja dari orang tua.

Dampak buruk pada keuangan mahasiswa juga diutarakan oleh informan inisial NF Prodi PPKn berikut ini:

Pasti berdampak ini pada kondisi keuangan toh, karena kalau meningkat belanja maka meningkat juga kebutuhan, meningkat pengeluaran. (Wawancara, NF, 9 September 2023).

Berdasarkan pendapat dari informan tersebut, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup *shopaholic* dapat berdampak pada kondisi keuangan mahasiswa yaitu pengeluaran yang semakin banyak. Gila belanja pada barang-barang atau pakaian yang bukan merupakan kebutuhan sejatinya adalah manifestasi dari keborosan.

Selain berdampak negatif berupa ketergantungan, kecanduan, dan kondisi keuangan yang terganggu, gaya hidup *shopaholic* juga dapat berdampak positif yaitu meningkatkan kepercayaan diri. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh informan inisial AY Prodi Pendidikan Bahasa Inggris berikut ini:

Kalau menurut saya dampak positifnya di, secara pribadi menurut saya, misalnya kalau saya berbelanja pakaian kayak fashion atau yang lagi trend sekarang baru pergiki di kampus pasti baguski di matanya dosen kalau rapi sekali sama pakai minyak rambut, parfum, pasti percaya diri. (Wawancara, AY, 5 September 2023).

Berdasarkan pendapat dari informan tersebut, dapat dipahami bahwa gaya hidup *shopaholic* yang ditandai dengan perilaku berbelanja yang berlebihan ternyata dapat menimbulkan dampak positif bagi pelakunya yaitu dapat meningkatnya rasa percaya diri. Sebab, ketika seseorang memakai pakaian yang baru, trendi, dan memiliki visual yang menarik maka secara otomatis akan menambah kepercayaan diri orang tersebut.

Pendapat yang senada juga dikatakan oleh informan inisial NF dari Prodi PPKn, berikut selengkapnya:

Dampak positifnya mungkin lebih bagus pakaian, supaya tidak kampungan bangetki na lihat orang. (Wawancara, NF, 9 September 2023).

Berdasarkan pendapat tersebut, tampak jelas bahwa dengan gaya hidup *shopaholic* ini mahasiswa merasa tampil lebih bagus secara penampilan karena memakai pakaian atau busana yang indah dipandang. Selain itu, gaya hidup *shopaholic* ini juga dapat menghindarkan dari pandangan kampungan karena gaya busana yang ketinggalan zaman.

Sama dengan informan sebelumnya, informan inisial M dari Prodi Pendidikan Sosiologi juga mengatakan bahwa gaya hidup *shopaholic* dapat berdampak pada penampilan hingga suasana hati, berikut perkataannya:

Kalau dampak positif ya penampilan bagus, dapat meningkatkan suasana hati dan kepercayaan diri dari mahasiswa. (Wawancara, M, 7 September 2023).

Wawancara dengan orang tua mahasiswa juga mengungkapkan hal yang senada bahwa gaya hidup tersebut berdampak pada penampilan anaknya yang tampak rapi dan menawan, sebagaimana pendapat dari informan inisial S berikut ini:

Iya kalau saya lihat rapi sekali pakaiannya, karena rajinki belanja pakaian toh. (Wawancara, S, 8 September 2023).

Hal yang sama juga diutarakan ibu inisial T yang mengutarakan bahwa penampilan anaknya rapi dan cantik, berikut pendapatnya:

Iya tentu ada dampak dari penampilan, cantik dilihat penampilannya, rapi. (Wawancara, T, 10 September 2023).

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup *shopaholic* dapat berdampak positif yaitu meningkatkan kepercayaan diri dari mahasiswa. Pasalnya, berbagai pakaian maupun barang-barang yang dibeli dapat memperindah penampilan secara visual.

B. Pembahasan

1. Penyebab Terjadinya Gaya Hidup Shopaholic Mahasiswa FKIP Unismuh Makassar

Gaya hidup *shopaholic* bukanlah sebuah gejala maupun fenomena yang terjadi begitu saja. *Shopaholic* atau perilaku gila berbelanja dapat terjadi karena berbagai faktor. Tentunya faktor-faktor atau penyebab tersebut saling berkaitan dan terintegrasi satu sama lain. Penyebab terjadinya gaya hidup *shopaholic* mahasiswa FKIP Unismuh Makassar dapat dibagi menjadi dua macam, yaitu penyebab dari faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor internal berkaitan dengan faktor yang berasal dari dalam diri individu. Hal ini berarti bahwa penyebab gaya hidup *shopaholic* disebabkan dari diri individu itu sendiri dalam hal ini mahasiswa FKIP Unismuh Makassar. Faktor internal tersebut yaitu kesenangan diri atau perasaan senang yang muncul saat berbelanja, sedangkan faktor eksternal yaitu pengaruh media sosial dan lingkungan sekitar.

a. Kesenangan Diri

Setiap aktivitas yang dapat membuat seseorang merasakan kesenangan atau kebahagiaan pasti akan selalu diulang-ulang bahkan dapat menjadi sebuah kebiasaan yang mendarah daging. Begitu pula halnya dengan gaya hidup *shopaholic* mahasiswa FKIP Unismuh Makassar, munculnya kesenangan diri melalui gaya hidup ini membuat *shopaholic* tetap terus eksis.

Ketika mahasiswa berbelanja barang-barang yang diinginkan atau didambakannya, baik itu pakaian, tas, sepatu, hingga barang-barang lainnya, maka tentu hal tersebut akan memunculkan perasaan senang sebab barang-barang yang diinginkannya dapat dimiliki. Apalagi jika barang-barang tersebut merupakan sesuatu yang trendi atau kekinian, dianggap gaul, unik, dan menarik.

Pada dasarnya gaya hidup *shopaholic* yang menghabiskan waktu dan uang untuk berbelanja sesuatu tidak lagi sebatas tujuan pemenuhan kebutuhan hidup. Gaya hidup tersebut justru sebagai bentuk pengakuan diri untuk menunjukkan eksistensinya, baik itu di

kampus, lingkungan pergaulan, dan lingkungan sosial secara luas. Hal ini sesuai dengan teori Jean Baudrillard.

Menurut teori tersebut, masyarakat konsumsi memiliki ciri konsumsi yang tidak hanya mempersoalkan nilai guna suatu barang atau sisi pemenuhan kebutuhan. Namun masyarakat konsumsi juga mempersoalkan akan pemenuhan hasrat yang berkaitan dengan tanda, kesan, dan citra. Artinya adalah masyarakat membeli suatu barang tidak lagi sebatas kebutuhan terpenuhi, tetapi hanya untuk pemenuhan hasrat.

Seperti dari hasil wawancara salah satu mahasiswa FKIP jurusan Bahasa Inggris inisial AY, dia berbelanja hanya untuk menghilangkan stress bukan berdasarkan kebutuhan. Begitu juga dengan hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa FKIP jurusan Pgsd inisial AW, dia mengatakan tidak bisa menahan diri untuk tidak berbelanja karena selalu ada fashion-fashion terbaru maka dari itu ia merasa gelisah jika tidak segera memiliki barang yang sedang tren tersebut.

Jadi dalam hal ini Barang bukan lagi sebatas memenuhi kebutuhan akan nilai gunanya secara real, tetapi juga untuk memenuhi hasrat atau keinginan. Barang di mata masyarakat konsumsi dipandang sebagai komoditas untuk memenuhi kebutuhan gengsi bahkan prestise. Semakin tinggi nilai dan citra yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk membeli dan memilikinya.

Sejalan dengan teori tersebut, gaya hidup *shopaholic* menekankan aspek gengsi, hasrat, bahkan prestise sebagai faktor yang menyebabkan gaya hidup ini hadir. Kesenangan diri yang menjadi penyebab terjadinya gaya hidup *shopaholic* merupakan bagian dari kebutuhan masyarakat konsumsi yang ingin selalu dihadirkan dalam suatu barang.

Shopaholic tidak mementingkan kebutuhan secara penuh, tetapi karena adanya kesenangan yang dibungkus dari aktivitas belanja tersebut. Inilah ciri masyarakat konsumsi yang memiliki motif konsumsi untuk memenuhi kebutuhan gengsi, pengakuan, dan aspek mentalitas lainnya.

b. Media Sosial

Media sosial adalah media informasi dan komunikasi yang dirancang sedemikian rupa agar penggunaanya dapat saling terhubung. Media sosial dewasa ini memiliki pengaruh yang luas terhadap setiap aspek kehidupan, mulai dari pendidikan, politik, agama, dan sosial. Sebagai media komunikasi massa, media sosial merupakan salah satu penyebab terjadinya gaya hidup *shopaholic*.

Perkembangan busana atau *fashion* yang begitu menggeliat di media sosial dapat merangsang penggunaanya untuk membelinya. Media sosial yang memiliki jumlah pengguna yang begitu banyak sangat ampuh sebagai media promosi barang-barang. Terlebih lagi, media sosial kini tidak hanya untuk keperluan komunikasi dan memperoleh

informasi saja, melainkan telah dirancang untuk berbelanja dengan hadirnya fitur-fitur belanja daring.

Tiktok, Instagram, dan facebook merupakan aplikasi-aplikasi media sosial yang disenangi kawula muda seperti mahasiswa. Melalui media sosial tersebut, mahasiswa dapat mengikuti dan mengetahui perkembangan *fashion* sehingga hal ini turut mempengaruhi minat beli mereka. Hadirnya media sosial telah menjembatani dan memberikan akses dalam berbelanja atau memperoleh informasi tentang perkembangan *fashion*.

c. Lingkungan Sekitar

Lingkungan memiliki makna yang luas, bukan hanya berkaitan dengan lingkungan fisik melainkan juga lingkungan sosial. Lingkungan memiliki pengaruh yang kuat untuk memunculkan gaya hidup *shopaholic* sebab lingkungan utamanya lingkungan sosial merupakan media sosialisasi. Hal ini berarti bahwa lingkungan dapat menentukan perilaku seseorang.

Seseorang dapat terpengaruh dan ikut-ikutan untuk menyukai berbelanja secara berlebihan karena peran lingkungannya. Contoh kecilnya adalah teman sepergaulan atau dalam hal ini teman sekampus. Ketika seseorang melihat teman sekampusnya memiliki penampilan yang modis lagi trendi, maka hal ini akan menimbulkan perasaan iri dan keinginan untuk sama. Alhasil seseorang mulai menyukai aktivitas

berbelanja untuk menunjukkan bahwa dirinya juga bisa berpenampilan tersebut.

Di dalam teori interaksionisme simbolis, interaksi selalu melibatkan simbol dan makna. Seseorang menggunakan simbol dan orang lain akan memberikan makna atas simbol tersebut. Menurut Blummer di dalam teori tersebut, manusia bertindak atas makna, dapat terjadi berulang-ulang, dan dapat diperbarui melalui penafsiran.

Teori ini juga dipengaruhi oleh struktur sosial yang dapat membentuk suatu Tindakan dalam masyarakat. Pada dasarnya semua Tindakan yang dilakukan oleh manusia memiliki makna bagi dirinya sendiri maupun orang lain disekitarnya. Reaksi yang diberikan oleh orang lain berupa tanggapan dari makna yang diberikan kepadanya. Interaksi yang terjadi diantara mereka menggunakan simbol, penafsiran dan penemuan makna dari Tindakan orang lain.

Dari hasil wawancara salah satu mahasiswa FKIP inisial S jurusan Pendidikan Sosiologi dia mengikuti gaya hidup *Shopaholic* karena terpengaruh dari lingkungan sosial, kalau melihat mahasiswa yang penampilannya keren dia merasa minder dan merasa *insecure* makanya dia juga ingin mengikuti penampilan mahasiswa yang keren tersebut.

Sehingga seseorang yang memiliki penampilan yang modis dan trendi merupakan sebuah simbol dari kemewahan, elit, dan terpandang.

Seseorang yang memiliki gaya hidup *shopaholic* tentunya memiliki penampilan yang menarik, penampilan tersebut merupakan sebuah simbol yang dapat dimaknai sebagai sesuatu yang hebat dan keren sehingga seseorang yang memiliki gaya hidup tersebut akan terus mempertahankannya.

2. Dampak yang Ditimbulkan dari Gaya Hidup *Shopaholic* Mahasiswa FKIP Unismuh Makassar

Gaya hidup *shopaholic* yang terjadi pada mahasiswa FKIP Unismuh Makassar pastinya memiliki dampak, baik itu dampak yang besar maupun kecil, baik dampaknya dirasakan maupun tidak dirasakan. Terdapat dua jenis dampak yang ditimbulkan dari gaya hidup *shopaholic* mahasiswa FKIP Unismuh Makassar yaitu dampak negatif dan dampak positif. Dampak negatif berupa munculnya ketergantungan dan kecanduan, serta meningkatnya pengeluaran atau boros. Adapun dampak positifnya yaitu meningkatkan kepercayaan diri.

a. Ketergantungan dan Kecanduan

Ketergantungan adalah kondisi saat seseorang selalu bergantung pada sesuatu. Ketergantungan erat kaitannya dengan kecanduan yaitu kondisi saat seseorang merasakan ketagihan terhadap sesuatu sehingga tidak bisa terlepas darinya. Kecanduan akan berujung pada ketergantungan.

Gaya hidup *shopaholic* dapat menyebabkan pelakunya mengalami kecanduan berbelanja sehingga ia pun mengalami

ketergantungan. Ketergantungan yang dimaksud adalah munculnya perasaan gelisah, cemas, bahkan stres ketika aktivitas berbelanja tersebut dihentikan. Hal ini merupakan dampak negatif dari gaya hidup *shopaholic* karena dapat mengganggu diri pelakunya.

Bukan tanpa alasan seseorang yang memiliki gaya hidup *shopaholic* dapat kecanduan dan ketergantungan. Pasalnya ketika seseorang berbelanja maka akan timbul perasaan senang dan gembira. Efek senang ini akan menjadi candu yang akan membuatnya selalu ingin berbelanja lagi dan lagi. Alhasil, ketika aktivitas berbelanja tidak dilakukan maka muncul perasaan gelisah, gerah, dan suasana hati yang buruk.

b. Pengeluaran Meningkat atau Boros

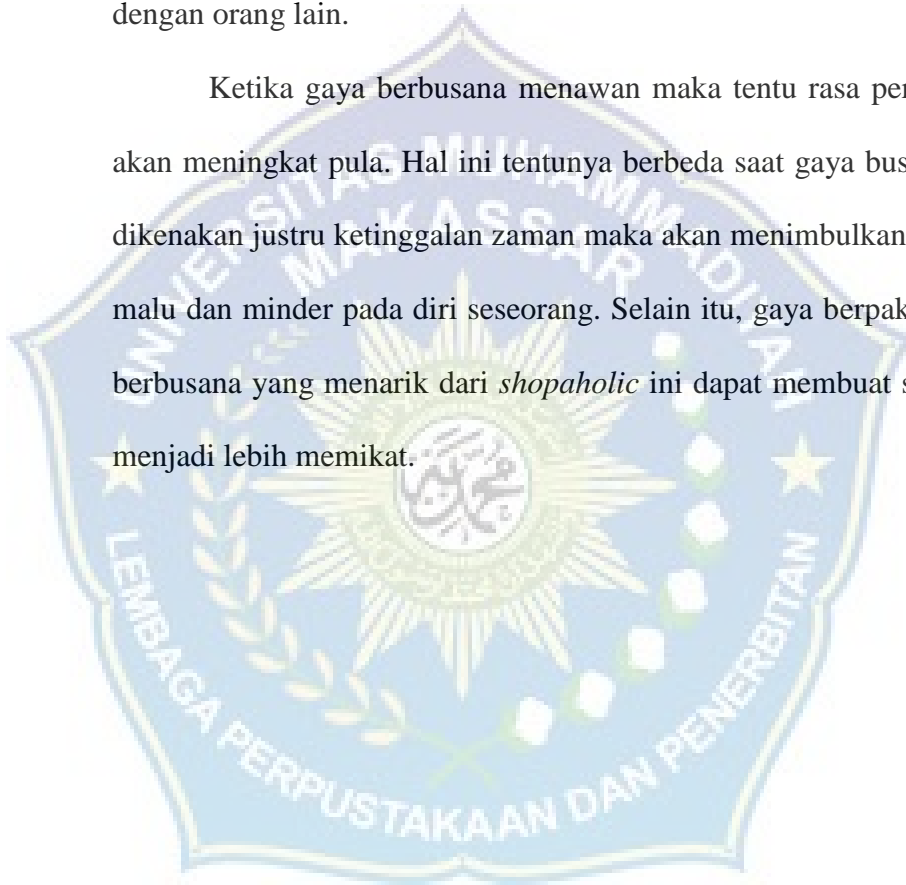
Semakin sering seseorang berbelanja maka semakin sering pula seseorang menghabiskan uang. Aktivitas berbelanja berbanding lurus dengan pengeluaran. Ketika seseorang gila belanja atau berbelanja secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan, maka yang terjadi adalah pengeluaran semakin membesar.

Perilaku berbelanja yang berlebihan merupakan sebuah keborosan. Sebab berbelanja atau membeli sesuatu yang bukan merupakan kebutuhannya. Bagi mahasiswa yang belum bekerja dan masih dibiayai oleh orang tua atau keluarga, tentu pengeluaran yang meningkat akan membebani orang tua.

c. Meningkatkan Kepercayaan Diri

Meski pada dasarnya gaya hidup *shopaholic* memiliki banyak dampak negatif, tetapi gaya hidup ini juga memiliki sisi lain yang terkadang luput. Gaya hidup *shopaholic* akan membuat seseorang untuk tampil menarik karena dukungan dari busana yang memikat. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan diri utamanya saat berinteraksi dengan orang lain.

Ketika gaya berbusana menawan maka tentu rasa percaya diri akan meningkat pula. Hal ini tentunya berbeda saat gaya busana yang dikenakan justru ketinggalan zaman maka akan menimbulkan perasaan malu dan minder pada diri seseorang. Selain itu, gaya berpakaian atau berbusana yang menarik dari *shopaholic* ini dapat membuat seseorang menjadi lebih memikat.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. penyebab terjadi gaya hidup *shopaholic* mahasiswa FKIP Unismuh Makassar adalah terdiri dari dua jenis faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu yaitu kesenangan diri, sedangkan faktor eksternal yang berasal dari luar diri individu adalah faktor dari media sosial dan lingkungan sekitar.
2. Dampak yang ditimbulkan dari gaya hidup *shopaholic* Mahasiswa FKIP Unismuh Makassar terbagi menjadi dua jenis dampak yaitu dampak negatif dan dampak positif. Dampak negatifnya berupa munculnya kecanduan dan ketergantungan, serta meningkatnya pengeluaran atau boros. Adapun dampak positifnya yaitu meningkatnya kepercayaan diri.

B. Saran

Terdapat beberapa saran yang peneliti berikan terkait dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Bagi mahasiswa FKIP Unismuh Makassar, agar bijak dalam menggunakan media sosial supaya tidak ikut-ikutan bergaya hidup *shopaholic* karena dapat menimbulkan berbagai dampak negatif

2. Bagi orang tua, agar memberikan pengawasan kepada putra-putrinya yang sedang menempuh bangku perkuliahan agar tidak boros dengan bergaya hidup *shopaholic*
3. Bagi peneliti berikutnya, agar menggunakan jenis penelitian *mixed methode* agar hasil penelitian dapat lebih maksimal.



DAFTAR PUSTAKA

- Andini Wahyudi, T., & Pratitis, N. (2021). Dinamika Psikologis Shopaholic di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 6(2). <http://jurnal.umk.ac.id/index.php/perseptual>
- Anggraini, D. D., Syakurah, R. A., Adriani, P., Reski, S., Hedo, D. J. P. K., Rahayu, E. P., Ramli, Wijianto, Pratiwi, R. D., & Putra, R. S. P. (2023). *Penelitian Ilmu Kesehatan*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Angelia, D., Rohmaddani, E. R., Fauzuna, F., Anggraini, P., Titis, T., & Fibrianto, A. S. (2022). Gaya Hidup Konsumtif Sebagai Dampak Adanya Online Shop Di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Angkatan 2021. *JURNAL PARADIGMA : Journal of Sociology Research and Education*, 3(1), 175–180. <https://doi.org/10.53682/jpjsre.v3i1.3080>
- Antara, H., Hidup, G., Dengan, H., Konsumtif Pada Mahasiswa, P., Thamrin, H., Adnan, ;, Saleh, A., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11, 1–14. <https://doi.org/10.35905/komunida.v11i01>
- Asnaeni, S. (2014). PERUBAHAN SOSIAL EKONOMI KOMUNITAS NELAYAN DI KELURAHAN PULAU BARRANG LOMPO KECAMATAN UJUNG TANAH KOTA MAKASSAR. In *Jurnal Keguruan dan Ilmu Pendidikan (JKIP) FKIP Unismuh Makassar* (Vol. 1, Issue 1).
- Brilianaza, E., & Sudrajat, A. (2022). Gaya Hidup Remaja Shopaholic dalam Trend Belanja Online di Shopee. *JSSH (Jurnal Sains Sosial Dan Humaniora)*, 6(1), 45. <https://doi.org/10.30595/jssh.v6i1.12225>
- Fajrul Amiruddin, A. (2018a). ARTIKEL GAYA HIDUP SHOPAHOLIC SEBAGAI BENTUK PERILAKU KONSUMTIF (Studi Kasus pada Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar) *SHOPAHOLIC LIFESTYLE AS A FORM OF CONSUMPTIVE BEHAVIOR (Case Study of Students in Social Science Faculty of Makassar State University)*.
- Fajrul Amiruddin, A. (2018b). ARTIKEL GAYA HIDUP SHOPAHOLIC SEBAGAI BENTUK PERILAKU KONSUMTIF (Studi Kasus pada Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar) *SHOPAHOLIC LIFESTYLE AS A FORM OF CONSUMPTIVE BEHAVIOR (Case Study of Students in Social Science Faculty of Makassar State University)*.

- Fatmawati, N. (2020). GAYA HIDUP MAHASISWA AKIBAT ADANYA ONLINE SHOP. *JURNAL PENDIDIKAN ILMU SOSIAL*, 29(1), 29–38. <https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>
- Hidayati, R., & Ikhwan, I. (2019). Perilaku Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Mahasiswa Kurang Mampu Fakultas Ilmu Sosial UNP. *Culture & Society: Journal Of Anthropological Research*, 1(1), 38–45. <https://doi.org/10.24036/culture/vol1-iss1/6>
- Mustomi, D., Puspasari, A., Bisnis, A., Ekonomi, F., Bisnis, D., Bina, U., & Informatika, S. (2020). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF STUDENTS* (Vol. 4, Issue 1).
- Muzakkir. (2021). *Disparitas Sosial Antara Anggota Organisasi Mahasiswa Intra Kampus di Universitas Muhammadiyah Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Nurdin, N. (2018). *Perubahan Perilaku Keberagaman Pasca Darul Arqam Dasar (Studi Mahasiswa Unismuh Makassar)*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Natasha Luas, G., Irawan, S., Windrawanto, Y., & Studi Bimbingan dan Konseling -Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, P. (n.d.-a). *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa The Effect Of Self-Concept On Student Consumptive Behaviour*.
- Natasha Luas, G., Irawan, S., Windrawanto, Y., & Studi Bimbingan dan Konseling -Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, P. (n.d.-b). *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa The Effect Of Self-Concept On Student Consumptive Behaviour*.
- Ibrahim, A. (2021). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*. Ar-Raniry Press.
- Isnawati. (2019). *Online Shop (Studi Kasus Budaya Konsumtif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Qomarudin, A., Sunan, U., & Yogyakarta, K. (2021). HILANGNYA KESADARAN DIRI MAHASISWA UNTUK KULIAH (KONSEP CONSCIENTIZACAO (KESADARAN) SEBAGAI TUJUAN PENDIDIKAN PAULO FREIRE). In *PENSA : Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial* (Vol. 3, Issue 1). <https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/pensa>
- Rifki, M. (2019). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Pulsa Mahasiswa (Studi Kasus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar)*. Universitas Muhammadiyah Makassar.

Septiani Putri, L., Hikmah Purnama, D., & Idi Universitas Sriwijaya, A. (2019). GAYA HIDUP MAHASISWA PENGIDAP FEAR OF MISSING OUT DI KOTA PALEMBANG FEAR OF MISSING OUT LIFESTYLE ON STUDENTS IN PALEMBANG. In *Jurnal Masyarakat & Budaya* (Vol. 21, Issue 2).

Tobar, M. (2016). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pasca Keberadaan Pusat Perbelanjaan di Universitas Muhammadiyah Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teori, L., & Konsumtif, A. P. (n.d.). *BAB II*. http://www.kompasiana.com/adelia_fryzia21/gaya-hidup-remaja-konsumtif_

Ulfatin, N. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan: Teori dan Aplikasinya*. Media Nusa Creative.



L

A

M

P

I

R

A

N



DAFTAR INFORMAN

1. Nama (Inisial) : Ahmad Yunus (AY)
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
 Usia : 24 Tahun
2. Nama (Inisial) : Selvy (S)
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Program Studi : Pendidikan Sosiologi
 Usia : 22 Tahun
3. Nama (Inisial) : Nur Fadillah (NF)
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Program Studi : PPKn
 Usia : 22 Tahun
4. Nama (Inisial) : Nur Nani (NN)
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Program Studi : PGSD
 Usia : 23 Tahun
5. Nama (Inisial) : Rahmawati Hidayah (RH)
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Program Studi : PGSD
 Usia : 23 Tahun
6. Nama (Inisial) : Madina (M)
 Jenis Kelamin : Perempuan

- Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Usia : 22 Tahun
7. Nama (Inisial) : Nurul Fadilah (NF)
Jenis Kelamin : Perempuan
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Usia : 22 Tahun
8. Nama (Inisial) : Agus Salim (AS)
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Usia : 25 Tahun
9. Nama (Inisial) : Resky Natasya (RN)
Jenis Kelamin : Perempuan
Program Studi : Pendidikan Bahasa Inggris
Usia : 22 Tahun
10. Nama (Inisial) : Tati (T)
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Guru
Usia : 52 Tahun
11. Nama (Inisial) : Wahida (W)
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Usia : 47 Tahun
12. Nama (Inisial) : Salma (S)

Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Usia : 58 Tahun



INSTRUMEN PENELITIAN

Lembar Observasi

Rumusan Masalah	Item Pengamatan	Ya	Tidak	Keterangan
Apa yang menyebabkan gaya hidup <i>shopaholic</i> mahasiswa FKIP Unismuh Makassar	Mahasiswa FKIP Unismuh Makassar suka berbelanja			
	Faktor diri sendiri atau internal menjadi penyebab gaya hidup <i>shopaholic</i>			
	Terdapat dorongan dari lingkungan sosial yang menjadi penyebab gaya hidup <i>shopaholic</i>			
	Mahasiswa mengetahui tentang gaya hidup <i>shopaholic</i>			
Bagaimana dampak yang ditimbulkan dari gaya hidup <i>shopaholic</i> mahasiswa FKIP Unismuh Makassar	Suasana hati mahasiswa menjadi buruk ketika tidak berbelanja			
	<i>Shopaholic</i> pada mahasiswa berdampak pada kondisi keuangan mereka			
	<i>Shopaholic</i> pada mahasiswa berdampak pada aktivitas akademik/perkuliahan			
	Terdapat dampak positif dari gaya hidup <i>shopaholic</i> pada mahasiswa			

Pedoman Wawancara

A. Identitas Wawancara

Hari/Tanggal	
Pukul	
Tempat	

B. Identitas Informan

Nama	
Jenis Kelamin	
Usia	

C. Pertanyaan Penelitian

Penyebab gaya hidup <i>shopaholic</i> mahasiswa FKIP Unismuh Makassar	
No.	Pertanyaan
1	Mengapa Anda suka berbelanja?
2	Apakah kesenangan Anda dalam berbelanja memang karena faktor dari diri Anda sendiri?
3	Apakah ada dorongan dari lingkungan sosial sehingga Anda menyukai kegiatan berbelanja?
4	Apakah Anda mengetahui tentang gaya hidup <i>shopaholic</i> ?
5	Menurut Anda, apa yang menyebabkan gaya hidup <i>shopaholic</i> pada mahasiswa?

Dampak yang ditimbulkan dari gaya hidup <i>shopaholic</i> mahasiswa FKIP Unismuh Makassar	
No.	Pertanyaan
1	Apa yang Anda rasakan ketika tidak berbelanja seharian bahkan sepekan?
2	Secara umum, apa dampak yang ditimbulkan dari gaya hidup <i>shopaholic</i> pada mahasiswa?
3	Apakah perilaku berbelanja yang berlebihan atau <i>shopaholic</i> berdampak pada kondisi keuangan Anda?
4	Apakah gaya hidup <i>shopaholic</i> berdampak pada aktivitas akademik atau perkuliahan Anda?
5	Apakah ada dampak positif dari gaya hidup <i>shopaholic</i> pada mahasiswa?

Lembar Dokumentasi

Dokumen	Keterangan
Laporan	
Catatan	
Surat Kabar	
Arsip	
Gambar	
Artikel jurnal	

DOKUMENTASI PENELITIAN



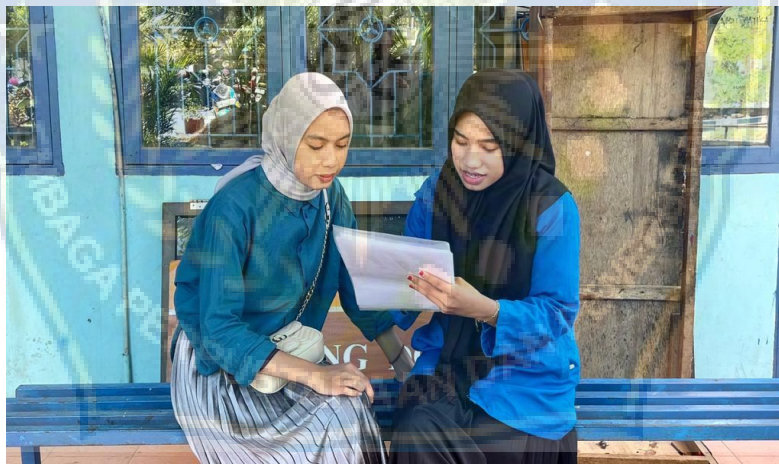
Wawancara dengan informan RN pada 5 September 2023



Wawancara dengan informan AS pada 5 September 2023



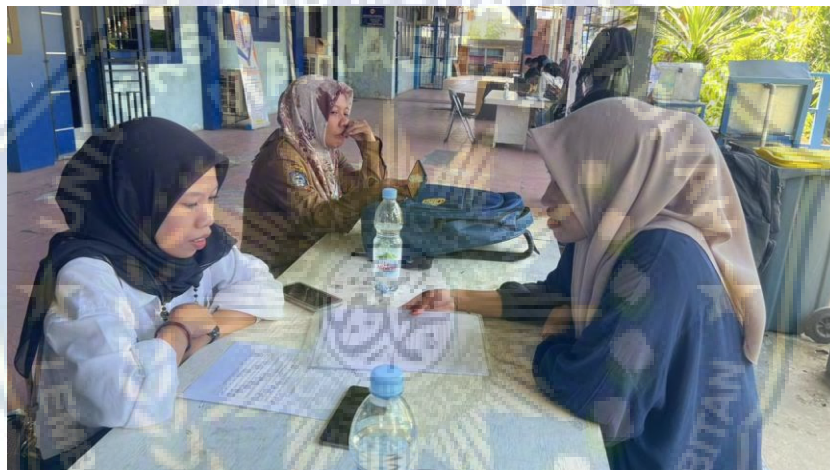
Wawancara dengan informan NF pada 5 September 2023



Wawancara dengan informan S pada 6 September 2023



Wawancara dengan informan M pada 7 September 2023



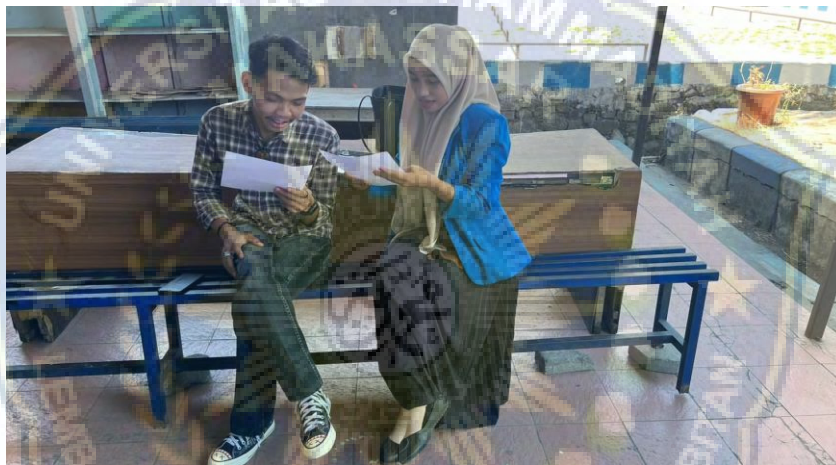
Wawancara dengan informan RH pada 8 September 2023



Wawancara dengan informan NN pada 8 September 2023



Wawancara dengan informan NF pada 9 September 2023



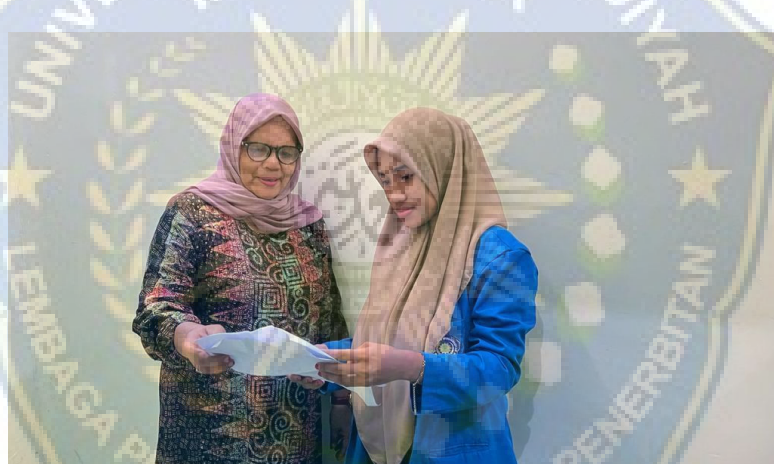
Wawancara dengan informan AY pada 5 September 2023



Wawancara dengan ibu inisial W pada 8 September 2023



Wawancara dengan ibu inisial S pada 8 September 2023



Wawancara dengan ibu inisial T pada 10 September 2023

SURAT IZIN PENELITIAN



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

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

Nomor : 374/A.2-III/VIII/1445/2023
Lamp. :
Hal : Izin Penelitian

23 Muharram 1445 H
10 Agustus 2023 M

Kepada Yth.
Bapak Ketua LP3M
Universitas Muhammadiyah Makassar
di -
Makassar

Berdasarkan surat LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 2202/05/C.4-VIII/VIII/1444/2023
Tanggal, 08 Agustus 2023, perihal permohonan Izin Penelitian, dengan data lengkap mahasiswa yang
bersangkutan:

Nama : SARMILA M
No. Stambuk : 105 38 11001 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:

**"GAYA HIDUP SHOPAHOLIC DALAM PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FKIP UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH MAKASSAR"**

yang akan dilaksanakan pada tanggal, 9 Agustus 2023 s/d 9 Oktober 2023, dengan ketentuan
mentaati aturan dan tata tertib yang berlaku.

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



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

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT





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

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp.(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 : Sarmila M
Nim : 105381100119
Program Studi : Pendidikan Sosiologi

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	10 %	10 %
2	Bab 2	16 %	25 %
3	Bab 3	8 %	10 %
4	Bab 4	3 %	10 %
5	Bab 5	0 %	10%
6	Bab 6	5 %	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, 09 Oktober 2023

Mengetahui

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,

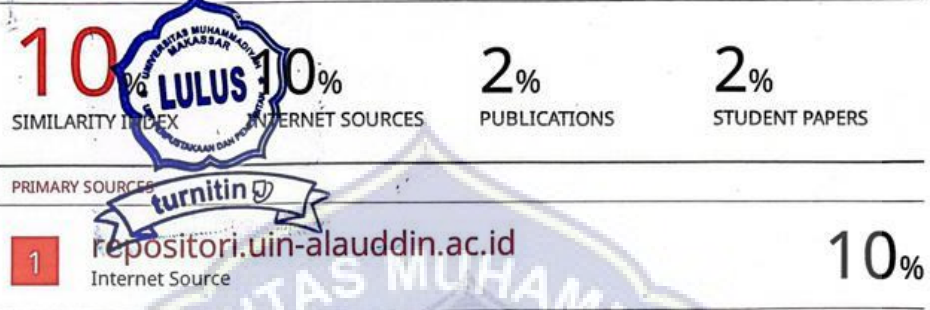


Nurhidayah, S.Pd, M.P
NPM: 209 501

HASIL UJI PLAGIASI

SARMILA M 105381100119 BAB I

ORIGINALITY REPORT



Exclude quotes On
 Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%



SARMILA M 105381100119 BAB II

ORIGINALITY REPORT

100%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilib.unila.ac.id Internet Source	6%
2	123dok.com Internet Source	2%
3	Submitted to IAIN Bengkulu Student Paper	2%
4	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Islam Riau Student Paper	1%
6	Submitted to Universitas Negeri Padang Student Paper	1%
7	es.scribd.com Internet Source	1%
8	media.neliti.com Internet Source	1%
9	Submitted to Universitas Jambi Student Paper	1%

SARMILA M 105381100119 BAB III

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

7%
INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCE

1	www.scribd.com Internet Source	2%
2	docplayer.info Internet Source	1%
3	123dok.com Internet Source	1%
4	Submitted to Universiti Teknologi Petronas Student Paper	1%
5	liaharnita.blogspot.com Internet Source	1%
6	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1%
7	text-id.123dok.com Internet Source	1%
8	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1%
9	kemlenyek.blogspot.com Internet Source	<1%

SARMILA M 105381100119 BAB IV

ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY

3%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

sulsel.muhammadiyah.or.id

Internet Source

1%

2

repository.unhas.ac.id

Internet Source

1%

3

unismuh-makassar.blogspot.com

Internet Source

1%

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches Off



SARMILA M 105381100119 BAB V

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 berdu.id
Internet Source

<1%

2 www.slideshare.net
Internet Source

<1%

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches Off



SARMILA M. 105381100119 BAB VI

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

core.ac.uk
Internet Source

2%

2

mataramgolongilig.wordpress.com
Internet Source

2%

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches Off





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

Jalan Sultan Alauddin No. 259 Makassar
Telp : 0411-860837/860132 (Fax)
Email : fkip@unismuh.ac.id
Web : www.fkip.unismuh.ac.id

KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Sarmila M
Stambuk : 105381100119
Jurusan : Pendidikan Sosiologi
Pembimbing I : Dr. St. Haniah, M.Pd
Dengan Judul : Gaya Hidup *Shopaholic* dalam Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Makassar

Konsultasi Pembimbing I

No	Hari/Tanggal	Uraian Perbaikan	Tanda Tangan
1.	20/SEP/2023	Perbaiki teori dengan pembahasan	<i>Sarmila</i>
2.	26/SEP/2023	Perbaiki foto hasil wawancara	<i>Sarmila</i>
3.	28/SEP/2023	Perbaiki kerangka pikir	<i>Sarmila</i>
4.	30/SEP/2023	Perbaiki kesimpulan	<i>Sarmila</i>
5.	2/OKT/2023	lampiran di Perbaiki dan jadilah penditahan	<i>Sarmila</i>
6.	3/OKT/2023	<i>Ace</i>	<i>Sarmila</i>

Catatan :

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

Makassar, 6 September 2023

Mengetahui,
Ketua Jurusan
Pendidikan Sosiologi

(Signature)
Dr. Jamaluddin Arifin, M.Pd
NPM. 117 4893



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

Jalan Sultan Alauddin No. 259/Makassar
Telp : 0411-8660837/8660132 (Fax)
Email : fkip@unismuh.ac.id
Web : www.fkip.unismuh.ac.id

KARTU KONTROL BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Sarmila M
Stambuk : 105381100119
Jurusan : Pendidikan Sosiologi
Pembimbing II : Dr.Sitti Asnaeni Am, S.Sos.,M.Pd
Dengan Judul : Gaya Hidup *Shopaholic* dalam Perilaku Konsumtif Mahasiswa
FKIP Universitas Muhammadiyah Makassar

Konsultasi Pembimbing II

No	Hari/Tanggal	Uraian Perbaikan	Tanda Tangan
01	Sarmila/15/09/23	Baca catatannya didalam.	M.
02	Sarmila/15/09/23	Perbaiki	M.
03	Sarmila/15/09/23	Ace	M.

Catatan :

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

Makassar, 6 September 2023

Mengetahui,
Ketua Jurusan
Pendidikan Sosiologi

Dr. Mansuluddin Arifin, M.Pd
NBM. 11/4893



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

Jalan Sultan Alauddin No. 299 Makassar
Telp : 0411-86037/860132 (Fax)
Email : fkip@unismuh.ac.id
Web : https://fkip.unismuh.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Hari ini Rabu, Tanggal 14 Jumadil Akhir Tahun 1445 H bertepatan dengan tanggal 27 Desember Tahun 2023 M bertempat di kampus Universitas Muhammadiyah Makassar Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar telah dilaksanakan ujian Skripsi Mahasiswa Program Studi *Pendidikan Sosiologi*

MAJELIS : 1

NO	NAMA/STAMBUK	NILAI PENGUJI				NILAI RATA-RATA	KET
		I	II	III	IV		
1	Sarmila M 105381100119	3,50	3,75	3,50	3,66	3,58	A
2	Nur Madhinatul Ilmi 105381101118	3,75	3,75	3,5	3,66	3,66	A
3	Nur Azisah Putri 105381100419	3,50	3,50	3,5	3,66	3,54	A

Tim Penguji

	N a m a	Tanda Tangan
1	Dr. Jamaluddin Arifin, S.Pd., M.Pd.	
2	Dr. St. Haniah, M.Pd.	
3	Sulvahrul Amin, S. Pd., M.Pd.	
4	Indah Ainun Mutiara, S. Pd, M.Pd.	

Cat :Nilai Hasil Ujian Diisioleh Sekretaris Penguji dan Masing-masing Penguji
Menandatangani Berita Acara untuk Validasi Hasil Ujian



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

Jalan Sultan Alauddin No. 259 Makassar
Telp. 0411-860817/860132 (Fax)
Email: fkip@unismuh.ac.id
Web: www.fkip.unismuh.ac.id

LEMBAR BUKTI PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : SARMILA M
NIM : 105381100119
Tanggal Ujian : 27 DESEMBER 2023
Judul : Gaya Hidup Shopaholic Dalam Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Makassar

Skrripsi telah diperbaiki sesuai dengan saran dari para penguji ujian sidang Sarjana.

No.	Nama	Jabatan	Tanggal Selesai Perbaikan	Tanda tangan
1	Dr. Samaluddin Arifin, M.Pd	Ketua	04/1/2024	
2	Dr. St. Haniah, M.Pd	Sekretaris	04/1/2024	
3	Sulvahrul Amin, S.Pd., M.Pd	Anggota	03/01/2024	
4	Indah Annun Mutiara, S.Pd, M.Pd	Anggota	04/01/2024	

Mengetahui :

Pembimbing I,

Dr. St. Haniah, M.Pd.

Pembimbing II,

Dr. Sitti Asnaeni Am.S. Sos., M.Pd

Ketua Prodi Pendidikan Sosiologi

Dr. Samaluddin Arifin, M.Pd
NBM. 117 4893

RIWAYAT HIDUP



Sarmila M. Lahir pada tanggal 11 April 2000, di Jln. Bungung Barania Bissampole, Kelurahan Pallantikang, Kecamatan Bantaeng, Kabupaten Bantaeng, Provinsi Sulawesi Selatan.

Peneliti merupakan anak kelima dari lima bersaudara dari pasangan Mahmuddin Dg. Empo dan Alm. Samsidar. Peneliti pertama kali mengenyam pendidikan formal di SDN 5 Lembang Cina Bantaeng pada tahun 2006 dan tamat pada tahun 2012.

Pada tahun yang sama, peneliti melanjutkan pendidikan ke MTs 3 Ma'arif Tumbel Gani Bantaeng dan tamat pada tahun 2015. Seusai tamat dari MTs, peneliti melanjutkan pendidikan ke SMAN 4 Bantaeng dan tamat pada tahun 2018. Pada tahun 2019 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Makassar, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Program Studi Pendidikan Sosiologi.