

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi dunia digital adalah hal yang sangat umum dijumpai terutama pada kalangan mahasiswa, perkembangan ini terjadi utamanya pada saat masa pandemi yang mendorong adanya interaksi yang bersifat non-fisik mengakibatkan budaya atau kebiasaan baru dalam bertukar informasi. Akibat dari adanya pandemi, muncul aplikasi populer untuk menghubungkan masyarakat yaitu Zoom, Google Meeting dan juga muncul sosial media yaitu TikTok yang mana merupakan media interaksi baru yang populer pada kalangan masyarakat di masa pandemi. Media sosial TikTok berkembang dan populer khususnya pada kalangan mahasiswa karena terjadi kesuntukan yang dirasakan akibat pembatasan sosial yang diberlakukan pada masyarakat (Gratia et al., 2022)

TikTok merupakan aplikasi sosial media yang berbasis pada pengembangan video kreatif yang dirilis pada tahun 2018 oleh perusahaan ByteDance. Perkembangan TikTok bermula pada kesuksesan aplikasi “*DuoYin*” di Tiongkok, kesuksesan ini pada akhirnya mendorong ByteDance untuk merilis media sosial “*DuoYin*” dengan bentuk versi internasional yaitu TikTok. Pengguna TikTok aktif di Indonesia pada awalnya adalah 50 Juta pengguna harian aktif di 2018 sampai pada akhirnya menunjukkan peningkatan yaitu sejumlah 112 Juta pada 2021 dimana presentasi pengguna harian ini menempatkan Indonesia menjadi negara pengguna TikTok terbesar kedua di dunia dibawah negara Amerika Serikat (Katadata.co.id, 2021).

Perkembangan sosial media TikTok tidak hanya berhenti pada jumlah penggunaanya saja, melainkan dengan adanya fitur-fitur baru. Salah satu fitur baru pada aplikasi Tiktok adalah adanya fitur belanja yang disematkan pada media sosial. TikTok Shop merupakan fitur unggulan yang dikenalkan pada 2021 yang merupakan penggabungan unsur sosial media dan *e-commerce* sehingga mahasiswa tidak perlu berpindah-pindah aplikasi ketika ingin mengonsumsi barang yang mereka butuhkan karena semua sudah tersedia dan diintegrasikan dalam satu aplikasi TikTok. Target dari fitur ini adalah pengguna muda termasuk pada mahasiswa yang mendominasi pengguna TikTok dengan rentan umur 18-21 tahun. Fitur yang dimaksud disebar melalui promosi produk-produk yang dianggap relevan bagi mereka yang dapat mencakup pakaian, aksesoris, kosmetik, dan barang-barang lain yang dapat meningkatkan gaya hidup konsumtif pada mahasiswa (Sa'adah et al., 2022).

Gaya hidup konsumtif mahasiswa ditandai melalui sulitnya mahasiswa dalam mengendalikan diri dalam menyikapi iklan/promosi yang ditampilkan pada beranda "FYP" TikTok. Momen promosi tidak hanya berasal dari adanya konten iklan berupa video saja, tetapi juga pada kemudahan fitur yang disediakan dan interaksi melalui siaran langsung yang memungkinkan pengguna untuk melakukan tanya jawab kepada pembeli. Perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa tentu saja tidak hanya berasal dari faktor eksternal yang telah disebutkan, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh faktor dalam diri mahasiswa yaitu pada pemaknaan mahasiswa terhadap suatu barang melalui simbol-simbol yang ada pada barang-barang tersebut sehingga menganggap barang yang dilihat merupakan objek konsumsi yang diperlukan oleh pengguna (Safitri, 2021)

Perubahan pemaknaan pada suatu barang sebenarnya merupakan salah satu fenomena yang terjadi pada masa post-modern, hal ini berkaitan dengan perubahan budaya interaksi masyarakat yang berpindah pada ranah digital. Perkembangan teknologi digital pada kalangan mahasiswa dirasakan sangat berubah setelah pandemi. Digitalisasi di Indonesia terdorong akibat adanya pandemi yang terjadi pada awal tahun 2020 yang menyebabkan pembatasan interaksi sosial pada masyarakat. Media sosial pada akhirnya diadaptasi guna penyesuaian kebiasaan baru yang mengakibatkan kenaikan pengguna internet harian yang ada di Indonesia. Peningkatan sosial media tersebut sebesar 27 Juta Pengguna harian yang pada mulanya berjumlah 170 Juta menjadi 202 Juta Pengguna harian. Adaptasi sosial media yang dilakukan oleh masyarakat yaitu melalui media sosial Instagram, Twitter, Facebook, Whatsapp, Zoom, dan tentu saja sosial Media TikTok yang mulai mencapai popularitasnya (Katadata.co.id, 2021).

Mahasiswa memiliki karakteristik yang heterogen yang mendorong mereka untuk bertukar budaya dan menyesuaikan lingkungan barunya, Kehidupan sosial dan budaya di kalangan mahasiswa Kota Malang dapat memengaruhi pola konsumsi mereka. Ada kemungkinan bahwa gaya hidup konsumtif di antara mahasiswa dapat menjadi bagian dari identitas sosial dan budaya mereka. Media sosial TikTok sebagai salah satu tempat interaksi mahasiswa memiliki dampak yang signifikan pada kehidupan sehari-hari di kota perantauannya. Mahasiswa sering kali menghabiskan banyak waktu di platform ini, baik untuk hiburan, interaksi sosial, maupun kegiatan belanja online yang pada akhirnya membuat tindakan konsumtif.

Berdasarkan data awal yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa pergeseran cara interaksi mahasiswa melahirkan pergeseran kebiasaan baru yang saat ini cenderung melakukan interaksi secara digital. Perubahan kebiasaan pada mahasiswa ini tentu dipengaruhi oleh sifat manusia yang pada dasarnya akan terus berkembang dan berinovasi melahirkan teknologi dalam konsep baru. Kemudahan dan juga perpaduan fitur dari aplikasi TikTok merupakan salah satu inovasi yang kini mempengaruhi gaya hidup konsumtif pada mahasiswa. TikTok Shop merupakan fitur berbelanja yang tengah naik daun selama beberapa tahun belakangan, yang mana saat ini menjadi fenomena di tengah masyarakat yang berkembang begitu pesat akibat dari pengemasan pihak pengembang media yang sangat bagus.

Akibat dari pesatnya perkembangan TikTok Shop maka dapat mempengaruhi jumlah pembelian konsumen, hal ini karena TikTok punya strategi yang sangat menarik dalam membuat konsep berbelanja pada sosial media saat ini. Berdasarkan penjelasan yang sudah dipaparkan maka peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai bagaimana bentuk gaya hidup konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa pengguna TikTok Shop yang mana penelitian ini akan difokuskan pada mahasiswa yang tengah menjalankan studi di Kota Malang. Hal ini didasari dari status Malang yang saat ini menjadi kota yang populer bagi masyarakat dari seluruh Indonesia untuk melanjutkan pendidikan karena memiliki banyak sekali universitas atau institut perguruan tinggi yang tersebar di seluruh penjuru kota. Popularitas Malang sebagai kota pendidikan ini menyebabkan kota ini memiliki populasi mahasiswa yang beragam yang berasal dari seluruh Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan masalah, Bagaimana Gaya Hidup Konsumtif yang dilakukan oleh Mahasiswa Pengguna Tiktok Shop di Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gaya hidup konsumtif yang dilakukan oleh Mahasiswa pengguna Tiktok Shop di Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Mengacu pada tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti, maka penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Memberikan sumbangan pemikiran bagi para pihak kampus terkait dengan perkembangan gaya hidup konsumtif mahasiswa, memberikan sumbangan ilmiah dalam ilmu pendidikan terutama dalam sudut pandang sosiologi industri dan memberikan teori baru terkait dengan penelitian sejenis terutama pada Teori Masyarakat Konsumeris oleh Jean Baudrillard.

1.4.2 Manfaat Praktis

A. Mahasiswa

Mahasiswa mendapat pandangan baru dari fenomena yang diteliti, sehingga penelitian ini juga dapat menjadi media mahasiswa untuk

mengevaluasi ilmu pengetahuan, menerapkan ilmu dan juga teori yang telah dipelajari dari kampus ke dalam masyarakat.

B. Pihak Kampus

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah dalam ilmu pendidikan terutama dalam sudut pandang sosiologi industri dimana saat ini, lingkup dari sosiologi industri dapat mencakup dari kegiatan industri secara daring akibat dari perkembangan teknologi digital.

C. Penelitian Lebih Lanjut

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan bacaan oleh mahasiswa sekaligus menjadi bahan evaluasi diri selain itu penelitian ini dapat dijadikan sebagai pijakan dan juga referensi ilmiah, penelitian ini diharapkan mampu menyediakan referensi baru untuk para peneliti selanjutnya ataupun pihak-pihak akademisi untuk mencari referensi bacaan mengenai peningkatan gaya hidup konsumtif mahasiswa pengguna aplikasi TikTok Shop.

1.5 Definisi Konsep

Definisi konsep merupakan komponen yang sangat dibutuhkan untuk memfokuskan penelitian. Konsep adalah suatu fungsi yang beragam, dan memiliki sifat yang mudah dipahami. Adapun konsep yang digunakan sesuai dengan konteks penelitian adalah sebagai berikut :

1.5.1 Gaya Hidup Konsumtif

Gaya hidup dapat didefinisikan sebagai serangkaian perilaku yang memiliki arti bagi individu maupun orang lain dalam konteks tertentu maupun tempat tertentu

yang mencakup hunungan sosial, konsumsi barang, hiburan, ataupun berbusana. Peningkatan kebutuhan non-primer atau dapat disebut sebagai kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan pelengkap yang mana dapat dipenuhi setelah kebutuhan primer manusia dipenuhi (Andriyanty & Wahab, 2019).

Perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan individu yang menggunakan produk dengan cara yang tidak efisien, dimana produk tersebut tidak habis digunakan tetapi individu memilih untuk membeli produk serupa dengan embel-embel perbedaan merk (Sumartono, 2002).

Berdasarkan dari dua arti kata tersebut dapat disimpulkan bahwa gaya hidup konsumtif merupakan cara individu mengartikan sebuah barang secara berlebihan sehingga menimbulkan sifat boros dan juga pola pikir yang kurang bijaksana dalam membeli suatu barang.

1.5.2 Mahasiswa

Mahasiswa secara definisi dapat dijelaskan sebagai seseorang yang sedang menuntut ilmu pada tingkat perguruan tinggi, baik pada perguruan tinggi negeri maupun swasta ataupun pada lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Perbedaan mahasiswa dengan masyarakat pada umumnya adalah ditandai dengan tingkat intelektualitas yang tinggi, cara berpikir yang kritis, serta kemampuan merencanakan dan tindakan dengan baik dan cepat. Sifat-sifat tersebut cenderung melekat pada mahasiswa (Siswoyo, 2007).

1.5.3 Tiktok Shop

Tiktok merupakan sebuah aplikasi sosial media yang memiliki fitur berbagi video pendek, perbedaan ataupun ciri khas dari Tiktok adalah pengguna dapat

membagikan video pendenknya dan dapat ditambah efek berupa musik pendek maupun efek tertentu. TikTok sendiri memiliki fitur lain yaitu Tiktok Shop, fitur ini merupakan penggabungan dari kegiatan bersosial media dan juga belanja secara daring. Pengguna dapat mengakses fitur TikTok Shop ini secara mudah melalui perangkat pintar mereka, kelebihan dari fitur ini adalah pengguna dapat melihat review produk melalui video yang disediakan oleh penjual dan juga dapat melihat produk melalui fitur live streaming yang disediakan oleh TikTok untuk penggunaannya sehingga pengguna bisa merasakan pengalaman belanja secara realtime melalui fitur etalase (Armylia, 2021).

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian dapat didefinisikan sebagai sebuah proses ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan tertentu. Pendekatan ilmiah ini menekankan pada karakteristik keilmuan yang meliputi rasionalitas, pengalaman empiris, dan sistematis (Darmadi, 2013). Metode penelitian dapat diartikan sebagai suatu proses ilmiah yang bertujuan untuk mengumpulkan data dengan kegiatan tertentu dengan empat kata kunci utama yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Kesimpulan dari dua uraian diatas adalah metode penelitian adalah suatu metode ilmiah yang tujuannya untuk mendapatkan data dengan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2016).

1.6.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian mengenai Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Pengguna Tiktok Shop di Kota Malang ini memerlukan pendekatan penelitian yang mampu menganalisis setiap bagian dari informasi yang telah didapat mendukung

kesempurnaan isi penelitian yang nantinya akan diuraikan dalam bentuk kalimat. Maka dari itu metode pendekatan penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah metode penelitian Kualitatif. Penelitian kualitatif tidak hanya dari apa yang dilihat/tampak, melainkan penelitian kualitatif melihat lebih dalam tentang realitas dari apa yang terlihat di permukaan (Sugiyono, 2016).

1.6.2 Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian fenomenologi pada penelitian ini. Instrumen utama dari penelitian kualitatif adalah peneliti sendiri sehingga peneliti harus berbekal teori dan juga berwawasan luas agar dapat mampu untuk mengajukan pertanyaan , menganalisa dan juga mendokumentasikan, dan membagikan situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan memiliki makna. fenomenologi merupakan studi mengenai pengetahuan yang berdasarkan pada kesadaran manusia. Menurut Polkinghorne (Creswell, 1998) studi fenomenologi dapat menggambarkan arti sebuah pengalaman hidup yang dirasakan oleh subjek penelitian yang merupakan pendekatan yang memungkinkan seseorang untuk memahami peristiwa, gejala, atau objek dengan cara mengalami dan merenungkan secara sadar.

1.6.3 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, difokuskan pada tindakan yang dilakukan oleh pengguna fitur TikTok Shop yang mana diambil dari kalangan mahasiswa. Adapun lokasi penelitian ini berada di Kota Malang, alasan dari pemilihan tersebut adalah karena Kota Malang adalah Kota Pendidikan yang mana memiliki jumlah kampus

atau perguruan tinggi yang cukup banyak. Peneliti sendiri memfokuskan penelitian pada mahasiswa yang berasal dari Universitas yang berada di Kota Malang

1.6.4 Subjek Penelitian

Subjek penelitian atau adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Subjek penelitian juga membahas karakteristik subjek yang digunakan dalam penelitian, termasuk penjelasan mengenai populasi, sampel dan teknik sampling (acak/non-acak) yang digunakan

Subjek penelitian dapat merujuk kepada individu, kelompok atau unit analisis lain yang dijadikan sebuah sampel dalam penelitian. Pembahasan tentang subjek penelitian juga merujuk pada karakteristik dari subjek yang digunakan dalam penelitian termasuk pada penjelasan mengenai populasi yang akan dijadikan target, sampel, dan teknik sampling yang digunakan baik secara acak maupun non-acak (Martono, 2017). Penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan beberapa pertimbangan tertentu yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti (Sugiyono, 2016)

Subjek penelitian yang ditargetkan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswa yang sedang melaksanakan pendidikan di perguruan tinggi baik perguruan tinggi negeri dan swasta ataupun setingkat yang berada di Kota Malang.
- b. Mahasiswa yang aktif memiliki aplikasi Tiktok dan pernah menggunakan fitur Tiktok Shop

1.6.5 Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu ;

1.6.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian oleh peneliti. Data primer ini dapat berupa observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah dikumpulkan melalui teknik pengumpulan data dan diidentifikasi sebelumnya oleh peneliti berdasarkan metode penelitian yang telah dipilih. Sumber data pada penelitian ini diperoleh dari Mahasiswa pengguna fitur TikTok Shop dalam aplikasi TikTok yang berada di Kota Malang.

1.6.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder dapat berupa penelitian terdahulu, jurnal, makalah, artikel, arsip-arsip, dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian gaya konsumtif mahasiswa pengguna TikTok Shop yang akan dibahas guna menambah informasi.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan Langkah yang paling strategis di dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data yang paling relevan. Pengumpulan data yang dilakukan pada setting secara natural atau kondisi alamiah merupakan ciri penelitian kualitatif (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini data primer yang langsung diambil di lapangan dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1.6.6.1 Wawancara

Wawancara dapat didefinisikan sebagai metode pengambilan data dengan yang dilakukan melalui tanya jawab yang dilakukan kepada seseorang yang menjadi informan ataupun responden sesuai dengan topik yang sudah disiapkan (Afifuddin., 2009). Wawancara merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data langsung dari narasumber mengenai perilaku konsumtif mahasiswa melalui pemanfaatan aplikasi TikTok dan fitur TikTok Shop..

1.6.6.2 Observasi

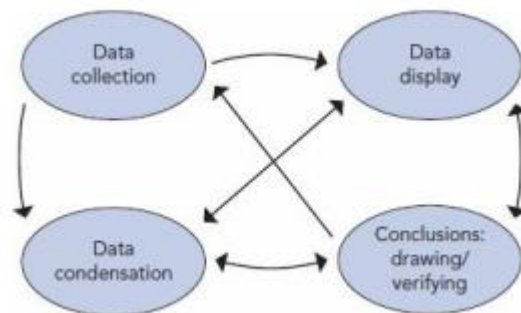
Menurut (Sugiyono, 2016) “observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis”. Sehingga dapat dikatakan bahwa Observasi adalah pencatatan yang dilakukan secara sistematis berupa kejadian, perilaku, objek-objek yang dilihat dan hal-hal yang diperlukan dalam mendukung penelitian melalui seluruh panca indra yang meliputi indra pengelihatan, pendengaran, penciuman, peraba dan sejenisnya. Teknik ini diharapkan dapat menemukan data lapangan terkait dengan penggunaan aplikasi TikTok pada mahasiswa di lapangan.

1.6.6.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu dan disajikan dalam bentuk tulisan, gambar, ataupun karya (Sugiyono, 2016). Peneliti mencatat dan meneliti temuan lapangan serta mengumpulkan dokumentasi seperti dokumentasi wawancara dengan mahasiswa, kegiatan wawancara dengan pengemudi jika diperlukan.

1.6.7 Teknik Analisa Data

Penulisan menggunakan Teknik Analisa data yang mengadopsi model Miles dan Huberman yang mana dalam menganalisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data berupa *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.



Gambar 1. 1 Konsep Analisa Data Menurut Miles dan Huberman

Kegiatan Analisa data menurut Miles dan Huberman yang telah ditampilkan pada gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dari metode yang digunakan adalah meliputi data observasi, wawancara dan juga dokumentasi. Jenis-jenis data tersebut secara umum digunakan sebagai aspek penting dalam pengumpulan data. Pengumpulan data peneliti meliputi rekaman catatan wawancara, rekaman suara, dan juga data pribadi dalam penelitian ini dapat berupa data dokumentasi transaksi narasumber.

b. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kegiatan kondensasi data mengacu pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data yang terdapat pada catatan lapangan, transkrip wawancara, dokumen, dan juga materi empiris yang nantinya dirangkum dengan cara dipilah dengan memilih hal-hal ini. Kegiatan ini juga memfokuskan pada tujuan yang diperlukan sehingga dapat memberikan deskripsi yang jelas akan implikasi yang sedang terjadi. Setelah pengumpulan data maka akan dilakukan penulisan rangkuman berupa poin-poin dari hasil wawancara, kemudian penyederhanaan data dan memilih inti yang diperlukan oleh peneliti.

c. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data yang disatukan dari sumber informasi memungkinkan penyimpulan dan tindakan. Kegiatan penyajian data diperlukan untuk dapat membantu memahami situasi yang terjadi. Hal ini meliputi analisis yang lebih mendalam dan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman yang pada akhirnya dilakukan kegiatan deskripsi melalui deksripsif naratif yang dilakukan oleh peneliti dalam memfokuskan data yang disajikan.

d. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahapan penarikan kesimpulan dan tahapan verifikasi melalui pengumpulan data, analisis kualitatif menafsirkan apa yang dimaksud mencata pola, penjelasan, alur sebab akibat, dan proposisi. Penarikan kesimpulan dalam penelitian mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang diajukan, namun dapat pula tidak menjawab rumusan

masalah karena dalam penelitian kualitatif masih bersifat semetara dan akan berkembang menyesuaikan dengan keadaan yang terjadi di lapangan.

1.6.8 Validasi Data

Validasi data sering juga disebut sebagai uji keabsahan data dalam penelitian. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Jenis penelitian kualitatif kriteria utama dalam melakukan validitas adalah valid, reliabel, dan obyektif. Penelitian ini menggunakan Triangulasi sebagai metode validitas data (Sugiyono, 2016).

Triangulasi merupakan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan data dari berbagai teknik pengumpulan data dan dari sumber yang telah ada. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu, dengan demikian terdapat triangulasi sumber, teknik pengumpulan data, dan waktu.

Penelitian yang berjudul Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Pengguna Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok Shop di Kota Malang) ini menggunakan triangulasi sumber. Melalui triangulasi sumber, peneliti berusaha membandingkan hasil dari penelitian informasi dari narasumber utama lalu melakukan tahapan verifikasi perbandingan hasil yang didapatkan dari pihak informan kunci. Informan Kunci dari penelitian ini adalah individu yang memiliki pengetahuan atau pengalaman pribadi yang relevan dengan perilaku konsumtif di Tiktok Shop, sehingga mereka dapat memberikan wawasan yang mendalam

terhadap hasil dari penelitian. Keberadaan informan kunci memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang konteks yang berkaitan dengan gaya hidup konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa ketika menggunakan TikTok Shop.

