

**BUDAYA KONSUMTIF DAN GAYA HIDUP INSTAN MAHASISWA  
ANGKATAN 2019 BK FKIP UPS TEGAL DITINJAU ASPEK PSIKOLOGIS**

**Albet Andika Saputra**

Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan, Universitas Pancasakti Tegal, Tegal, Indonesia  
Albetandikas@gmail.com

**ABSTRAK**

Masalah dalam penulisan ini, adalah sekelompok mahasiswa yang kurang bisa mengendalikan diri pada kebiasaan mereka dalam mengkonsumsi suatu barang, sehingga timbul perilaku konsumtif yang ada pada mereka. Perilaku konsumtif muncul karena adanya modernitas akibat arus globalisasi yang membuat perubahan. Teknologi memberikan dampak dan pengaruh yang besar bagi seseorang menjadi memiliki perilaku konsumtif, kecepatan akses, kemudahan dalam mencari barang tanpa harus mengeluarkan tenaga yang lebih. Ketika konsumtif seperti ini ada pada semua mahasiswa, ditambah zaman yang semakin canggih membuat akses menjadi mudah dan instan sehingga memunculkan budaya konsumtif pada mahasiswa. Pentingnya peneliti ini bertujuan untuk (a) bagaimana terbentuknya perilaku konsumtif pada mahasiswa angkatan 2019 di BK FKIP UPS Tegal, (2) bagaimana bentuk dari perilaku konsumtif dan gaya hidup instan yang ada di mahasiswa angkatan 2019 BK FKIP UPS Tegal, (3) aspek psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa BK FKIP UPS Tegal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, dengan sumber data mahasiswa bimbingan dan konseling ups tegal angkatan 2019, serta data-data yang digunakan dalam menunjang penelitian ini. Metode penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai validitas data. Hasil penelitian menunjukkan kebanyakan mereka (mahasiswa) yang memiliki perilaku konsumtif karena latar belakang mereka yang tidak mengikuti kegiatan di dalam kampus maupun di luar, media sosial dalam penyiarannya pun ikut berperan membuat perubahan, mereka kehilangan identitas akibat pertukaran kultur budaya luar yang masuk ke indonesia, faktor psikologis yang ada pada masing-masing mahasiswa juga mempengaruhi, motivasi dalam pembelian barang, persepsi yang timbul dalam benak mereka dalam menggunakan barang, keyakinan dan sikap, serta bagaimana proses belajar dan pengamatan yang mereka peroleh.

**Kata kunci:** Modernitas, Perilaku Konsumtif, Aspek Psikologis

**PENDAHULUAN**

Modernitas adalah Globalisasi. Dimana keduanya adalah satu kesatuan yang saling memberikan pengaruh. Kepada masyarakat, menyebabkan perubahan dalam berbagai aspek. Seperti dalam pemenuhan kebutuhan barang, dengan adanya *globalisasi*. Membuat pergerakan barang dan jasa antar negara di seluruh dunia dapat bergerak bebas dan terbuka dalam perdagangannya. Dengan terbukanya suatu negara terhadap negara lain, yang masuk bukan hanya barang dan jasa, tetapi juga teknologi, pola konsumsi, pendidikan, nilai budaya dan lain-lain (Sztompka dalam pariwang, 2018)

Di Indonesia sendiri banyak yang sudah mengalami perubahan modern dan zaman *globalisasi*, yang memaksa manusia untuk mengikuti perkembangannya. Negara indonesia dan negara-negara lainnya terus mengalami perkembangan bergerak untuk menuju

modernisasi, dalam hal ini modern tidak semata-mata menunjukkan pada periode, epos atau zaman, dan yang penting juga suatu bentuk kesadaran akan pembaruan.

Modernitas dipahami sebagai gerakan dari pola kebudayaan yang berkembang seiring dengan era *globalisasi* yang kita sebut dengan istilah *pop culture* (budaya pop). Dalam penjelasan sederhananya adalah gabungan dari budaya seperti makan, musik, program televisi, arsitektur, pergaulan, periklanan, dalam artian lebihnya budaya populer ini terwujud dari nilai, ideologi, norma dan kepercayaan tradisi.

Stonrey dalam Istiqamah, 2020. Menjelaskan tentang budaya populer “Budaya populer adalah budaya komersial tidak berdaya yang merupakan produk mengambang yang dikonsumsi massa. Dalam kehidupan sehari-hari, dapat dengan mudah diamati contoh konkrit budaya populer yang sebagian besar adalah produk dari perusahaan korporasi komersial.”

Budaya nongkrong dan ngopi yang awalnya dipelopori oleh *brand Seven Eleven* dan *Starbucks*, lalu mulai menjamur warung-warung kopi yang menawarkan kenikmatan nongkrong. Budaya makan-makanan cepat saji, yang dipelopori oleh *brand McDonalds, Kentucky Fried Chicken*. Budaya musik populer seperti *Dangdut Koplo, K-Pop* dll. Budaya populer program televisi *reality show* semacam *Indonesian Idol, The Voice of Indonesia* yang menawarkan ketenaran yang sifatnya instan. Menurut (Annisa Istiqomah, 2020: 48).

budaya populer tidak hanya memberikan dampak yang positif, jika kita melihat sisi buruk (*negatif*) budaya populer dapat menumbuhkan sikap individu yang cenderung pragmatis, hedonis, dan konsumtif. Sebagai contoh, saat ini pemenuhan kebutuhan tidak lagi berdasarkan atas kebutuhan semata, tapi sangat dipengaruhi oleh pertimbangan status. Beberapa kebiasaan-kebiasaan yang dibawa oleh budaya pop tersebut dianggap bertentangan dengan nilai-nilai tradisional dalam masyarakat Indonesia. Kebiasaan-kebiasaan tersebut dapat mempengaruhi individu dalam mendefinisikan identitas diri yang selanjutnya dapat berdampak pada identitas nasional bangsa.

Kehidupan masyarakat dituntut untuk mengikuti zaman yang semakin maju ditengah modernisasi, gaya hidup pun mengalami pergeseran seiring dengan dimana kita hidup sekarang, gaya hidup ini bisa kita lihat dari cara berpakaian, kebiasaan dan lain-lain, namun dengan kemajuan teknologi ini mengakibatkan masyarakat memiliki gaya hidup yang instan sebagai mode pilihan, dan membuat masyarakat memiliki perilaku konsumtif.

Sumartono (Yarian Alamanda, 2018), Perilaku konsumtif sebagai perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya kegiatan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Sedangkan menurut Kotler (Cristina & Abdullah, 2011: 4) menjelaskan, sikap konsumtif dapat muncul karena individu kurang dapat Memedakan antara kebutuhan keinginan dan permintaan.

#### Faktor *Internal* dan *Eksternal*

Sumartono (Muhamad Pedy Purnomo. 2021). Ada 2 faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu :

##### 1. Faktor *Internal*

- a. Faktor Psikologis, dan jasa tanpa menggunakan pikiran yang rasional
- b. Persepsi, Persepsi dengan motivasi memiliki hubungan yang erat, dengan persepsi yang baik, maka motivasi bertindak juga akan tinggi. sehingga menyebabkan seseorang memiliki pikiran yang rasional.
- c. Keyakinan dan Sikap

Melalui tindakan dan belajar, maka seseorang akan mendapatkan kepercayaan dan pendirian dalam proses pembelian

d. Proses Belajar dan Pengamatan

Bagaimana individu menyimpan informasi, dan bagaimana informasi tersebut melengkapi pengetahuan yang telah dimiliki sebelumnya.

2. Faktor Pribadi, Kotler (Muhamad Pedy Purnomo. 2021). Keputusan untuk membeli sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu:

a. Usia

Mengonsumsi suatu barang bergantung pada usia seseorang, semakin bertambahnya usia maka kebutuhan yang dibeli akan semakin kompleks.

b. Pekerjaan

Seseorang dengan pekerjaan yang berbeda maka akan memiliki perilaku konsumtif untuk menyesuaikan diri dengan pekerjaannya.

c. Keadaan ekonomi

Seseorang dengan ekonomi yang cukup tentu akan membelanjakan uangnya dengan seseorang yang memiliki ekonomi yang rendah.

d. Kepribadian

Kepribadian dapat menentukan pola hidup seseorang, demikian dengan cara mengonsumsi suatu barang, dan jasa dilihat dari kepribadian tersebut.

e. Jenis Kelamin

Kebutuhan lelaki dan perempuan berbeda, tentu jenis kelamin juga berpengaruh.

3. Faktor Eksternal

a. Kebudayaan, Manusia dengan akal budaya telah mengembangkan berbagai macam sistem perilaku demi keperluan hidupnya.

b. Kelas Sosial, Berisikan kelompok-kelompok yang berada dalam masyarakat yang memiliki anggota, nilai, minat dan perilaku yang sama.

c. Faktor Keluarga, Keluarga memegang peranan besar dan utama dalam pembentukan individu.

d. Kelompok Acuan, Kelompok sosial yang menjadikan ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian dan perilakunya.

Yudi Adhitya Dwitama K (2017) mengatakan “gaya hidup suatu pola atau cara individu menunjukkan keaktualisasian dirinya kepada lingkungan disekitarnya.” Jika melihat dari pengertian gaya hidup, merupakan suatu cara dalam menunjukkan diri agar bisa dilihat oleh lingkungan sekitar.

Gaya hidup instan sudah menempel pada kegiatan yang dilakukan sehari-hari oleh manusia, banyak hal yang sekarang dilakukan dengan lebih cepat. Kemajuan teknologi memiliki peran yang terhadap perubahan gaya hidup dari waktu ke waktu. Bagaimana instannya cara orang terhubung untuk berkomunikasi dengan orang lain meskipun terpisah jarak dan waktu yang berbeda. Internet membuat mudah untuk orang saling bertegur sapa dalam dunia maya.

Fashion atau model berpakaian juga turut berubah dari zaman dulu sampai sekarang. Trend center yang ada menciptakan berbagai model pakaian terbaru yang tentu akan diikuti oleh sebagian orang agar dianggap mengikuti perkembangan zaman. Lebih jauh lagi banyak hal yang berubah sesuai dengan berubahnya gaya hidup manusia, seperti model rambut,

kendaraan untuk berpergian, gadget yang ada. Contoh yang lebih besar dengan adanya kemajuan teknologi memberikan perubahan pada gaya hidup, adanya penyedia jasa layanan online, dengan adanya jasa ini masyarakat tidak perlu susah dalam mengakses sesuatu.

Setiap hari jasa layanan selalu di update untuk memenuhi permintaan pasar, seperti pembayaran telepon, token listrik, sampai layanan yang bersifat insidental. Tidak heran, jika sekarang banyak masyarakat yang mulai beralih untuk menggunakan jasa ini dan menjadikan pilihan utama ketika membutuhkan sesuatu untuk pemenuhan kebutuhan mereka.

Konteks budaya konsumtif sangat luas, tidak hanya dipahami sebatas perilaku konsumtif makanan. Budaya konsumtif juga diartikan sebagai perilaku masyarakat yang tidak memperdulikan tentang kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Segalanya bisa dibeli tanpa memikirkan nilai daya guna. Pembelian brand-brand mahal sebagai wujud eksistensi sosial yang dinomor satukan. Sedangkan dalam konteks teknologi, di zaman yang serba cepat sekarang, masyarakat seakan terbuai di dalamnya. Fenomena seperti ini biasa ditemukan pada masyarakat urban atau perkotaan, dimana fasilitas, ajakan media penyiaran dan segala media Penyiaran penyiaran dan segala akses bisa dengan mudah didapatkan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, berdasarkan latar belakang dengan adanya gaya hidup instan yang membuat seseorang menjadi memiliki perilaku konsumtif. Pengambilan data penelitian dilaksanakan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan prodi Bimbingan dan Konseling Universitas Pancasakti. Responden yang digunakan adalah mahasiswa prodi Bimbingan dan Konseling angkatan 2019 yang berjumlah Dengan teknik *purposive sampling* yang dalam mengambil data menggunakan angket terbuka, dan disebar menggunakan *google form*.

Angket yang disebar berisikan 30 pertanyaan yang terbagi menjadi 3 aspek dalam pembentukan perilaku konsumtif, yaitu : 1. Aspek Pribadi (Kebutuhan), 2. Aspek Psikologis, dan 3. Aspek Lingkungan. Dalam pengambilan sampel peneliti membuat indikator yang memiliki perilaku konsumtif, dengan indikator yang telah dibuat. 1. Nilai seseorang membeli (Psikologis), 2. Tingkat seseorang membeli barang.

Peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data. Pada pendekatan kualitatif ini teknik yang digunakan adalah Wawancara, Observasi dan Studi Dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan hasil analisis yang menjadi responden dalam penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Motivasi**

jawaban yang di dominasi oleh responden yang membeli karena adanya motivasi yang kuat sehingga menunjukkan suatu sikap adanya perilaku konsumtif, karena tujuan dari adanya pembelian ini adalah tercapainya sasaran kepuasan dan tidak melibatkan alasan yang rasional ketika mereka membeli barang yang ada pada tiap-tiap responden.

### **2. Persepsi**

Persepsi sebagai proses psikologis yang dimana dalam proses memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimulus menjadi sesuatu yang bermakna

bagi dirinya, persepsi yang muncul dalam responden karena adanya dorongan dari lingkungan yang dominan yang memaksa responden. tentu alasan ini bisa dianggap rasional karena keadaan lingkungan yang mengharuskan mereka memiliki barang yang belum tercapai. Dengan adanya motivasi yang kuat, akhirnya menimbulkan persepsi yang ada didalam responden untuk mendorong keinginan tersebut.

### 3. Proses Belajar dan Pengamatan

Proses pembelajaran dan pengamatan sebagai sebuah hasil dari buah pengalaman yang menyebabkan perubahan pada seseorang dimasa mendatang, proses pembelajaran tidak harus melibatkan diri sendiri disituasi tertentu, akan tetapi bisa belajar dari pengalaman orang lain dalam pembelajaran yang mereka dapatkan melihat dari orang lain atau pengalaman membeli produk yang ada pada barang tersebut, membuat keputusan untuk membeli. terutama manfaat dari produk yang dibeli, karena memberikan efek merasa percaya diri.

### 4. Keyakinan dan Sikap

Sikap sebagai sebuah pandangan umum tentang suatu hal, pada keputusan akhir pembelian barang, tentang manfaat produk yang akan dibeli, Sedangkan keyakinan sebagai suatu dari sikap yang ditunjukkan saat merasa cukup tahu dan menyimpulkan bahwa pembelian suatu produk sudah mencapai kebenaran manfaat yang dirasakan dalam kehidupan sehari-harinya

## KESIMPULAN

Sebagai dampak dari adanya gaya hidup instan akibat kecepatan perkembangan teknologi yang membuat akses semua menjadi mudah, tetapi. Tidak selalu memberikan dampak positif, adapula dampak negatif adanya perkembangan ini yaitu menyebabkan masyarakat khususnya mahasiswa memiliki perilaku konsumtif. Kebanyakan mereka (mahasiswa) yang memiliki perilaku konsumtif karena latar belakang mereka yang tidak mengikuti kegiatan di dalam maupun di kampus. Sehingga mereka mengatasi kejenuhan akan aktifitas yang hanya berulang dengan berbelanja dengan fasilitas yang ada seperti *mall* maupun *nongkrong*, ataupun menggunakan *platfrom* yang disediakan (*online shop*).

Media sosial dalam penyiarnya pun ikut andil membuat perubahan pada masyarakat, dalam hal mahasiswa yang menjadi responden penelitian, mereka menjadi kehilangan identitas. Akibat adanya pertukaran kultur budaya luar yang masuk keindonesia, mereka terang-terangan terinspirasi akan *style* baik itu dari barat, maupun dari korea dengan jargon k-popnya. Bentuk imitasi dari adanya kultur budaya luar pun tidak hanya menempel dalam hal berpakaian, namun dalam cara mengkonsumsi, atau cara mereka membuang waktu senggang. *Nongkrong* di *caffé*, memesan makanan cepat saji.

Budaya konsumtif sebagai sebuah kultur budaya oleh sekelompok orang yang memiliki perilaku mengkonsumsi secara masif, dan terus menerus. Budaya ini merupakan sebuah cerminan gaya hidup instan, kemudahan akses internet, dan banyaknya aplikasi perbelanjaan, serta lingkungan yang mendukung untuk mahasiswa menjadi memiliki perilaku konsumtif jika dibiarkan begitu saja, maka akan merubah pola dan kebiasaan kita. Tidak hanya karena kejenuhan dari rutinitas perkuliahan yang mereka rasakan, namun faktor dari kepribadian (psikologis) juga menentukan dalam proses mengkonsumsi suatu barang, serta lingkungan yang ikut berperan dalam pembentukan perilaku konsumtif.

Dalam penelitian yang saya lakukan kepada Husen menyatakan bahwa interaksi warga di desa Lumingser dimana tempat tinggal saya sendiri, sudah banyak warga yang menggunakan media sosial untuk berinteraksi, antar warga satu desa maupun dengan yang ada di Jakarta maupun di wilayah Indonesia lain. Tentu saja ini sangat memudahkan mereka untuk berinteraksi dimana situasi saat ini yang masih dalam pandemi covid-19 yang mengharuskan masyarakat tidak boleh berkerumun dengan orang banyak walaupun saat ini diperbolehkan, akan tetapi dibatasi orangnya dan harus menjaga protokol kesehatan agar tidak terkena virus corona. Tetapi walaupun sudah banyak yang dapat menggunakan media sosial untuk berinteraksi tetapi masih banyak masyarakat yang belum bijak dalam menggunakan media sosial terutama untuk informasi maupun penggunaan untuk bisnis atau penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(2), 273–279.
- Ayuni, A., Suharso, P., & Sukidin, S. (2019). Perubahan Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Abdurachman Saleh Kota Situbondo (Studi Kasus: Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Angkatan 2014 Dalam Menggunakan Kosmetik Branded). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 58.
- Dewardari, B. P., & Putri, E. T. (2021). Pengaruh Citra Tubuh dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Wanita Dewasa Awal di Kota Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2), 402.
- Dian Chrisnawati, S. M. A. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja terhadap pakaian.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54.
- Istiqomah, A. (2020). Ancaman Budaya Pop ( Pop Culture ) Terhadap. *Identitas, Penguatan Masyarakat, Nasional*, 2(1), 47–54.
- Lutfiah, Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan EkonoLutfiah, Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pe. Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–10.
- Mujahidah, A. N. (2021). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya. *Indonesian Journal of School Counseling: Theory, Application, and Development*, 1(1), 1.
- Nurhaini, D. (2018). Pengaruh konsep Diri dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Komsuntif Terhadap Gadget Remaja SMAN 1 Tanah Grogot. *Psikoborneo*, 6(1), 211–223.
- Pradana, M. F. (2013). Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswa.

## SEMINAR NASIONAL BIMBINGAN DAN KONSELING 2022

Program Studi Bimbingan dan Konseling, Universitas Pancasakti Tegal

- Puspitorini, Dian Anggraini. (2016). Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian. 1-16. (Studi Kasus Pada Konsumen Cafe D'srupat-Sruput di Kota Wates)
- Rosana, E. (2015). Modernisasi Dalam Perspektif Perubahan So. *Jurnal Studi Lintas Agama*, 10(1), 67–82.
- Widyanigrum, Sandra., Puspitadewi, Ni Wayan Sukmawati. (2016). Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Tipe Kepribadian Pada Siswa Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan* 6(2), 102-106.