

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan yang dialami oleh masyarakat di bidang pengetahuan dan teknologi telah menciptakan optimisme akan kehidupan yang lebih baik bagi manusia. Teknologi modern dianggap sebagai cahaya yang akan membebaskan manusia dari jerat kelangkaan dan kemiskinan. Dalam perkembangannya, era modern ternyata tidak hanya menawarkan kemajuan bagi kehidupan manusia, namun juga menampilkan sudut-sudut gelap yang siap menghancurkan kehidupan manusia itu sendiri. Kemajuan teknologi yang kini semakin pesat, terutama di bidang telekomunikasi, informasi, dan multimedia pada akhirnya menjadi sangat berpengaruh dalam merubah hubungan sosial kemasyarakatan, dikarenakan sifat fleksibilitas dan kemampuan telematika untuk masuk ke dalam aspek-aspek kehidupan manusia (Agung Nugroho dalam Habibu Rahman dkk, 2020: 299).

Sejalan dengan hal itu, Herbert Marcuse memiliki pandangan mengenai masyarakat modern dan menuangnya ke dalam karyanya yang berjudul *One Dimensional Man*. Marcuse memberikan suatu gambaran tentang manusia atau masyarakat ke dalam satu dimensi seperti “kemampuan hidup dalam dua dimensi (*res cogitans dan res extensa*) dan dua dimensi eksistensi manusia (kemampuan mempertimbangkan cara berada manusia secara lain dalam realitas dan kecakapan melampaui faktitas ke kemungkinan-kemungkinan riilnya) sudah dihapus. Manusia telah menjadi satu dimensi atau *one dimension*. Kini hanya ada satu dimensi realitas, sebuah realitas tanpa substansi, atau lebih tepatnya realitas di mana substansi direpresentasikan oleh bentuk teknis, bentuk yang menjadi muatan dan esensinya”.

Di dalam bukunya, Marcuse menggambarkan bahwa masyarakat modern kini berada dalam kondisi yang membahayakan. Marcuse mengatakan “*if we attempt to relate the causes of the danger to the way in which society is organized an organizes it's members, we are immediately confronted with the fact that*

advanced industrial society becomes richer, bigger, and better as it perpetuates the danger” (Dewi, Naimah Yuliastika, 2013: 38-39). Baginya, masyarakat industri modern adalah masyarakat yang tidak sehat, karena masyarakat tersebut adalah masyarakat berdimensi satu. Segala segi kehidupannya hanya diarahkan pada satu tujuan saja, dengan menciptakan satu bentuk kontrol baru yang bersembunyi dibalik kenyamanan, kelembutan, kerasionalan, dan kebebasan. Marcuse memandang bahwa perubahan di dalam masyarakat hanya dapat dilakukan melalui revolusi, karena masyarakat sudah rusak secara total. Dari sini kemudian dirinya terjebak dalam labirin ketidakpastian dan jalan keluar yang dirumuskannya mengalami kebuntuan, sehingga perubahan masyarakat yang diharapkannya pun menjadi hal yang utopis atau khayal.

Lalu kemudian muncul teori dari Adorno tentang industry budaya. Industry budaya membentuk selera dan kecenderungan massa sehingga mencetak kesadaran mereka dengan cara menanamkan keinginan mereka atas kebutuhan-kebutuhan palsu. Oleh karena itu, industry budaya berusaha mengesampingkan kebutuhan-kebutuhan riil. Konsep-konsep atau teori alternatif radikal, serta cara-cara berpikir dan bertindak oposisional politis. Industry budaya sangat efektif dalam menjalankan hal ini sehingga orang sampai tak menyadari apa yang tengah terjadi (Dominic Strinati, 2010: 107).

Kekuatan ideologi industry budaya sudah sedemikian rupa hingga konformitas menggantikan kesadaran. Dorongan terhadap konformitas ini tidak menoleransi bentuk penyimpangan atau penentangan apa pun, juga tidak terhadap visi alternatif tatanan sosial yang ada. Cara-cara berpikir maupun menyimpang, menentang, dan alternatif sifatnya semakin tidak mungkin untuk dibayangkan sebagai kekuatan industry budaya yang dikembangkan dalam benak banyak orang. Industry budaya bersentuhan dengan kesalahan bukan dengan kebenaran, dengan kebutuhan-kebutuhan palsu dan solusi-solusi palsu, dan bukannya dengan kebutuhan-kebutuhan atau solusi riil. Industri budaya menyelesaikan masalah “hanya pada permukaan”, bukan dipecahkan sebagaimana seharusnya di dalam dunia nyata. Industry budaya menawarkan bentuk bukannya substansi penyelesaian masalah, pemuasan semu atas kebutuhan palsu sebagai pengganti solusi riil

berbagai persoalan nyata. Dalam melakukan hal ini, industry budaya mengambil alih kesadaran massa.

Di dalam masyarakat modern, budaya populer, dan media massa telah menjadi bidang pembahasan khusus dalam perdebatan tentang postmodernisme. Di dalam dunia postmodernisme, tampilan permukaan dan gaya menjadi lebih penting, dan pada gilirannya menuntut semacam ideologi perancang. Sebagaimana dikemukakan oleh Harvey: “citraan mendominasi narasi”. Argumennya adalah bahwa kita semakin sering mengonsumsi citra maupun tanda itu sendiri dan bukannya manfaatnya atau nilai-nilai lebih dalam yang mungkin disimbolisasikan. Hal ini tampak nyata pada budaya populer itu sendiri ketika permukaan dan gaya, tampakan sesuatu, dan sifat main-main dan senda gurau, dikatakan mendominasi dengan mengorbankan isi, substansi, dan makna.

Lalu kemudian diperkuat oleh analisis dari Baudrillard (2023), dalam hubungannya dengan masyarakat postmodern tingkat ketiga yang memiliki sifat hakiki dan kekhasannya yaitu penolakan terhadap realitas yang riil. Penolakan itu didasarkan pada kerja simulacra yang mengaburkan dan menghilangkan referensi asli atau realitas yang asli. Simulacra mengedepankan yang imitasi sebagai suatu yang benar, maka yang tampak imitasi itulah kebenaran ontologis. Kenyataan ini kemudian mencerminkan diri sebagai salah satu budaya yang dihidupi oleh masyarakat postmodern.

Dalam simulasi, bukan realitas yang menjadi landasan atau cerminan utama melainkan model-model yang ditawarkan media teknologi dan informasi. Model-model itu yang kemudian dianggap sebagai sesuatu yang nyata, sebagai dunia yang sungguh riil.

“The simulacrum is never what hides the truth – it is truth that hides the fact that there is none. The simulacrum is true” Simulasi yang dipandang Baudrillard sebagai suatu yang benar ada dalam realitas. Karena itu, dalam simulasi, masyarakat digiring pada realitas palsu yang disebut realitas semu (*hyper-reality*). Realitas seperti ini tercipta oleh jenis-jenis media yang dijadikan acuan referensi untuk masyarakat pada umumnya. Dengan media, dunia imajinasi terbentuk dan disuguhkan oleh simulator dan pada akhirnya menggiring masyarakat

pada suatu kesadaran palsu yang diciptakan oleh simulator tersebut (Radiansyah, Rifi Rifani, 2019).

Masyarakat kini hidup dalam suatu ruang fiksi yang factual. Yang pada akhirnya, realitas-realitas simulacra menjadi landasan bagi masyarakat untuk merealisasikan dan mengaktualisasikan eksistensi dirinya. Melalui semua hal yang ditawarkan oleh media sosial dan media elektronik, hal itu kemudian membentuk kesadaran individu untuk mewujudkan jati diri dan eksistensinya. Seolah-olah apa yang disajikan di media sosial dan media elektronik dipandang sebagai sebuah realitas dan realitas sesungguhnya sudah tidak dianggap. Apapun informasi yang disuguhkan di media sosial dan media elektronik menjadi sebuah keyakinan atau sebuah realita. Dan hal tersebut yang menyebabkan munculnya perilaku konsumtif, yang tidak bisa membedakan antara keinginan dan kebutuhan.

Masalah kemudian akan muncul jika khalayak tidak memiliki kekuatan cukup untuk mengontrol diri untuk tidak selalu terpengaruh dengan apa yang diiklankan dan dipromosikan oleh media. Sehingga jika hal itu terjadi akan menimbulkan perilaku konsumtif dalam diri masing-masing. Agama pun melarang hal yang berlebih-lebihan karena sesuatu yang berlebih-lebihan itu juga merupakan hal yang tidak baik. Ada baiknya jika memiliki kesadaran untuk lebih bijaksana dalam membelanjakan uang yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan, sehingga harta yang dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

Mengutip dari *Jurnal of Islamic studies* (2023), di dalam Surat al-A'raf ayat 31 Allah SWT. memerintahkan manusia untuk memakai pakaian yang bagus dan indah:

﴿يَبْنَىْ اءَمَّ ءُءُوا زَيْنَتَكُمْ عِنءَ كُلِّ مَسْءِءٍ وَّكُلُوا وَاشْرَبُوا وَاَلَّا تُسْرِفُوا اِنَّهٗ لَا يُءِبُّ
المُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾﴾

Artinya: "Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan." (Q.S al-A'raf: 31).

Dalam Surat tersebut, Allah menerangkan mengenai dengan pakaian yang indah dan makanan yang baik serta minuman yang bermanfaat dalam rangka mengatur kesempurnaan kesehatan untuk dapat beribadah kepada Allah SWT. secara sempurna, karena kesehatan badan sangat erat kaitannya dengan makanan dan minuman yang baik dan halal. Sementara itu, makanan dan minuman yang berlebihan akan membawa pada kerusakan badan. Oleh karena itu, Allah SWT. melarang manusia dalam berlebihan makan dan minum. Larangan ini mengandung beberapa arti, diantaranya ialah berlebih-lebihan dalam makan dan minum itu sendiri, karena makan dan minum secara berlebihan dan melampaui batas akan mendatangkan penyakit. Berlebihan dalam berbelanja juga merupakan perkara yang dilarang dalam agama. Islam mengajarkan kita untuk tidak boros dan menghambur-hamburkan harta yang pada akhirnya akan mengalami kerugian. Jika pengeluaran lebih besar daripada pendapatan maka akan menimbulkan masalah yaitu menimbulkan hutang yang banyak. Oleh karena itu, manusia dianjurkan untuk tidak mubazir dalam segala hal, baik dalam berpakaian maupun makan dan minum.

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara berlebihan terhadap suatu barang. Perilaku konsumtif juga diartikan sebagai tindakan memakai suatu barang secara berlebihan tanpa didasari dengan kebutuhan. Artinya, seseorang membeli barang bukan karena barang yang dipakai telah habis, melainkan karena hal-hal yang ditawarkan atau bahkan barang tersebut sedang menjadi sebuah trend (Anggraini & Santoso, 2019). Fenomena ini tentunya akan terus berkembang dikarenakan adakanya factor yang menyebabkan munculnya perilaku konsumtif, salah satunya adalah gaya hidup.

Fenomena konsumerisme tidak memandang usia, jenis kelamin, ataupun status sosial. Mereka bisa saja dari kalangan dewasa, remaja, maupun orang tua, namun kalangan yang paling rentan mengalami dampak dari perilaku konsumerisme adalah kalangan remaja. Karena kalangan remaja dianggap masih belum stabil dan mudah terpengaruh oleh hal-hal yang mereka lihat atau oleh hal-hal yang ada di sekitar mereka. Loudon dan Bitta berpendapat bahwa remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif karena remaja suka mencoba hal-hal yang baru, tidak realistic dan cenderung boros. Perilaku konsumtif pada masa remaja,

antara 12-18 tahun dapat terjadi karena usia remaja merupakan masa peralihan dan pencarian identitas. Lingkungan pergaulan remaja punya banyak pengaruh terhadap minat, sikap, pembicaraan, penampilan dan perilaku lebih besar dibandingkan dengan pengaruh keluarga, hal ini disebabkan pada masa remaja, remaja lebih banyak berada diluar rumah, mereka berusaha untuk melepaskan diri dari pengaruh orang tuanya (Elizabeth Hurlock, 1996: 213).

Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap berubahnya gaya hidup remaja menjadi lebih konsumtif. Fenomena ini juga yang akan coba untuk dikaji dalam penelitian ini, besarnya pengaruh penggunaan media sosial terhadap perubahan gaya hidup konsumtif, terutama pada remaja yang saat ini intensitas penggunaan media sosialnya cukup besar, dan dianggap mudah sekali terbawa arus pergaulan dan trend-trend yang marak di lingkungannya.

Berdasarkan hasil pengamatan awal, para remaja di Desa Sumberjaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi memanfaatkan media sosial dengan cukup baik, seperti komunikasi, belajar, dan lain-lain. Hanya saja perkembangan yang pesat pada media sosial ini tidak dapat menahan para remaja untuk tidak mengikuti perkembangan zaman, terutama dalam hal berpenampilan. Para remaja ini tidak dapat menahan diri untuk tidak terlalu mengikuti *trend* yang ada. Secara terpaksa maupun tidak, mereka memenuhi keinginan mereka untuk mengikuti perkembangan *trend* yang sedang marak di media sosial. Dan untuk memenuhi keinginannya tersebut, para remaja mulai membeli barang-barang ataupun makanan yang mereka inginkan dari yang mereka lihat di media sosial atau berbagai aplikasi belanja online lainnya. Para remaja tidak segan untuk mengeluarkan sejumlah uang hanya untuk memenuhi hasrat dan keinginannya. Padahal, apa yang mereka beli bukanlah hal-hal yang seharusnya menjadi kebutuhannya.

Aplikasi belanja online yang sering mereka gunakan adalah *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada*, dan *Tiktok*. Selain dengan lengkapnya barang yang mereka jual, cara untuk menggunakannya pun mudah. Selain itu, harga barang yang mereka jual di aplikasi tersebut jauh lebih murah jika dibandingkan dengan barang yang

dijual di toko. Itulah yang menyebabkan para remaja menjadi lebih tertarik pada belanja online.

Sebelumnya penulis telah melakukan wawancara singkat terhadap informan yang merupakan beberapa remaja di Desa Sumberjaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi mengenai pengaruh media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai pengguna media sosial, mereka menyebutkan bahwa media sosial sangat penting untuk kehidupan sehari-harinya. Selain untuk berkomunikasi, media sosial juga menjadi sebuah kebutuhan untuk mereka memperoleh informasi, mulai dari berita actual sampai dengan *trend* terbaru yang sedang terjadi. Hal ini tentunya menjadi cikal bakal terbentuknya perilaku konsumtif apabila seseorang tidak dapat mengontrol dirinya dengan baik untuk tidak begitu terpengaruh atau mengikuti perkembangan *trend* yang disuguhkan di media sosial. Namun ada juga remaja yang mengatakan bahwa mereka menggunakan media sosial hanya untuk berkomunikasi dan mencari informasi maupun berita dan tidak begitu tertarik dengan *trend* yang sedang marak di media sosial.

Berdasarkan permasalahan – permasalahan yang dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai permasalahan-permasalahan yang telah dipaparkan. Maka dari itu, penulis mengangkat judul **“Peran Media Sosial dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Remaja di Desa Sumberjaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi”**. Dengan adanya penelitian ini, pembaca diharapkan dapat dengan mudah dalam mengkaji masalah-masalah pengaruh media sosial dalam perubahan gaya hidup konsumtif remaja.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang didapatkan peneliti dengan cara observasi dan wawancara tidak terstruktur, maka dibuat identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Berkembangnya teknologi terutama pada teknologi informasi dan telekomunikasi memberikan manfaat dan dampak yang besar, akan tetapi kini teknologi justru merubah perilakumasyarakat, khususnya remaja yang kini menjadi kurang bijaksana dalam memanfaatkan media

sosialnya dengan menjadikan sebuah trend yang disuguhkan dalam media sosial menjadi sebuah tujuan dalam memenuhi hasrat dan keinginannya dengan mengesampingkan kebutuhan yang sebenarnya.

2. Gaya hidup para remaja menjadi lebih konsumtif, sehingga para remaja mulai berlomba-lomba dalam mengikuti sebuah trend yang sedang marak di media sosial.

C. Fokus Kajian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, penulis berharap penelitian ini dapat berjalan dengan efektif, efisien, terarah, dan dapat dikaji lebih mendalam, karena itu maka diperlukannya pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Studi ini membahas mengenai intensitas penggunaan media sosial pada remaja di Desa Sumberjaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi.
2. Studi ini membahas mengenai perilaku konsumtif yang terbentuk pada remaja di Desa Sumberjaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi.
3. Studi ini membahas mengenai faktor yang mempengaruhi perubahan gaya hidup konsumtif pada remaja di Desa Sumberjaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis akan merumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana intensitas penggunaan media sosial pada remaja di Desa Sumberjaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi?
2. Bagaimana peran media sosial dalam mempengaruhi perilaku konsumtif remaja di Desa Sumberjaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi?

3. Apa saja faktor – faktor yang mempengaruhi perubahan gaya hidup konsumtif pada remaja di Desa Sumberjaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan maka dapat disimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui intensitas penggunaan media sosial pada remaja di Desa Sumberjaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumtif remaja di Desa Sumberjaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi dengan adanya intensitas penggunaan media sosial.
3. Untuk menjelaskan faktor – faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial bagi kehidupan remaja di Desa Sumberjaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi.

F. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah, pengetahuan, dalam hal peran media sosial dalam perubahan gaya hidup konsumtif remaja di Desa Sumberjaya, Kecamatan Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi. Serta hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan dan bahasan pertimbangan bagi semua pihak dalam memahami media sosial yang dapat mempengaruhi gaya hidup konsumtif remaja. Serta dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.