



BUDAYA KONSUMTIF MAHASISWA DI ERA DIGITAL ANTARA GAYA HIDUP DAN TEKANAN SOSIAL

Rizqi Nurul Azizah

Bimbingan Penyuluhan Islam, UIN. K.H Abdurrahman Wahid, Pekalongan, Indonesia

Email: rizqi.nurul.azizah24037@mhs.uingusdur.ac.id

ABSTRAK

Budaya konsumtif di kalangan mahasiswa semakin berkembang seiring dengan kemajuan teknologi digital dan intensitas penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Konsumsi tidak lagi dilakukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga menjadi sarana membangun identitas diri, menunjukkan status sosial, serta memperoleh pengakuan di ruang digital. Artikel ini bertujuan menganalisis fenomena tersebut dari perspektif sosiologi dengan menggunakan teori simulacra Jean Baudrillard, yang menjelaskan bagaimana realitas sosial dibentuk oleh simbol, citra, dan representasi yang terus direproduksi. Metode yang digunakan adalah studi pustaka melalui kajian jurnal ilmiah dan literatur yang relevan dengan isu konsumsi, budaya, identitas, dan tekanan sosial. Hasil kajian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh struktur sosial digital yang menciptakan tekanan sosial tidak langsung melalui interaksi daring. Standar gaya hidup ideal ditampilkan secara masif sehingga mendorong mahasiswa menyesuaikan diri demi menjaga eksistensi sosialnya. Budaya konsumtif memiliki dua sisi. Di satu sisi, konsumsi dapat menjadi bentuk ekspresi diri dan kreativitas. Namun, di sisi lain, perilaku ini berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap kondisi ekonomi, kesehatan mental, serta fokus akademik mahasiswa. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman kritis agar mahasiswa mampu mengelola pola konsumsi secara rasional dan bijak di tengah arus budaya digital yang terus berkembang.

Kata Kunci : Budaya Konsumtif, Mahasiswa, Era Digital, Identitas Sosial, Sosiologi

ABSTRACT

Consumptive culture among university students has increasingly developed alongside rapid digital technological advancement and the widespread use of social media in daily life. Consumption is no longer carried out merely to fulfill basic needs, but has become a means of constructing self-identity, displaying social status, and gaining recognition within digital spaces. This article aims to analyze this phenomenon from a sociological perspective by applying Jean Baudrillard's theory of simulacra, which explains how social reality is shaped by symbols, images, and representations that are continuously reproduced. The method used in this study is a literature review, examining various scientific journals and relevant sources related to consumption, culture, identity, and social pressure. The findings indicate that students' consumptive behavior is influenced by digital social structures that create indirect social pressure through online interactions. Ideal lifestyle standards are massively displayed and reproduced, encouraging students to constantly adjust themselves in order to maintain social existence and relevance. Consumptive culture has both positive and negative impacts. On one hand, consumption can serve as a form of self-expression and creativity. On the other hand, it may negatively affect students' financial stability, mental health, and academic focus. Therefore, a critical understanding is necessary so that students can manage their consumption patterns rationally and wisely amid the ongoing development of digital culture.

Keywords: *Consumptive Culture, University Students, Digital Era, Social Identity, Sociology*

A. PENDAHULUAN

Mahasiswa adalah kelompok sosial yang sedang berada dalam tahap peralihan menuju masa dewasa. Di tahap ini, selain berkembang secara akademik, mereka juga harus tumbuh dalam aspek sosial. Dalam era digital, kehidupan sehari-hari mahasiswa semakin tergantung pada penggunaan media sosial dan teknologi digital. Hal ini berdampak pada cara mereka berinteraksi dengan orang lain, berpikir, dan menjalani gaya hidup sehari-hari. Serta di masa globalisasi ini, mahasiswa lebih suka membeli barang melalui platform digital, karena dianggap lebih murah dan mudah diakses melalui media sosial, seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan platform aplikasi toko online lainnya.[1]

Mahasiswa sebagai generasi muda memiliki peran strategis dalam perubahan sosial, termasuk dalam membentuk pola konsumsi masyarakat. Pada fase perkembangan ini, mahasiswa cenderung memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, mudah terpengaruh oleh lingkungan sosial, serta aktif dalam penggunaan teknologi digital. Kondisi tersebut menjadikan mahasiswa sebagai kelompok yang sangat responsif terhadap tren konsumsi yang berkembang di media sosial dan platform digital lainnya.

Perubahan pola konsumsi mahasiswa tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan merupakan hasil dari proses sosial yang panjang. Digitalisasi telah menciptakan budaya visual yang menempatkan tampilan dan citra sebagai aspek penting dalam interaksi sosial. Dalam budaya ini, konsumsi tidak lagi bersifat privat, tetapi menjadi konsumsi publik yang dapat dilihat, dinilai, dan dibandingkan oleh orang lain melalui media sosial.

Perkembangan teknologi digital tidak hanya menghadirkan kemudahan dalam mengakses informasi, tetapi juga membawa perubahan signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa. Kehadiran media sosial sebagai ruang interaksi baru menjadikan konsumsi bagian dari praktik sosial yang terus dipertontonkan. Aktivitas sederhana seperti membeli pakaian, makanan. *Gdget* kini tidak berhenti pada fungsi penggunaannya, melainkan berlanjut pada proses dokumentasi dan publikasi di ruang digital. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi telah mengalami pergeseran makna, dari kebutuhan praktis menuju simbol sosial yang sarat dengan nilai pencitraan diri.

Salah satu dampak nyata dari perkembangan era digital adalah munculnya budaya konsumtif di kalangan mahasiswa. Konsumsi tidak hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pokok, tetapi juga sebagai cara menunjukkan siapa diri mereka di dunia maya. Kegiatan seperti membeli produk merek,[2] berkumpul di kafe populer, atau ikut tren viral sering kali ditampilkan di media sosial sebagai cara untuk menunjukkan keberadaan mereka dan timbullah Konformitas di dalam diri mahasiswa, yang di mana adanya suatu tuntutan yang tidak terang-terangan dalam kelompok sosial atau teman sebaya, yang diberikan kepada anggotanya. Tuntutan ini mempunyai pengaruh besar dalam kelompok tersebut. Karena itu, para mahasiswa terkadang menunjukkan perilaku konsumtif, misalnya dengan mengikuti gaya atau penampilan kelompok tersebut, dan gaya hidup itu sering kali dipandang sebagai norma umum di kalangan mahasiswa, sehingga orang-orang yang tidak dapat menyesuaikan diri dengan pola tersebut berisiko mengalami pengucilan di dalam kelompok tersebut. Dalam situasi ini, pola konsumsi tidak lagi bersifat pribadi dan mandiri, melainkan dipengaruhi oleh tekanan sosial yang terbentuk secara tidak langsung lewat media

digital. Tujuannya adalah agar bisa diterima oleh kelompok dan tidak ingin di kucilkan di dalam kelompok tersebut.[3]

Konformitas sosial yang dialami mahasiswa sering kali tidak disadari sebagai bentuk tekanan. Mahasiswa merasa mengikuti tren konsumsi sebagai pilihan pribadi, padahal keputusan tersebut sangat dipengaruhi oleh norma kelompok. Keinginan untuk diterima dan tidak dianggap berbeda membuat mahasiswa cenderung menyesuaikan perilaku konsumsi mereka, meskipun hal tersebut bertentangan dengan kondisi ekonomi atau kebutuhan sebenarnya.

Selain itu, era digital juga mempercepat penyebaran budaya konsumtif melalui algoritma media sosial dan iklan digital yang bersifat personal. Mahasiswa menjadi sasaran utama berbagai promosi karena dianggap sebagai kelompok yang aktif secara digital dan mudah dipengaruhi oleh tren. Konten-konten yang menampilkan gaya hidup ideal secara berulang dapat membentuk persepsi bahwa kebahagiaan, penerimaan sosial, dan kesuksesan identik dengan kepemilikan barang tertentu. Kondisi ini berpotensi menimbulkan tekanan psikologis, terutama bagi mahasiswa yang memiliki keterbatasan ekonomi.

Dari sudut pandang sosiologi, fenomena budaya konsumtif yang dialami mahasiswa di masa kini menjadi topik yang menarik untuk dibahas. Hal ini menunjukkan bagaimana struktur sosial yang terbentuk di dunia digital ikut membentuk dan memengaruhi cara individu berpikir dan bertindak. Media sosial, toko online, serta berbagai budaya digital lainnya telah menciptakan ruang sosial baru yang tidak terbatas oleh batas fisik. Namun, ruang tersebut memiliki pengaruh besar terhadap bagaimana mahasiswa memutuskan apa yang dikonsumsi, berpikir, dan bertindak.

Budaya konsumtif yang dialami mahasiswa saat ini tidak bisa dilihat hanya sebagai pilihan pribadi atau kebiasaan individu. Faktanya, perilaku konsumsi tersebut sangat dipengaruhi oleh tekanan sosial yang terbentuk dari interaksi online, seperti keinginan untuk diterima dan diakui oleh orang lain melalui like, komentar, dan jumlah followers. Mahasiswa cenderung merasa perlu mengikuti tren tertentu agar tetap relevan dan dihargai dalam lingkungan sosial digitalnya. Dari sini, dapat terlihat bahwa makna dari konsumsi telah berubah, dari sekadar memenuhi kebutuhan menjadi cara untuk membangun identitas dan citra diri di dunia maya. Selain itu, interaksi sosial di media digital sering menghasilkan standar yang tidak selalu terang tetapi sangat kuat.

Mahasiswa yang tidak ingin atau tidak mampu mengikuti gaya hidup konsumtif tertentu bisa mengalami tekanan psikologis, merasa rendah diri, atau bahkan dikeluarkan dari lingkungan sosialnya. Dalam konteks ini, budaya konsumtif berperan sebagai alat untuk membedakan status sosial, gaya hidup, dan tingkat ekonomi antar mahasiswa. Fenomena ini sesuai dengan pandangan sosiologi bahwa perilaku individu selalu dipengaruhi oleh struktur sosial sekitarnya. Oleh karena itu, budaya konsumtif yang dihadapi mahasiswa di era digital mencerminkan hubungan timbal balik antara individu dan masyarakat digital.

Mahasiswa tidak hanya menerima budaya konsumtif, tetapi juga mengambil peran aktif dalam mereproduksi dan menyebarkan nilai-nilai konsumtif melalui aktivitas online. Karenanya, studi sosiologis terhadap hal ini penting untuk memahami bagaimana dinamika sosial digital memengaruhi pola konsumsi, identitas sosial, serta hubungan sosial mahasiswa dalam masa perkembangan teknologi yang semakin cepat.

Oleh karena itu, penting untuk memahami budaya konsumtif mahasiswa tidak hanya sebagai fenomena ekonomi, tetapi juga sebagai persoalan sosial dan kultural. Pendekatan sosiologis diperlukan untuk melihat bagaimana struktur sosial digital, nilai budaya, serta interaksi daring membentuk pola konsumsi mahasiswa. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, diharapkan mahasiswa dapat memiliki kesadaran kritis dalam menyikapi budaya konsumtif yang berkembang di era digital.

Dengan demikian, budaya konsumtif mahasiswa di era digital merupakan fenomena multidimensional yang melibatkan aspek ekonomi, sosial, psikologis, dan kultural. Fenomena ini tidak dapat dipahami secara parsial, melainkan memerlukan analisis sosiologis yang melihat keterkaitan antara individu dan struktur sosial digital secara menyeluruh.

B. METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan metode penelitian dengan berlandaskan studi pustaka. Data yang digunakan berasal dari jurnal ilmiah dan artikel yang berkaitan dengan topik budaya konsumtif, gaya hidup, serta tekanan sosial. Metode ini dipilih karena bertujuan untuk memahami dan menganalisis konsep serta teori sosiologi yang dapat menjelaskan fenomena budaya konsumtif di kalangan mahasiswa di era digital secara konseptual dan teoritis. Analisis data dilakukan dengan cara mempelajari dan membandingkan berbagai pendapat teoritis mengenai aspek konsumsi, gaya hidup, serta interaksi sosial. Melalui metode ini, penulis dapat menelusuri perkembangan konsep konsumsi, identitas sosial, serta tekanan sosial dalam konteks masyarakat modern dan digital. Literatur yang digunakan tidak hanya terbatas pada satu perspektif, tetapi mencakup berbagai pandangan teoritis guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Studi pustaka memungkinkan penulis untuk mengidentifikasi berbagai pola pemikiran dan pendekatan teoritis yang telah digunakan dalam penelitian sebelumnya. Dengan mengkaji literatur yang relevan, penulis dapat menempatkan penelitian ini dalam konteks akademik yang lebih luas serta menghindari pengulangan kajian yang telah dilakukan.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan menyeleksi sumber-sumber pustaka yang memiliki keterkaitan langsung dengan topik penelitian, seperti jurnal sosiologi serta artikel ilmiah yang membahas perilaku konsumtif dan media digital. Sumber-sumber tersebut dipilih berdasarkan kredibilitas akademik dan relevansi substansi pembahasan. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis secara deskriptif-analitis untuk mencapai kesimpulan mengenai hubungan antara budaya konsumtif mahasiswa dan tekanan sosial.[4]

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan menekankan pada interpretasi teoritis. Penulis membandingkan berbagai konsep dan temuan penelitian sebelumnya untuk menemukan pola serta keterkaitan antara budaya konsumtif mahasiswa dan struktur sosial digital. Dengan pendekatan deskriptif analitis, penelitian ini tidak bertujuan mengukur perilaku secara statistik, melainkan memahami makna sosial di balik praktik konsumsi mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari.

Melalui metode ini, diharapkan penelitian mampu memberikan gambaran konseptual yang mendalam mengenai budaya konsumtif mahasiswa serta implikasinya terhadap kehidupan akademik dan sosial. Studi pustaka juga memungkinkan penulis untuk mengaitkan fenomena empiris dengan teori Jean Baudrillard secara sistematis, sehingga analisis yang dihasilkan memiliki dasar

teoritis yang kuat. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena dianggap mampu menggali makna sosial di balik perilaku konsumsi mahasiswa. Melalui analisis teoritis, penelitian ini berupaya memahami bagaimana simbol, citra, dan tekanan sosial digital membentuk pola konsumsi mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari.

Landasan Teori Budaya Konsumtif

Konsumtif merupakan sikap individu dalam melakukan konsumsi yang tidak lagi didasari oleh pertimbangan rasional, melainkan lebih dipengaruhi oleh keinginan yang berlebihan dan tidak terkendali. Dalam kondisi ini, seseorang membeli barang atau menggunakan jasa bukan karena kebutuhan yang benar-benar mendesak, tetapi karena dorongan emosional, tren, atau simbol tertentu yang melekat pada produk tersebut. Pola pikir konsumtif ini menjadikan aktivitas konsumsi sebagai bentuk pemuasan keinginan, bukan pemenuhan kebutuhan.

Dalam konteks budaya, perilaku konsumtif berkembang menjadi budaya konsumtif ketika pola tersebut dilakukan secara berulang dan dianggap wajar dalam lingkungan sosial. Budaya konsumtif terbentuk melalui interaksi sosial yang terus-menerus, di mana nilai, norma, dan gaya hidup masyarakat mendorong individu untuk mengikuti pola konsumsi tertentu. Barang yang dikonsumsi tidak hanya memiliki fungsi praktis, tetapi juga makna simbolik sebagai penanda status sosial, identitas diri, dan penerimaan dalam kelompok.

Bagi mahasiswa, budaya konsumtif sering kali dipengaruhi oleh lingkungan pergaulan, kurangnya literasi keuangan sehingga mahasiswa cenderung kurang bisa mengelola uang dengan baik,[5] dan perkembangan media sosial yang menampilkan gaya hidup ideal. Tekanan budaya untuk terlihat mengikuti tren membuat mahasiswa cenderung mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan. Akibatnya, perilaku konsumsi tidak lagi bersifat personal, tetapi menjadi bagian dari budaya sosial yang membentuk cara berpikir dan bertindak mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari.[6]

Budaya konsumtif tidak hanya berkaitan dengan peningkatan jumlah konsumsi, tetapi juga perubahan cara individu memaknai konsumsi itu sendiri. Dalam masyarakat modern, konsumsi menjadi sarana untuk menunjukkan gaya hidup, selera, dan posisi sosial. Barang yang dikonsumsi memiliki nilai simbolik yang sering kali lebih dominan dibandingkan nilai gunanya.

Dalam konteks mahasiswa, budaya konsumtif berkembang seiring dengan meningkatnya pengaruh terhadap media digital. Mahasiswa cenderung meniru gaya hidup yang dianggap ideal dan populer di media sosial, sehingga konsumsi menjadi bagian dari proses sosialisasi dan pembentukan identitas sosial.

Dalam perspektif sosiologi, budaya konsumtif tidak muncul secara alamiah, melainkan dibentuk oleh sistem sosial dan ekonomi yang berkembang dalam masyarakat modern. Media digital berperan penting dalam mempercepat proses internalisasi nilai-nilai konsumtif melalui visualisasi gaya hidup yang dianggap ideal. Mahasiswa sebagai kelompok yang aktif secara digital menjadi subjek yang rentan terhadap proses tersebut, karena berada pada fase pencarian jati diri dan pengakuan sosial.

Konstruksi Identitas Mahasiswa di Era Digital menurut Baudrillard

Mahasiswa di masa kini, terutama dalam era digital, sering melihat konsep simulacra yang dijelaskan oleh Baudrillard dalam kehidupan mereka sehari-hari. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan platform digital lainnya menjadi

tempat utama di mana realitas diwujudkan secara virtual. Cara berpakaian, tempat berkumpul, serta penggunaan perangkat gawai mereka semakin tidak mencerminkan kebutuhan sebenarnya, melainkan gambaran ideal yang dibentuk oleh media digital. Realitas yang tampil di layar menjadi pedoman utama dalam membentuk identitas pribadi, membuat batas antara yang nyata dan yang tidak nyata semakin sulit dibedakan. Mahasiswa terdorong untuk menyesuaikan diri dengan standar “keren”, “uptodate”, dan “eksis” yang dihasilkan oleh simulasi digital. Berbagai platform seperti Tiktok pun sekarang bukan hanya menjadi aplikasi hiburan semata, tetapi pandangan beberapa individu adalah sebagai alat untuk memenuhi identitas pribadi serta interaksi sosial, dari sinipun beberapa individu dapat mendapatkan suatu referensi produk – produk yang menarik, yang sedang trend maupun viral.[7]

Menurut Baudrillard, masyarakat modern hidup dalam dunia simulasi, di mana tanda dan citra menggantikan realitas. Mahasiswa di era digital sering kali lebih fokus pada bagaimana dirinya terlihat di media sosial dibandingkan realitas kehidupannya. Identitas dibangun melalui simbol konsumsi yang ditampilkan secara visual. Kondisi ini menyebabkan mahasiswa terjebak dalam siklus konsumsi yang terus berulang. Konsumsi dilakukan bukan untuk memenuhi kebutuhan, melainkan untuk mempertahankan citra diri yang telah dibangun di ruang digital. Dengan demikian, konsumsi menjadi alat utama dalam pembentukan identitas sosial mahasiswa.

Dalam situasi ini, konsumsi menjadi bagian penting dalam membangun identitas mahasiswa. Barang seperti pakaian merek, gadget terbaru, atau gaya hidup tertentu dikonsumsi bukan hanya karena fungsinya, tetapi juga karena makna simbolik yang melekat pada barang tersebut. Simulacra memberi arahan bagi mahasiswa untuk mengekspresikan identitas mereka melalui simbol-simbol konsumsi yang telah diartikan secara sosial dalam dunia digital. Akibatnya, mahasiswa tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga bagian dari sistem simulasi itu sendiri, di mana konsumsi berperan sebagai alat untuk mengekspresikan identitas sosial yang terus diproduksi dan diulang dalam budaya digital.[8] Dan sekarangpun platform belanja online semakin mendunia dan banyak peminatnya serta memfasilitasi pembelian dengan praktis dan akhirnya sebagian besar mahasiswa menggunakan platform tersebut untuk berbelanja.[9]

Dalam konteks simulacra, identitas mahasiswa yang dibangun di ruang digital sering kali bersifat semu dan tidak sepenuhnya mencerminkan realitas kehidupan mereka. Mahasiswa terdorong untuk menampilkan citra diri yang sesuai dengan standar sosial digital, meskipun hal tersebut bertentangan dengan kondisi nyata yang dialami. Akibatnya, konsumsi menjadi strategi utama untuk menjaga konsistensi citra diri di hadapan publik digital.

Tekanan Sosial dalam Ruang Digital

Tekanan sosial di masa kini tidak hanya datang dari lingkungan kampus saja, tetapi juga dari dunia maya, serta tekanan sosial yang berpengaruh pada perilaku konsumen dalam era modern saat ini seperti media sosial, maupun teman sebaya di dalam suatu kelompok hubungan sosial.[10] Para mahasiswa sering merasa tertekan untuk ikut tren agar tidak dianggap ketinggalan. Tekanan ini terasa lembut tetapi kuat, karena terus-menerus terjadi melalui perbandingan di media sosial dan dapat mempengaruhi strategi pencitraan diri.[11] Dalam situasi ini, membeli barang menjadi cara untuk menjaga posisi dalam

masyarakat. Mahasiswa yang tidak bisa mengikuti tren bisa merasa tidak dihargai pada kelompok sosialnya, sehingga kebiasaan konsumtif semakin berkembang. Dan jika tidak memiliki uang atau kemampuan finansial yang terbatas, sekarang juga bisa menggunakan fitur – fitur seperti flash sale, gratis ongkir, checkout satu klik dan metode pembayaran Paylater.[12] Dengan menggunakan metode Paylater yang dimana kita membeli produk tetapi membayarnya nanti, beberapa platform belanja online yang kerap memiliki layanan tersebut sehingga sebagian mahasiswa menggunakan platform tersebut, demi memenuhi keinginannya bukan kebutuhannya.[13] Dan lebih menariknya platform - platform tersebut menggunakan gambar, foto, atau video didalam sistem belanja online tersebut.[14]

Tekanan sosial digital memiliki karakteristik yang berbeda dengan tekanan sosial konvensional. Tekanan ini bersifat halus, tidak langsung, namun berlangsung secara terus-menerus. Mahasiswa sering kali merasa harus mengikuti tren agar tidak tertinggal dari lingkungan sosialnya. Keberadaan fitur promosi dan sistem pembayaran digital semakin memperkuat tekanan tersebut. Mahasiswa diberikan kemudahan untuk mengonsumsi tanpa harus memiliki kemampuan finansial yang memadai, sehingga konsumsi impulsif menjadi semakin sulit dikendalikan.

Tekanan sosial digital bekerja melalui mekanisme perbandingan sosial yang berlangsung secara terus-menerus. Mahasiswa tidak hanya membandingkan diri dengan teman sebaya, tetapi juga dengan figur publik dan influencer yang memiliki standar gaya hidup tinggi. Kondisi ini menciptakan ketimpangan persepsi antara realitas dan ekspektasi sosial, sehingga konsumsi sering dijadikan jalan pintas untuk mencapai standar sosial yang diidealkan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Di sini budaya konsumtif mahasiswa di era digital dipengaruhi oleh interaksi sosial daring dan konstruksi identitas yang dibentuk media sosial, Budaya konsumtif mahasiswa di era digital tidak dapat dilepaskan dari peran media sosial sebagai ruang pembentukan makna sosial. Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga arena kompetisi simbolik, di mana individu saling membandingkan gaya hidup, penampilan, dan kepemilikan barang. Dalam konteks ini, konsumsi berfungsi sebagai bahasa sosial yang digunakan mahasiswa untuk menyampaikan pesan tentang siapa diri mereka dan bagaimana posisi mereka dalam kelompok sosial.

Konsumsi menjadi sarana ekspresi diri dan peningkatan rasa percaya diri, terutama ketika mahasiswa merasa diterima dalam kelompok sosialnya. Namun, budaya konsumtif yang berlebihan juga membawa dampak negatif, seperti kesulitan ekonomi, tekanan psikologis, dan penurunan fokus akademik.

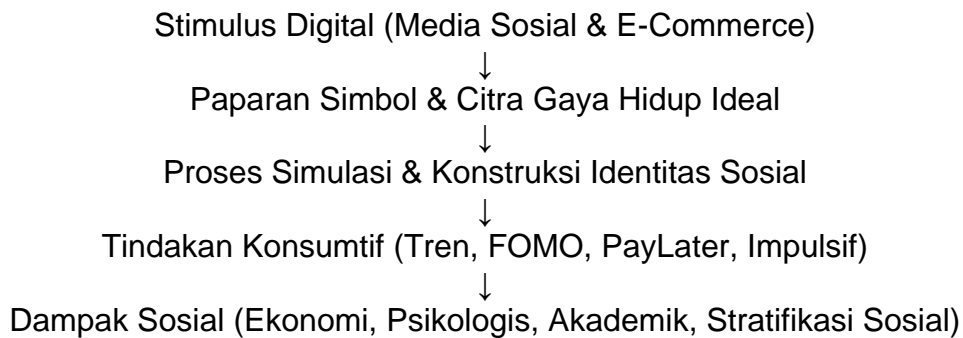
Budaya konsumtif mahasiswa juga menunjukkan adanya pergeseran nilai dalam kehidupan kampus. Nilai akademik dan intelektual berpotensi tergeser oleh nilai simbolik yang menekankan pada penampilan dan pengakuan sosial. Kondisi ini dapat menciptakan ketimpangan sosial antar mahasiswa berdasarkan kemampuan ekonomi. Mahasiswa yang terlalu terikat pada simbol konsumsi cenderung lebih mementingkan penampilan dan pengakuan sosial dibandingkan pengembangan intelektual. Kondisi ini berpotensi menggeser nilai akademik dan menciptakan ketimpangan sosial di lingkungan kampus, bahwa belanja online berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.[15] Hasil kajian menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung lebih responsif terhadap tren yang

sedang viral dibandingkan kebutuhan aktual mereka. Keputusan konsumsi sering kali diambil berdasarkan pertimbangan sosial, seperti keinginan untuk diterima, diakui, dan tidak tertinggal dari lingkungan pergaulan. Kondisi ini memperkuat pandangan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa merupakan hasil dari interaksi antara individu dan struktur sosial digital yang terus berkembang.

Di sisi lain, kemudahan akses terhadap platform belanja daring semakin memperkuat perilaku konsumtif tersebut. Fitur-fitur promosi yang menarik, sistem pembayaran fleksibel, serta visualisasi produk yang persuasif mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara impulsif. Tanpa pengelolaan keuangan yang baik, perilaku ini dapat berujung pada masalah ekonomi yang berdampak pada stabilitas psikologis dan konsentrasi belajar mahasiswa.

Dari perspektif sosiologi, fenomena ini menunjukkan bahwa konsumsi telah menjadi bagian dari mekanisme reproduksi sosial. Mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh budaya konsumtif, tetapi juga turut memperkuat dan menyebarkannya melalui aktivitas online. Setiap unggahan, ulasan produk, atau konten gaya hidup yang dibagikan berkontribusi pada pembentukan standar sosial baru yang bersifat konsumtif.

Berikut Pemetaan Alur Budaya Konsumtif Mahasiswa di Era Digital :



No.	Tahap	Komponen	Penjelasan Sosiologi	Contoh konkret
1.	Stimulus Digital	Media Sosial & Platform Belanja Daring	Mahasiswa terpapar konten gaya hidup ideal, tren viral, endorsement, dan visualisasi produk yang persuasif. Terjadi reproduksi simbol dan citra kehidupan ideal secara terus-menerus.	Instagram, TikTok, Shopee, fitur flash sale, influencer kampus

2.	Proses Simulasi (Konstruksi Identitas)	Pembentukan Identitas & Simbol Sosial	Mahasiswa membangun identitas diri berdasarkan citra yang dilihat. Konsumsi menjadi “bahasa sosial” untuk menunjukkan eksistensi dan posisi dalam kelompok. Terjadi proses simulacra (realitas dibentuk oleh simbol).	Ingin tampil estetik, mengikuti OOTD viral, membeli barang agar terlihat “update”
3.	Tindakan Konsumtif	Pembelian Impulsif & Tren (PayLater, Diskon, Viral Product)	Keputusan konsumsi lebih didasarkan pada dorongan sosial daripada kebutuhan aktual. Fitur PayLater dan promo mempercepat tindakan impulsif.	Belanja karena FOMO, menggunakan PayLater, checkout saat flash sale
4.	Dampak Sosial	Dampak Ekonomi, Psikologis & Akademik	Dampak positif: rasa percaya diri dan penerimaan sosial. Dampak negatif: tekanan ekonomi, stres, kecemasan, penurunan fokus akademik, serta ketimpangan sosial.	Utang PayLater, stres finansial, lebih fokus penampilan daripada akademik

Oleh karena itu, hasil kajian ini menegaskan pentingnya kesadaran kritis dalam menghadapi budaya konsumtif di era digital. Mahasiswa perlu memahami bahwa nilai diri dan eksistensi sosial tidak semata-mata ditentukan oleh kepemilikan barang, melainkan oleh kualitas intelektual, moral, dan kontribusi sosial yang dimiliki. Fenomena ini menunjukkan bahwa konsumsi telah menjadi mekanisme penting dalam reproduksi sosial. Mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh budaya konsumtif, tetapi juga menjadi agen yang menyebarkan dan memperkuatnya melalui aktivitas digital sehari-hari.

Hasil pembahasan ini menegaskan bahwa budaya konsumtif mahasiswa merupakan fenomena struktural yang tidak dapat dilepaskan dari sistem sosial digital. Media sosial, platform belanja daring, dan budaya visual membentuk ekosistem konsumsi yang saling terhubung. Mahasiswa tidak hanya menjadi target pasar, tetapi juga aktor yang memperkuat budaya konsumtif melalui partisipasi aktif di ruang digital.

Selain itu, fenomena ini menunjukkan adanya relasi kekuasaan simbolik dalam budaya konsumsi. Mereka yang mampu mengikuti tren cenderung memperoleh legitimasi sosial, sementara mahasiswa yang tidak mampu berisiko mengalami marginalisasi sosial. Dengan demikian, konsumsi berfungsi sebagai mekanisme diferensiasi sosial yang mempertegas stratifikasi di lingkungan mahasiswa.

D. KESIMPULAN

Budaya konsumtif di kalangan mahasiswa pada era digital merupakan fenomena sosial yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, media sosial, serta struktur sosial digital yang membentuk pola pikir dan perilaku konsumsi. Konsumsi tidak lagi berorientasi pada pemenuhan kebutuhan semata, melainkan telah bergeser menjadi sarana pembentukan identitas diri, pencitraan sosial, dan upaya memperoleh pengakuan dalam lingkungan sosial digital. Mahasiswa berada dalam ruang sosial yang mendorong mereka untuk menyesuaikan diri dengan standar gaya hidup tertentu yang berkembang secara cepat dan masif melalui media digital.

Melalui perspektif sosiologi, khususnya teori simulacra Jean Baudrillard, perilaku konsumsi mahasiswa menunjukkan bahwa realitas yang dibentuk oleh media digital sering kali lebih dominan dibandingkan kebutuhan nyata. Barang konsumsi tidak lagi dimaknai berdasarkan nilai gunanya, tetapi berdasarkan nilai simbolik yang melekat padanya. Dalam konteks ini, konsumsi menjadi bahasa sosial yang digunakan mahasiswa untuk menunjukkan eksistensi, status, dan afiliasi sosial, sehingga mendorong terjadinya konformitas sosial yang bersifat halus namun kuat.

Di sisi lain, budaya konsumtif memberikan dampak ganda bagi mahasiswa. Konsumsi dapat menjadi sarana ekspresi diri dan meningkatkan rasa percaya diri, serta membantu mahasiswa menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya. Namun, perilaku konsumtif yang berlebihan berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan, seperti kesulitan ekonomi, tekanan psikologis, rendahnya literasi keuangan, serta penurunan fokus dan kualitas akademik. Kemudahan akses platform belanja daring, pengaruh algoritma media sosial, serta sistem pembayaran fleksibel seperti *paylater* semakin memperkuat kecenderungan konsumsi impulsif di kalangan mahasiswa.

Dengan demikian, budaya konsumtif mahasiswa tidak dapat dipahami hanya sebagai persoalan pilihan individu, melainkan sebagai hasil interaksi antara individu dan struktur sosial digital yang membentuk nilai, norma, dan

standar sosial tertentu. Mahasiswa tidak hanya menjadi objek budaya konsumtif, tetapi juga berperan aktif dalam mereproduksi dan menyebarkannya melalui aktivitas digital sehari-hari.

Oleh karena itu, penguatan literasi digital dan literasi keuangan menjadi langkah penting dalam menghadapi budaya konsumtif mahasiswa di era digital. Mahasiswa perlu dibekali kemampuan berpikir kritis agar mampu memilah antara kebutuhan dan keinginan, mengelola pola konsumsi secara rasional, serta tidak menjadikan kepemilikan barang sebagai tolok ukur utama nilai diri dan eksistensi sosial dalam kehidupan sosial digital.

Secara keseluruhan, kajian ini menegaskan bahwa budaya konsumtif mahasiswa di era digital merupakan refleksi dari perubahan struktur sosial modern yang semakin dipengaruhi oleh teknologi dan media digital. Oleh karena itu, upaya menghadapi budaya konsumtif tidak cukup dilakukan pada level individu, tetapi juga memerlukan peran institusi pendidikan dalam membangun kesadaran kritis mahasiswa. Kampus dapat berperan sebagai ruang edukatif yang menanamkan nilai kesederhanaan, tanggung jawab sosial, serta pemanfaatan teknologi secara bijak agar mahasiswa mampu menjalani kehidupan digital secara seimbang dan bermakna.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Azzahidatul 'Ulya¹, O.N.P., dan Widia Aulia Naylawati³, *Budaya Konsumtif Belanja Online Dikalangan Mahasiswa*. Seminar Nasional, 2023. -.
- [2] Zaki, N. and D.K. Dewi, *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa*. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 2025. 12(01): p. 490–499.
- [3] Fitriyani, N., P.B. Widodo, and N. Fauziah, *Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang*. *Jurnal Psikologi*, 2013. 12(1): p. 1–14.
- [4] Wijaya, R.P., A.W. Suhartono, and A.R. Sutopo, *Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Fenomena Budaya Konsumtif Pada Remaja*. 2016, Petra Christian University.
- [5] Pratiwi, N.N.A., et al., *Peran Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *Guna Sewaka*, 2025. 4(2): p. 117–128.
- [6] Christian, V.D.A., A.T. Susanti, and S. Suwartiningsih, *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melalui Penggunaan Fitur Shopee Paylater dalam Perspektif Teori Jean Baudrillard*. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 2025. 5(1): p. 4667–4776.
- [7] Ningsih, W.D., et al., *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi-Z*. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2025. 1(4): p. 2339–2344.
- [8] Bakti, I.S., N. Nirzalin, and A. Alwi, *Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard*. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 2019. 13(2): p. 147–166.
- [9] Musthawafi, G.A. and S. Sulismadi, *Perilaku konsumtif mahasiswa pada platform online shop di Kota Malang*. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 2024. 7(1): p. 299–308.
- [10] Saputra, R. and G.N. Wala, *Pengaruh Tekanan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif (Study Literature Review)*. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 2024. 2(3): p. 111–122.

- [11] Santoso, B., et al., *Representasi Kehidupan Ideal dan Tekanan Sosial di Instagram: terhadap Strategi Pencitraan Diri Dikalangan Anak Muda*. Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, 2025. 2(12).
- [12] Sibuea, Y.O., et al., *Analisis Hubungan Gaya Hidup Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Medan*. Horizons: Journal of Education and Social Humaniora, 2025. 1(2): p. 142–151.
- [13] Candika, Y.I., et al., *Kecenderungan penggunaan paylater di kalangan mahasiswa: Peran perilaku konsumtif dan tekanan sosial*. Journal of Management and Digital Business, 2025. 5(2): p. 685–702.
- [14] Rohmah, F.T., et al., *Pengaruh Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Remaja*. Jurnal Intelek Insan Cendikia, 2024. 1(4): p. 1199–1210.
- [15] Septiansari, D. and T. Handayani, *Pengaruh belanja online terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di masa pandemi covid-19*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi, Wonosobo: UNMUH Prof. Dr. Hamka (UHAMKA), 2021. 5.