

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

*Instagram* merupakan salah satu aplikasi atau fitur unggulan yang ada di *smartphone* yang memudahkan para penggunanya untuk berbagi foto. Sistem sosial di dalam *instagram* adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut *instagram*. Dengan demikian komunikasi antar sesama pengguna *instagram* sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya.

Berbelanja *online* saat ini memang sedang dinikmati oleh sebagian besar masyarakat, karena dengan cara baru inilah masyarakat tidak perlu merasa kesulitan lagi untuk memperoleh barang yang diinginkan. Memilih barang apa saja yang diinginkan, cukup dengan memilih gambar yang tersedia di *account online shop instagram* tersebut lalu memesannya secara langsung, membayar dengan cara mentransfer langsung, hal ini sangat mudah sekali dilakukan. Inilah yang menjadi daya tarik *instagram* selain dari berbagi foto.

Cara memasarkan dan berjualan melalui akun *instagram* ini merupakan salah satu strategi pemasaran yang kreatif dan efisien guna meningkatkan label penjualan dan popularitas pemasaran di masyarakat. Semakin berkembangnya belanja *online* di Indonesia, konsumen dari belanja *online* disini pun berasal dari berbagai kalangan dari orang dewasa sampai remaja pun kini sudah menggunakan belanja *online* sebagai alternatif belanja untuk memenuhi kebutuhannya.

Konsumen aktif dari adanya belanja online disini mayoritas adalah kaum perempuan dan tanpa disadari kegiatan berbelanja *online* melalui akun *instagram* ini menjadi hal keseharian dan dapat dikatakan sebagai sebuah gaya hidup konsumtif karena dilakukan secara terus menerus, berkelanjutan, dan menjadi sebuah kebiasaan sehingga menimbulkan rasa ketergantungan pada pembelinya khususnya kaum perempuan.

Belanja bukan lagi sekedar tindakan memenuhi kebutuhan, tetapi sebagai penanda eksistensi, atau simbol keberadaan. Suatu perlambang eksistensi yang mempercepat kepunahan, karena barang yang dibeli tidak seperti aktivitas berpikir, yang akan terus hidup dan membesarkan nama pemilik karena

Sindi Rezki Pratiwi, 2017

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE  
SISWA SMA DI KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

eksistensi yang dimaksud tidak selalu merujuk pada realitas hidup konsumen, melainkan kehidupan yang dibayangkan (diinginkan), selain itu lebih dari sekedar gaya hidup, dimana sebagian orang menempatkan belanja sebagai pandangan hidup, mereka berbelanja bukan untuk mendapatkan properti yang mendukung peran di tengah masyarakat, melainkan untuk melambangkan jiwanya yang hidup.

Dari banyaknya konsumen di dalam berbelanja *online* melalui akun *instagram* ini terdapat di dalamnya para pelajar perempuan yang sudah mulai menggandrungi berbelanja secara *online* ini. Pola konsumsi para pelajar yang mengalami peningkatan ini sebagian besar dipengaruhi dari gaya hidup para pelajar itu sendiri. Persepsi para pelajar yang beranggapan mereka akan diterima di dalam lingkungannya jika mereka bisa mengikuti gaya hidup yang sesuai jaman ini membuat mereka berlaku konsumtif untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Perilaku berbelanja *online* melalui akun *instagram* sudah merajalela dikalangan pelajar khususnya di kalangan pelajar perempuan. Bagi para pelajar penampilan merupakan cara mereka menunjukkan jati diri, cara berkomunikasi dan juga menunjukkan mereka pantas berada dalam suatu kelompok tertentu, maka belanja *online* menjadi salah satu alternatif berbelanja guna menunjang itu semua, karena di dalam berbelanja *online* para pelajar bisa membeli barang dengan harga murah namun bisa mengikuti *trend* gaya hidup yang sedang populer di lingkungannya.

Hampir semua kalangan pelajar di Kota Bandung baik para pelajar di kalangan SD, SMP atau SMA pasti mempunyai akun sosial media *instagram*. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya mengenai belanja *online*, disini para pelajar di kota Bandung khususnya para pelajar SMP dan SMA pernah melakukan belanja *online* melalui akun *instagram* untuk memenuhi kebutuhan mereka di dalam kehidupannya sehari-sehari baik itu kebutuhan primer atau sekunder. Banyak faktor yang membuat para pelajar disini memilih belanja *online* dibandingkan berbelanja langsung ke tempat atau toko yang menyediakan dan menjual barang-barang yang mereka butuhkan. Faktor yang utama adalah dari segi harga, di dalam akun *instagram* yang menjual barang secara *online* disini

menawarkan harga yang mudah dijangkau oleh para pelajar dan cocok dengan uang jajan yang mereka dapatkan untuk membeli barang yang mereka ingin secara *online*. Jadi para pelajar disini bisa mendapatkan barang dengan harga yang ekonomis sesuai dengan uang jajan mereka.

Hal ini pula yang terjadi di kalangan pelajar di SMAN di Kota Bandung, banyak dari para siswa di sekolah ini mayoritas pernah berbelanja secara *online* menggunakan akun *instagram*. Alasan mereka memilih berbelanja online dibandingkan dengan berbelanja langsung ke toko karena mereka bisa mendapatkan barang yang mereka inginkan dengan harga yang murah dan tetap barang yang mereka beli pun kelihatan bagus saat dipakai. Barang yang sering dibeli oleh para pelajar di SMAN di Kota Bandung secara online ini biasanya berupa pakaian, sepatu, tas, dan case *handphone*. Tetapi dibandingkan dengan para pelajar laki-lakinya, para pelajar perempuan yang lebih sering berbelanja secara *online*.

Hal inilah yang memotivasi peneliti untuk mengkaji bagaimanakah dampak dari adanya berbelanja *online* melalui akun *instagram* dalam perubahan gaya hidup konsumtif para pelajar khususnya di kalangan pelajar Kota Bandung karena pelajar di Kota Bandung mayoritas pernah dan sering berbelanja *online* dan gaya hidup para pelajar Kota Bandung yang dinamis mengikuti perkembangan zaman.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik mengangkat judul **“Pengaruh Media Sosial *Instagram* Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Siswa SMAN di Kota Bandung”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian mengenai “Pengaruh Media Sosial *Instagram* Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Siswa SMAN di Kota Bandung” fokus utama permasalahannya mencari adakah pengaruh antara media sosial *instagram* terhadap perilaku konsumtif belanja *online* siswa. Maka dari identifikasi masalah yang telah dipaparkan diatas, peneliti merumuskan permasalahan yang akan diteliti di dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gaya hidup para siswa SMAN di Kota Bandung yang aktif menggunakan instagram didalam kehidupan sehari-harinya?
2. Bagaimana perilaku konsumtif belanja online siswa SMAN di Kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh media sosial *instagram* terhadap perilaku konsumtif belanja *online* para pelajar SMAN di Kota Bandung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1.3.1 Tujuan Umum**

Secara umum, tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini, yaitu untuk mengetahui dan memperoleh gambaran secara menyeluruh bagaimana pengaruh perilaku konsumtif bagi masyarakat beserta solusi untuk meminimalisirnya.

#### **1.3.2 Tujuan Khusus**

- a. Mengetahui pola gaya hidup para siswa yang aktif menggunakan instagram di dalam kehidupan sehari-harinya.
- b. Mengetahui bagaimana perilaku konsumtif belanja online pada siswa SMA di Kota Bandung.
- c. Mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial *instagram* terhadap perilaku konsumtif belanja online pada siswa SMA di Kota Bandung.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat teoretis**

Secara teoritis hasil dari penelitian ini adalah dapat memperluas wawasan serta bermanfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang sosiologi pada umumnya khusunya perubahan sosial budaya tentang buruknya perilaku konsumtif yang berlebihan di kalangan remaja yang khususnya di SMAN di Kota Bandung.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis penelitian pada dasarnya dapat diperoleh setelah melalui kegiatan penelitian, penelitian ini memiliki kegunaan sebagai berikut :

- a. Memberikan gambaran mengenai alasan-alasan para pelajar pelaku belanja online SMAN di Kota Bandung lebih memilih berbelanja online dibanding berbelanja secara langsung.
- b. Memberikan gambaran mengenai perilaku konsumtif di kalangan para pelajar belanja online SMAN di Kota Bandung
- c. Memberikan gambaran solusi apa saja yang dapat dilakukan untuk mengurangi perilaku konsumtif tersebut.

### **1.5 Sturktur Organisasi Skripsi**

Struktur organisasi skripsi adalah suatu rincian mengenai urutan setiap bab dalam pembuatan penulisan skripsi ini. Di dalam penulisan skripsi ini terdiri dari bab satu sampai bab lima, yang rinciannya adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan : di dalam bab I ini merupakan bagian awal dalam pembuatan penulisan skripsi. Pendahuluan ini berisikan latar belakang masalah yang diteliti oleh peneliti. Kemudian setelah latar belakang ada rumusan masalah yang merupakan beberapa pertanyaan yang akan peneliti kaji di dalam penelitian ini. Selanjutnya adalah tujuan penelitian, tujuan penelitian disini merupakan tujuan penulisan untuk hasil yang di capai dari penelitian ini. Dan manfaat penelitian yang berguna untuk mengetahui manfaat apa saja yang ada dari penelitian ini dan struktur organisasi skripsi sebagai rincian urutan penulisan skripsi.

Bab II Kajian Pustaka : kajian pustaka merupakan pemaparan dari teori-teori yang relevan dengan masalah yang dikaji oleh peneliti. Adapun kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian sebagai jawaban sementara dari masalah yang dirumuskan oleh peneliti.

Bab III Metodologi Penelitian : rincian berupa metode penelitian yang akan dipakai oleh peneliti dalam penelitiannya. Metodologi penelitian ini berupa lokasi dan subjek penelitian yang dipilih peneliti sebagai lokasi penelitian. Metode penelitian yang digunakan, instrument penelitian dan proses

pengembangan instrument berupa uji validitas dan uji realibilitas, alat pengumpul data dan analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian : pada bab ini adalah memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, berupa infomasi data-data, pengolahan dan analisis data. Kemudian berisi mengenai jawaban dari rumusan masalah yang ada di dalam penelitian.

Bab V Simpulan dan Saran : bab ini adalah bab terakhir di dalam penulisan skripsi. Bab ini berisi simpulan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan memberikan saran untuk pihak-pihak terkait.