

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan verifikatif mengenai pengaruh penggunaan media sosial dan harga diri terhadap *conspicuous consumption* melalui *upload* instagram (survei pada pengguna instagram member Hijabers Community Bandung) maka berdasarkan penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai media sosial pada pengguna instagram member hijabers community bandung dapat dilihat dari dimensinya yang terdiri dari *contributing, sharing, consuming, searching, participating, dan playing* pada kategori cukup tinggi. Artinya penilaian media sosial menurut member hijabers community bandung dinilai cukup tinggi digunakan. Dimensi *playing* merupakan dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi dalam membentuk media sosial pada pengguna Hijabers Community Bandung, sedangkan dimensi yang memiliki penilaian paling rendah dalam membentuk media sosial adalah *participating*.
2. Gambaran mengenai harga diri pada pengguna instagram member hijabers community bandung dapat dilihat dari dimensinya yang terdiri *self worth, self efficacy dan the authenticity*. Artinya penilaian harga diri menurut member Hijabers Community Bandung dinilai cukup tinggi digunakan, Dimensi yang memiliki penilaian paling tinggi dalam membentuk harga diri adalah *self worth*. Dimensi *self efficacy* merupakan dimensi yang memiliki penilaian paling rendah dalam membentuk harga diri.
3. Gambaran mengenai *conspicuous consumption* pada pengguna instagram member Hijabers Community Bandung dapat dilihat dari dimensinya yang terdiri dari *social visibility dan uniqueness* berada pada kategori cukup tinggi. Artinya penilaian *conspicuous consumption* menurut member Hijabers Community Bandung cukup tinggi. Dimensi *uniqueness* merupakan dimensi

yang memiliki penilaian paling tinggi dalam membentuk conspicuous consumption pada pengguna instagram member Hijabers Community Bandung, sedangkan dimensi yang memiliki penilaian rendah dalam membentuk *conspicuous consumption* adalah *social visibility*.

4. Pengaruh penggunaan media sosial terhadap conspicuous consumption yang dirasakan oleh pengguna instagram member Hijabers Community Bandung termasuk pada kategori yang cukup tinggi. Temua penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang intensif secara tidak sadar meningkatkan conspicuous consumption. Dimensi dari media sosial yang paling tinggi pada playing. Dimensi tersebut mendapatkan nilai perolehan tertinggi dikarenakan playing memudahkan individu dalam bersosialisasi dengan teman maupun komunitas yang diikutinya. Dimensi terendah yaitu participating, yang menunjukkan bahwa inidividu dapat memberikan komentar secara langsung di aku seseorang atau komunitas atau mengirimkan direct message di Instagram.
5. Pengaruh harga diri terhadap conspicuous consumption yang dirasakan oleh pengguna instagram member Hijabers Community Bandung termasuk pada kategori yang cukup tinggi. Temua penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga diri yang rendah dapat meningkatkan conspicuous consumption. Dimensi dari harga diri yang paling tinggi pada self worth. Dimensi tersebut mendapatkan nilai perolehan tertinggi dikarenakan self worth merupakan penilaian pribadi yang memiliki nilai positif. Dimensi terendah yaitu self efficacy, yang menunjukkan bahwa inidividu mampu melakukan penilaian dan memiliki efek pada lingkungan. Dapat diartikan bahwa self efficacy merupakan keyakinan individu dalam mengendalikan diri.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh penggunaan media sosial dan harga diri terhadap *conspicuous consumption*, yaitu:

1. Penggunaan media sosial secara menyeluruh memiliki pengaruh positif dan signifikan serta dikategorikan cukup tinggi pengaruhnya terhadap conspicuous consumption, tetapi terdapat hal yang perlu dilakukan perbaikan yaitu intensitas penggunaan media sosial terutama dalam upload foto maupun video karena dapat menimbulkan kecemburuan sosial yang secara tidak sadar. Kecemburuan sosial ini memiliki dampak negatif dan positifnya. Penggunaan media sosial pun berhubungan dengan harga diri seseorang dalam memamerkan kehidupannya terhadap khalayak. Hal ini secara tidak langsung mengacu pada perilaku *conspicuous consumption*. Perilaku *conspicuous consumption* pada dasarnya merupakan perilaku seseorang dalam konsumsi barang atau jasa secara berlebihan dan untuk dipamerkan. Conspicuous consumption pada pengguna Instagram member Hijabers Community Bandung secara keseluruhan memiliki nilai yang tinggi sehingga hal ini dapat dikatakan negatif dikarenakan mengupload sesuatu yang bersifat riya itu tidak diperbolehkan dalam Islam, namun hal ini dapat diminimalisir dengan cara member mengupload dakwah Islam di akun Instagramnya sehingga tidak membuat orang lain iri dengan apa yang dimiliki.
2. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa media sosial dan harga diri berpengaruh signifikan terhadap conspicuous consumption. Maka penulis merekomendasikan agar para pengguna Instagram khususnya member Hijabers Community Bandung dapat memanfaatkan media sosial Instagram dengan baik seperti berdakwah, penggalangan dana untuk yatim piatu atau yang lainnya sehingga tidak bertolak belakang dengan syariat agama.
3. Tanggapan anggota terhadap indikator-indikator media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *conspicuous consumption* dan berada pada tingkat yang cukup tinggi, namun masih terdapat beberapa penilaian member terhadap media sosial yang dinilai kurang. Begitu pula tanggapan member terhadap harga diri memiliki pengaruh terhadap *conspicuous consumption* dan berada pada tingkat yang cukup tinggi tetapi harga diri memiliki pengaruh negatif artinya member yang memiliki harga diri rendah akan melakukan perilaku conspicuous consumption agar harga diri mereka naik. Media sosial

merupakan alat untuk membantu menaikkan harga diri dan secara tidak sadar member akan melakukan *conspicuous consumption*.

4. Kelemahan pada penelitian ini diantaranya adalah penelitian yang dilakukan pada satu waktu (*cross sectional*) sehingga ada kemungkinan perilaku individu yang cepat berubah dari waktu ke waktu, selain itu variabel yang digunakan dalam penelitian ini belum mewakili semua faktor-faktor yang mempengaruhi *conspicuous consumption*.