

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian *mix method* mengenai tindakan *flexing influencer* di Instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z Kota Bandung, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan yakni sebagai berikut:

5.1.1 Simpulan Umum

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan dalam penelitian, diketahui terdapat beberapa bentuk tindakan *flexing influencer* di Instagram yang telah dirangkum dari 8 artikel terpilih yang kemudian ditinjau oleh peneliti. Selain itu, adapun hasil uji hipotesis pada penelitian ini yakni H_1 dalam penelitian ini diterima dan H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh antara tindakan *flexing influencer* di Instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z Kota Bandung.

5.1.2 Simpulan Khusus

Berdasarkan penjelasan bab sebelumnya, peneliti merumuskan simpulan khusus yang berkaitan dengan rumusan masalah penelitian, yakni sebagai berikut:

1. Dari 8 artikel yang terpilih yang dikumpulkan melalui teknik *Systematic Literature Review* mengenai bentuk tindakan *flexing influencer* di Instagram, peneliti merangkum beberapa bentuk tindakan *flexing influencer* di Instagram, diantaranya yaitu *flexing* barang yang dimiliki oleh *influencer* (contoh: sepatu, tas, jam tangan, *fashion*, pakaian, dan barang lainnya), *flexing* pergi ke tempat liburan, *flexing* makan di restoran, *flexing* makan di kafe, *flexing* saldo rekening, dan *flexing* sejumlah uang yang dikeluarkan untuk kebutuhan pribadi. Para *influencer* melakukan tindakan *flexing* bertujuan untuk menarik perhatian publik, memuaskan ego pribadi, menunjukkan gengsi, dan menunjukkan status atau keberadaan pelaku tindakan *flexing* di lingkungan sosial.

2. Adanya pengaruh dari tindakan *flexing influencer* di Instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z Kota Bandung. Hal ini dibuktikan dengan melakukan uji koefisien korelasi *Rank Spearman* menggunakan *non-parametric test*, yang dimana hasil data yang diolah termasuk ke dalam kategori hubungan kuat dan korelasi tersebut bersifat positif. Hal ini juga didukung oleh mahasiswa yang cenderung mudah terpengaruh dengan iklan dan lebih mementingkan gengsi untuk membeli barang-barang yang bermerek atau yang sedang *hits* di lingkungan sekitarnya, karena secara psikologis, mahasiswa masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Selain itu hal tersebut juga didukung dengan adanya pernyataan bahwa mereka melakukan hal-hal tersebut karena sering melihat konten tindakan *flexing influencer* di Instagram dan menyatidakan melakukan pembelian barang, pergi ke tempat liburan, restoran ataupun kafe karena terpengaruh tindakan *flexing influencer* di Instagram.

5.2 Implikasi

Berdasarkan pemaparan kesimpulan di atas, peneliti memiliki beberapa implikasi yang dapat diberikan pada penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Tindakan *Flexing* di Instagram

Pada penelitian ini memberikan implikasi kepada pelaku tindakan *flexing* yakni memberikan pemahaman bahwa segala sesuatu yang diunggah di media sosial termasuk Instagram memberikan dampak yang berarti bagi pengguna Instagram lainnya. Dalam kaitannya dengan tindakan *flexing*, maka penelitian ini memberikan implikasi untuk memberikan pemahaman bahwa tindakan *flexing influencer* di Instagram berpengaruh atau berdampak terhadap perilaku konsumtif.

2. Bagi Mahasiswa Generasi Z

Penelitian ini memberikan implikasi kepada mahasiswa generasi Z terkhususnya di Kota Bandung agar dapat mengetahui lebih dalam terkait bagaimana pengaruh tindakan *flexing influencer* di Instagram terhadap perilaku konsumtif, sehingga dapat bijak dalam melakukan tindakan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

3. Bagi Masyarakat atau Orang Tua

Penelitian ini memberikan implikasi untuk memberikan informasi kepada orang tua dan masyarakat untuk lebih dalam memahami bagaimana tindakan *flexing influencer* di Instagram terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa generasi Z Kota Bandung, agar orang tua lebih dapat memberikan pengawasan kepada anak-anak mereka dalam hal bermain media sosial dan untuk memberikan pengetahuan mengenai literasi keuangan supaya anak-anak mereka terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan.

4. Bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi

Penelitian ini berimplikasi bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi yakni dapat diimplikasikan pada mata kuliah Sosiologi Modern yang berkaitan dengan teori masyarakat konsumsi dan keputusan pembelian, seta dapat dijadikan sebagai bahan ajar pada mata pelajaran sosiologi kelas X dalam BAB 3, KD 3.3 dan KD 4.3 mengenai Ragam Gejala Sosial di Masyarakat, yang mana masyarakat saat ini memiliki gaya hidup modern yang memungkinkan timbulnya perilaku konsumtif.

5. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat berimplikasi pada penelitian selanjutnya untuk menggambarkan bagaimana pengaruh tindakan *flexing influencer* di Instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z, sehingga penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam dengan penelitian terkait.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh tindakan *flexing influencer* di Instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z Kota Bandung, terdapat rekomendasi yang dapat peneliti ajukan terhadap pihak-pihak terkait, diantaranya yaitu:

1. Bagi Pelaku Tindakan *flexing* di Instagram

Rekomendasi yang dapat peneliti sampaikan bagi para pelaku tindakan *flexing* ialah untuk berhati-hati dan menggunakan media sosial terkhususnya Instagram secara bijak. Hal ini dikarenakan media sosial yang bersifat mudah di akses dalam penyebaran informasi sehingga apapun yang kita unggah di media sosial dapat berimplikasi terhadap pengguna sosial media lainnya. Untuk

mengunggah sesuatu terkait pencapaian dapat dilakukan secara positif dan tidak berlebihan.

2. Bagi Mahasiswa Generasi Z

Bagi mahasiswa generasi Z, peneliti merekomendasi agar mahasiswa generasi Z dapat mempelajari terkait literasi keuangan, mengontrol pola konsumsi, lebih memilah pengaruh dari luar yang baik ataupun tidak untuk diri sendiri dan membeli suatu barang atas dasar kebutuhan dan kegunaan, bukan keinginan semata, sehingga dapat terhindar dari perilaku konsumtif. Selain itu, mahasiswa generasi Z juga dapat menggunakan media sosial dengan bijak, sehingga dapat mengunggah sesuatu yang bersifat positif dan tidak merugikan orang lain.

3. Bagi Masyarakat dan Orang tua

Rekomendasi yang dapat peneliti sampaikan bagi masyarakat atau orang tua ialah untuk selalu memberikan pemahaman kepada anak terkait pengelolaan uang. Orang tua juga dapat mengajarkan anak untuk menabung, meminimalisir pengeluaran apabila tidak terlalu dibutuhkan dan mengajarkan tentang skala prioritas yang harus didahulukan oleh anak agar dapat terhindar dari perilaku konsumtif. Orang tua juga dapat mengawasi dan memberikan pemahaman terkait kegiatan anak dalam menggunakan media sosial

4. Bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi.

Rekomendasi selanjutnya bagi Program Studi Pendidikan Sosiologi untuk lebih memperdalam kajian yang berkaitan dengan teori masyarakat konsumsi dan teori keputusan pembelian sehingga dapat diterapkan mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari.

5. Bagi Penelitian Selanjutnya

Rekomendasi bagi penelitian selanjutnya yaitu untuk lebih memperdalam penelitian mengenai pengaruh tindakan *flexing influencer* di Instagram terhadap perilaku konsumtif bagi mahasiswa generasi Z Kota Bandung. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam baik dari sudut pandang yang berbeda, sehingga dapat memperluas pengetahuan terkait penelitian ini.