

Analisis Budaya Konsumerisme dan Gaya Hidup Dikalangan Remaja Akibat Pengaruh Media Sosial Di Kota Tanjungpinang**Sely Monica^{1*}, Naomi Prilda Siagian², Atika Rokhim³**Universitas Maritim Raja Ali Haji, Tanjungpinang, Indonesia^{1, 2, 3}Email: sellymonica225@gmail.com^{1*}, naomiprildasiagian@gmail.com²,Atikarokhim17@gmail.com³

Artikel info

Artikel history

Diterima : 21-07-2022

Direvisi : 20-08-2022

Disetujui : 25-08-2022

Kata Kunci: gaya hidup;
perilaku konsumtif; remaja**Keywords:** lifestyle;
consumptive behavior; youth**Abstrak**

Kehidupan masyarakat di era ini meningkatkan kebutuhan hidup manusia. Semakin banyaknya kebutuhan yang diperlukan maka semakin meningkat pula tuntutan gaya hidup. Di era modern ini gaya hidup merupakan ciri dari sebuah dunia modern. Apalagi ditengah berkembangnya media sosial yang dapat meningkatkan gaya hidup akan menghasilkan dampak negatif apabila perilaku konsumtif tidak dilakukan sesuai dengan kebutuhan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan gaya hidup yang dilakukan oleh para remaja. Sasaran pada penelitian ini diambil dari beberapa remaja dikota tanjung pinang. Kajian sosiologi yang digunakan adalah kajian teori dari Jean Baudrillard tentang gaya hidup, konsumsi simbol, dan kajian mengenai motif sosial dan remaja. penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara jelas dan terperinci dengan permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian yang terjadi lapangan.

Abstract

Community life in this era increases the needs of human life. The more needs that are needed, the more the demands of life style. In this modern era, lifestyle is the hallmark of a modern world. Moreover, in the midst of the development of social media that can improve lifestyles, it will have a negative impact if consumptive behavior is not carried out according to needs. This study aims to describe the lifestyle of teenagers. The targets in this study were taken from several teenagers in the city of Tanjung Pinang. The sociological study used is a theoretical study from Jean Baudrillard on lifestyle, symbol consumption, and studies on social and adolescent motives. The research uses a qualitative descriptive method, which aims to get a clear and detailed picture of the problem to be studied by studying as much as possible an individual, a group or an event that occurs in the field.

Koresponden author: Sely Monica

Email: sellymonica225@gmail.com

Artikel terbuka di bawah lisensi

CC BY SA

2022

**Pendahuluan**

Globalisasi merupakan suatu istilah yang populer pada masa sekarang ini, bukan hanya tentang perkembangan teknologi, politik pendidikan melainkan juga ekonomi. Berbicara tentang ekonomi tidak asing dengan kata berbelanja, berbelanja merupakan membeli suatu barang yang diinginkan untuk memenuhi kebutuhan dengan menukarkan sejumlah uangnya (Anggriani & Indasari, 2018). Seiring perkembangan zaman berbelanja menjadi cermin gaya hidup yang mendapatkan reaksi didalam masyarakat sehingga berbelanja pun digemari oleh banyak orang dan menjadi suatu kebiasaan serta budaya (Kartika, 2018).

Budaya berasal dari bahasa sankerta (budhaya) yaitu bentuk jamak kata buddhi yang berarti budi atau akal. Dalam era postmodern pada saat ini eksistensi untuk mengenal gaya didalam kalangan remaja bukanlah hal yang baru melainkan dapat dilihat dari barang-barang yang digunakan ([dwi Wijaya](#), 2020). Maka dari itu tidak menutup kemungkinan barang-barang tersebut didapat dengan berbelanja di mall yang harganya mahal di bandingkan barang yang dijual diluar mall. Banyak orang yang membeli barang bukan didasarkan dari kebutuhan, melainkan karena kepuasan dan kesenangan semata, sehingga hal tersebut membuat orang menjadi boros atau biasa dikenal dengan perilaku konsumsi ([Sihombing et al.](#), 2019).

Konsumerisme merupakan gaya hidup yang menduga bahwa kepuasan diri berasal dari mengkonsumsi atau membeli barang-barang (glamor) tanpa melihat nilai atau guna dari barang yang dikonsumsi tersebut, sehingga tidak sering didapatkan hal ini menjadi tolak ukur eksistensi individu ([Achmad](#), 2019). Dalam pembahasan konsumsi, ada salah satu tokoh pemikir Postmodernisme yang mengasumsikan penyebab dan efek dari hal di atas yaitu Jean Baudrillard ([Maulana](#), 2019). Menurutnya, pola konsumsi dalam masyarakat postmodern ditandai dengan bergesernya atau berpindahannya orientasi konsumsi yang pada awalnya ditujukan untuk “kebutuhan hidup” menjadi “gaya hidup”. Karakteristik dalam budaya konsumerisme ini sangat unik diantaranya seperti konsumen yang ingin terlihat berbeda dari yang lainnya, bangga terhadap penampilan hanya sekedar ikut-ikutan brand dan trend yang ada agar mendapatkan sebuah perhatian dari orang lain ([Ruslim](#), 2021).

Seiring perkembangan zaman peran media sangat berpengaruh pada konsumsi masyarakat, yang mana media online menjadi peran penting untuk merubah perilaku seorang terhadap makna suatu benda ([Tanjung](#), 2016). Media membuat masyarakat menjauh dari kenyataan dan mempengaruhi pola konsumsi mereka dalam memaknakan tanda-tanda yang berada di sekitar mereka ([Mardani](#), 2013). Keberadaan media membuat ilstrasi sehingga individu tidak mampu membedakan antara kenyataan dan fantasi sehingga sulit membedakan kebenaran dan kebohongan, tujuan dari sebuah objek tidak lebih penting dari gambaran sebuah objek sendiri.

Penyampaian informasi didalam media dapat menyebabkan perubahan yang dipengaruhi oleh perbedaan sudut pandang masyarakat terhadap berpenampilan. Iklan-iklan didalam media menyajikan sebuah produk yang sudah memiliki nama atau brand sehingga masyarakat akan terpengaruh oleh media tak terkecuali masyarakat kota Tanjungpinang. Ada banyak alasan para konsumsi untuk membeli barang melalui media online salah satunya yaitu akses jual beli yang mempermudah masyarakat ([Rifah](#), 2019). Adapun konsumen dapat membuat akun media online shop kemudian dapat mengetik pada pencarian produk yang ingin dibeli, mengklik produk untuk dimasukkan fitur keranjang dan melakukan *check-out* produk, lebih mudah lagi pembayaran dapat dilakukan melalui via transfer ataupun via COD (*cash on delivery*). Dari berbagai media online para konsumsi dapat dengan mudah memenuhi gaya hidup masyarakat terkhususnya remaja ([Nisak](#), 2022). Beragam produk *branded* mulai dari lokal hingga luar negeri, original hingga KW dan barang baru hingga barang seken.

Remaja dikatakan sebagai individu yang ingin mencapai identitasnya dengan kata lain adalah yang sedang beralih dari masa kanak-kanak ke masa dewasa yang dimana remaja sebenarnya ingin mencari identitas dan jati diri. Remaja umumnya menginginkan pengakuan dan eksistensinya oleh lingkungan sekitar dan berusaha ingin menjadi bagian dari lingkungan tersebut ([Jumantini](#), 2018). Kebutuhan gaya hidup seorang remaja mempengaruhi eksistensinya dalam menemukan jati diri. Media sosial seperti tiktok, instagram, ataupun facebook yang memiliki daya tarik tersendiri dalam mempromosikan produk melalui akun-akun yang terkenal seperti artis dengan fitur feeds atau snapgram. Berbagai macam embel-embel serta keunikan video yang dibuat oleh promotor yang meyakinkan konsumen mempengaruhi minat masyarakat dalam membeli. Gaya hidup remaja yang menggunakan media sosial dapat menambah eksistensi remaja melalui media sosial seperti memposting apa

yang dimakan, sedang berada dicafe apa, belanja apa, atau apa yang dikenakan mereka, namun tidak selalu apa yang diposting dalam akun media sosial mereka menggambarkan social life mereka yang sebenarnya.

Berdasarkan permasalahan tersebut adapun beberapa tujuan dalam penelitian ini, yaitu mengetahui daya tarik remaja dalam mengkonsumsi suatu barang *branded*, mengetahui bagaimana perilaku konsumerisme dan gaya hidup terhadap remaja yang dipengaruhi oleh media sosial dan mengetahui mengkonsumsi barang *branded* menjadi strategi hemat dalam gaya hidup.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode studi kasus. Pada penelitian ini peneliti menyelidiki kasus dan mendeskripsikan masalah yang didapatkan dari responden, tujuan penggunaan metode ini adalah untuk mencari pengertian yang lebih mendalam tentang suatu gejala, fakta atau realita ([Semiawan, 2010](#)) mengenai fenomena Analisis Budaya Konsumerisme Dan Gaya Hidup Dikalangan Remaja Akibat Pengaruh Media Sosial Di Kota Tanjungpinang.

Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, peneliti mewawancarai 10 orang remaja yang dianggap terkait terhadap fenomena yang diteliti. Observasi, peneliti mengamati langsung di lapangan. Kuisisioner, peneliti membuat sebuah *form* yang dapat di isi oleh remaja. Setelah wawancara dan menyebarkan kuisisioner, peneliti melakukan analisis data yaitu penyederhanaan data (reduksi), penyajian data, dan verifikasi data.

Hasil dan Pembahasan

1. Budaya konsumerisme faktor dan dampak

Perubahan gaya hidup remaja mahasiswi perantau di kota Tanjungpinang dalam jurnal sosiologi fakultas sosial dan ilmu politik universitas maritim raja ali haji. Dari hasil penelitian yang dilakukannya bahwa mahasiswi perantau yang berasal dari kabupaten kepulauan anambas merantau ke Tanjungpinang, mereka merasakan budaya yang berbeda ketika mereka merantau ke tanjungpinang dan merasakan budaya baru. Akibat dari modernisasi membuat cara berpenampilan serta tren diperkotaan berbeda dengan di wilayah mereka, sehingga membuat para mahasiswi ingin mencoba dan mengikuti budaya yang ada di tanjungpinang seperti memakai pakaian yang modis atau bermerek, serta nongkrong di kedai kopi atau *coffe shop*. Hal ini dimulai dari cara yang sederhana seperti berdandan, nongkrong dan mengganti gadget, jika dilihat dari segi ekonomi mereka berada dikelas kebawah.

Beberapa faktor yang menyebabkan mereka mengikuti *trend* konsumerisme tersebut seperti faktor internal dimana mahasiswi merasakan gengsi dan rasa ingin tau yang tinggi serta faktor eksternal lingkungan dan teman sekitar ([Nisak, 2022](#)). Dari hasil wawancara dari 10 informan, diketahui cara orang dalam perilaku konsumtif di kalangan remaja akibat pola pemikiran remaja yang sangat ini berpenampilan terlihat lebih berkelas. Pola ini didasarkan oleh partisipasi remaja dalam menentukan cara berpakaian dan lainnya dalam perilaku konsumtif.

Keberadaan media sosial sangat mempengaruhi aktivitas remaja untuk melakukan segala sesuatu tetapi bukan remaja jika tidak bisa memanfaatkan atau melakukan suatu hal yang bisa jadi peluangnya ([Chotimah, 2017](#)). Keberadaan barang *branded* dari yang Ori sampai KW membuat remaja menjadi lebih *beroufit*.

Masyarakat pada saat ini membeli suatu barang bukan karena untuk memenuhi kebutuhannya melainkan lebih kepuasan hati atau hasrat ([Anjani, 2020](#)). Hasrat akan memilih simbol yang lebih dominan disukai untuk mengkonsumsi, sehingga banyak orang yang suka membeli suatu barang yang sudah memiliki nama seperti "*merk*" yang melekat

kepada suatu barang daripada manfaat barang yang ingin dibelinya. Sebab suatu merk dapat menentukan nilai dari seseorang yang menggunakannya.

Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat bagaimana cara remaja yang dipengaruhi media sosial dalam perilaku konsumtif dan budaya konsumerisme. Budaya konsumerisme yang dimaksud adalah remaja yang melakukan kegiatan konsumsi dalam suatu objek mengesampingkan melihat dari sisi kegunaan serta nilai tukarnya melainkan cenderung karena ada nilai simbol atau simbolik serta juga nilai yang bersifat abstrak dan terletak pada objek itu sendiri. Ketika sudah melihat serta mengkonsumsi suatu barang melalui citra tidak lagi dengan kegunaannya maka ini akan membuat efek pada remaja. sehingga terjadilah remaja ini sebagai konsumen yang tidak akan pernah merasa untuk puas akan barang yang di belinya. Karena kebanyakan remaja sekarang membeli suatu barang untuk mengikuti suatu *trend* yang ada supaya dapat menarik perhatian lingkungan sekitarnya dan media sosialnya.

Gaya hidup merupakan suatu perilaku individu baik secara langsung maupun tidak yang mempengaruhi pilihan-pilihan konsumsi pada individu (Herlyana, 2014). Pola konsumsi individu pada akhirnya akan diatur oleh perilaku ini. Gaya hidup seseorang dari media sosial dapat berdampak buruk dan bisa berdampak baik bagi yang tidak menyalahartikan dari hal tersebut.

Kebutuhan adalah hal yang dasar dalam kehidupan untuk memenuhi suatu keinginan hidup yang dimana kebutuhan ini bersifat mengutamakan dengan mencapai kemakmuran. Kebutuhan dapat dibedakan menurut kepentingan, waktu, sifat, dan tema. Pemenuhan kebutuhan dapat berupa barang, jasa, benda terwujud atau tidak terwujud. Setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda-beda, dipengaruhi oleh kondisi alam, agama, adat istiadat dan peradaban. Sifat permintaan tidak terbatas, meningkat, dan terus berubah.

Fokus penelitian memainkan peran yang sangat penting dalam memandu dan mengarahkan proses penelitian. Melalui fokus penelitian ini, informasi ditempat dapat diklasifikasikan menurut konteks masalahnya. Karena pertanyaan penelitian digunakan sebagai acuan untuk menentukan fokus penelitian, maka rumusan masalah dan fokus penelitian saling terkait. Penelitian ini mempunyai fokus penelitian yaitu remaja yang mengkonsumsi barang branded bekas hal ini memanfaatkan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan sekaligus untuk bisa bergaya di kalangan remaja dalam budaya konsumtif. Jadi dengan adanya penyedia barang branded bekas memudahkan remaja untuk mengkonsumsi barang branded yang dimana seperti kita ketahui bahwa barang yang dijual seken umumnya memiliki harga yang relatif murah. Dengan adanya barang-barang branded bekas ini maka tidak menutup kemungkinan untuk meningkatkan budaya konsumsi dimasyarakat khususnya para remaja.

2. Sebuah Gaya Hidup Remaja Dan Dampak Sosial Media

Gaya hidup yang memanfaatkan barang dagangan bermerek merupakan kekhasan yang melimpah di kalangan anak muda metropolitan. Anak-anak muda membeli sesuatu dalam beberapa kasus hanya untuk kepuasan diri sesaat tanpa mengetahui keuntungan dari barang dagangan yang dibeli. Selain itu, semakin banyak iklan yang menampilkan barang dagangan bermerek muncul melalui akun hiburan virtual sehingga banyak anak muda juga tertarik dan terpicat untuk memiliki produk bermerek ini.

Tanggung jawab untuk remaja saat ini juga memudahkan remaja untuk mengakses web dari mana saja. Kerja media yang begitu luar biasa juga ditunjukkan dengan harapan 12 Desember sebagai hari belanja publik berbasis web (Harbolnas) yang menunjukkan betapa hiburan virtual telah begitu tertanam dalam kehidupan individu saat ini. Hiburan berbasis web dan gaya hidup adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan lagi. Bagaimana tidak hiburan berbasis web telah mengubah banyak cara hidup di masyarakat saat ini. Sebuah ilustrasi bagaimana pekerjaan hiburan online tidak dapat dipisahkan dari rutinitas

kita sehari-hari adalah di mana kita tidak pernah bisa lagi melepaskan diri dari alat yang dituduhkan.

Kemajuan mesin juga berdampak pada gaya hidup kita saat ini, kemajuan teknologi telah menawarkan berbagai macam kenyamanan kepada kita, misalnya pertama membeli tiket film tentu kita akan mengantre untuk mendapatkannya, sekarang dengan kemajuan mesin kita tidak perlu lagi mengantre. satu jam sebelum film dimulai hanya untuk mendapatkan tiket kita hanya perlu mengotak-atik alat kita di rumah untuk hal-hal seperti itu. Ini jelas akan langsung mempengaruhi kelangsungan hidup kita mulai sekarang. Karena efek yang ditimbulkan oleh kemajuan mesin umumnya tidak berdampak positif, kita juga harus bisa melihat akibat buruknya agar kita sebagai masyarakat umum bisa bermain aman. Permintaan desain kehidupan yang diterapkan oleh hiburan berbasis web adalah permintaan kehidupan masa kini yang mengikuti perkembangan zaman. Remaja hampir tidak dapat dipisahkan dari hiburan virtual mengingat sebagian besar kehidupan mereka sekarang ada di sini, pergeseran ini telah membawa cara hidup yang anak-anak muda hari ini lihat dari negara-negara lain, tentang cara berpakaian atau hari lainnya. ke cara hidup sehari-hari. Dengan cepatnya hiburan virtual dalam perjalanan hidup remaja, sudah menjadi kewajiban, memikirkan sekitar menjadi sesuatu yang dibutuhkan. Karena tanpa manajemen dari sekitar, anak muda tidak akan memiliki kendali atas semua yang mereka dapatkan atau lihat melalui hiburan virtual. Contoh mendasar adalah jumlah pertempuran yang terjadi di kalangan anak muda, yang sebagian besar disebabkan oleh menonton rekaman brutal yang tersebar tanpa hambatan melalui hiburan online. Tanpa kontrol yang sah dan jelas.

3. Daya Tarik Remaja Dalam Mengonsumsi Barang Bertanda

Kerinduan orang tunggal untuk berbelanja yang tidak mengenal batas, membeli sesuatu yang tidak wajar atau spontan disebut cara berperilaku destruktif. Cara berperilaku yang merusak dapat menimbulkan akibat yang merugikan, misalnya memberdayakan masyarakat untuk memiliki cara hidup yang tidak efisien dengan terus menerus menghambur-hamburkan uang untuk hal-hal yang sangat tidak relevan, tidak mampu mengenali kebutuhan dan keinginan, memiliki kewajiban, dan mendukung cara-cara yang berbeda sehingga kerinduan individu dapat terwujud. dicapai dengan hebat.

Cara berperilaku yang tidak moderat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti variabel luar dan dalam. Salah satu variabel luarnya adalah berkumpulnya sahabat atau sekelompok referensi. Perilaku boros menggunakan barang dagangan tertentu dilakukan orang untuk mendapatkan pengakuan dari orang atau untuk diakui oleh suatu perkumpulan. Pertemuan dapat mempengaruhi orang lain untuk bertindak seperti pertemuan seperti cara hidup, perilaku, dan pandangan umumnya akan menjadi sesuatu yang sangat mirip tanpa paksaan sesuai dengan musikalitas sebuah pertemuan yang disebut keserasian.

Hidup adalah salah satu faktor batin yang akan mempengaruhi orang untuk bertindak destruktif, dengan asumsi cara berperilaku tidak sopan terjadi hanya untuk menunjukkan posisi sosial atau mendapatkan harga diri. Cara berperilaku yang destruktif dan tuntutan kemasyhuran dapat memberikan informasi baru tentang perkembangan terbaru dalam pola dan model serta menemukan hal-hal hebat dan seolah-olah mereka memiliki insentif untuk diri mereka sendiri.

4. Mengonsumsi Barang Branded Menjadi Strategi Hemat dalam Gaya Hidup

Perubahan iklim sosial serta tuntutan hidup, anak muda Tanjung Pinang mengubah desain hidupnya sesuai dengan kebutuhan remaja sebenarnya. Remaja menempatkan diri mereka di luar sana dengan mencari data yang berhubungan dengan kebutuhan hidup mereka dengan memanfaatkan inovasi web seperti hiburan virtual. Kemajuan inovasi hiburan berbasis web telah mengubah gaya hidup remaja. Web memperkenalkan klien dengan dunia maya, misalnya, berbagai kantor yang disajikan dari organisasi informal, berita, rekaman, foto, hingga belanja, yang dapat kita temukan melalui akses web hiburan

online. Keputusan untuk mengkonsumsi tentu saja seperti pakaian, tas, sepatu, buku dan berbagai kebutuhan lainnya dapat diperoleh melalui hiburan berbasis web ini.

Mengkonsumsi barang-barang bermerek bisa dianggap terjangkau dalam gaya hidup dan juga bisa dianggap tidak efisien dalam gaya hidup, semuanya bergantung pada anak-anak muda yang mengkonsumsi barang-barang kekinian. Dari segi penampilan, cara berpakaian remaja umumnya terlihat memikat. Umumnya mereka membeli sesuatu dengan kualitas yang ditandai. Para remaja yang memiliki gaya hidup yang tidak bersahaja tidak akan mau ketinggalan dengan pola yang ada, apalagi jika salah satu teman mereka yang saat ini memiliki produk terbaru tampak seolah-olah saling bersaing untuk mendapatkan potret diri mental yang superior.

Anak muda yang memiliki gaya hidup boros hanya menginvestasikan banyak energi untuk melihat hal-hal terkini melalui hiburan virtual sebagai metode untuk menghilangkan kepenatan, sehingga mereka memiliki perasaan puas. Sementara itu, mereka lebih seimbang dengan individu yang menikmati kegiatan rekreasi serupa.

Kesimpulan

Dari sini kita dapat menduga bahwa persoalan yang terjadi adalah karena masyarakat kota muktisari sendiri belum mampu mengakui sesuatu yang baru atau instrumen baru untuk persoalan kematangan tanah itu sendiri. Setahu kami, bukannya mereka belum mengakuinya sendiri yang belum mengetahui pemanfaatan alat-alat untuk lahan, maka disini kami akan membantu permasalahan yang terjadi di kota muktisari. Membantu daerah setempat dalam mengelola masalah saat ini.

Bibliografi

- Achmad, F. (2019). *Analisis Dampak Pembiayaan Konsumtif Bank Syariah Terhadap Budaya Konsumerisme Masyarakat (Studi Pada BPRS Bandar Lampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Anggriani, I., & Indasari, F. (2018). Analisis Perbedaan Pembelian Impulsif Ditinjau Dari Gender Konsumen Pada Puncak Toserba Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v6i1.439>
- Anjani, K. P. (2020). *The Correlation Between Self-Control and Consumptive Behavior in Purchasing K-pop Merchandise in Adolescents*. Untag 1945 Surabaya.
- Chotimah, C. (2017). *Persepsi Peserta Didik Tentang Pentingnya Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Pola Pikir Motivasi dan Perilaku Sosial di Min Pandansari Ngunut Tulungagung*.
- dwi Wijaya, M. H. (2020). Konsumsi Media Sosial Bagi Kalangan Pelajar: Studi Pada Hyperrealitas Tik Tok. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(2), 170–191. <https://doi.org/10.31538/almada.v3i2.734>
- Herlyana, E. (2014). Fenomena coffee shop sebagai gejala gaya hidup baru kaum muda. *THAQAFIYYAT: Jurnal Bahasa, Peradaban dan Informasi Islam*, 13(1), 187–204.
- Jumantini, E. (2018). Pengaruh Modernitas Individu dan Lingkungan Sosial terhadap Gaya Hidup pada Siswa SMK Bisnis dan Manajemen Terakreditasi Adi kota Bandung. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 15(01), 57–63. <https://doi.org/10.25134/equi.v15i01.1072>
- Kartika, V. C. (2018). *Gaya Hidup Penggemar EXO di Surabaya Terhadap Produk Merchandise Boyband EXO*. UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Mardani, A. (2013). Konsekuensi-Konsekuensi Modernitas: Perubahan Perilaku Konsumsi dan Kontestasi Tanda di Dunia Maya. *Jurnal Sosiologi*.
- Maulana, M. A. K. (2019). *Tagar 2019 ganti presiden menurut teori simulacra Jean Baudrillard*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Nisak, M. (2022). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Dalam Trend Fashion (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2).
- Rif'ah, S. (2019). Fenomena Cashless Society Di Era Milenial Dalam Perspektif Islam. *Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics*, 2(1), 1–14.
- Ruslim, N. I. (2021). Overconfidence dan Representativeness Bias Dalam Personal Finance Studi Kasus Pada Pembelian Luxury Products. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 8(3). <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.35162>
- Sihombing, N. M. M., Suryanto, N. E., Mahameru, M., Setiawan, M. R., Marsella, E., & Li, M. (2019). *Dampak penggunaan pinjaman online terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Yogyakarta*.
- Tanjung, M. R. (2016). Fotografi Ponsel (Smartphone) Sebagai Sarana Media Dalam Perkembangan Masyarakat Modern. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 1(2), 224–234.