

STUDI KUALITATIF DAMPAK PAPARAN KONTEN LIFESTYLE MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PERANTAU PPKN DI MEDAN

Muhammad Iqbal¹, Saqinah Aifi Kirmala², Fatma Angraini Lubis³,
Yakinda Benianfi Munthe⁴, Iwidya Risti Sinaga⁵, Solavide Ginting⁶,
Anastasya Sembiring⁷, Arini Surbakti⁸, Ulan Dari⁹, Tebi Tefianta Banjarmasin¹⁰,
Yulia Fanissah Sihotang¹¹, Pawer Erwin Pakpahan¹²

m.iqbal@unimed.ac.id¹, saifikirmala@gmail.com², fatmaangrainilubis@gmail.com³,
yakindamunthe25@gmail.com⁴, iwidyaristi265@gmail.com⁵, solavideginting76@gmail.com⁶,
anastasyasembiring0@gmail.com⁷, arinisurbakti340@gmail.com⁸, ulandaridarii707@gamil.com⁹,
tebibanjarnahor@gmail.com¹⁰, yuliafanissahsihotang@gmail.com¹¹,
pakpahanpawer@gmail.com¹²

Universitas Negeri Medan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak paparan konten lifestyle di media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perantau Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn) di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap mahasiswa perantau sebagai informan utama. Analisis data dilakukan secara tematik melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan teknik triangulasi untuk menjaga validitas. Data hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan konten lifestyle di media sosial, khususnya melalui platform seperti Instagram dan TikTok, memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pengaruh tersebut ditandai dengan munculnya pembelian impulsif akibat tren atau viralitas, perubahan pola konsumsi setelah merantau, serta adanya dorongan sosial untuk memperoleh pengakuan dan meningkatkan kepercayaan diri. Namun, tingkat pengaruh tersebut bervariasi tergantung pada kondisi ekonomi, karakter individu, serta kemampuan dalam menginternalisasikan nilai-nilai kesederhanaan. Penelitian ini juga menemukan adanya kesenjangan antara kesadaran normatif mahasiswa terhadap nilai kesederhanaan dengan praktik konsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa perantau, sehingga diperlukan penguatan literasi keuangan serta internalisasi nilai-nilai kewarganegaraan secara kontekstual di era digital.

Kata Kunci: Konten Lifestyle Digital, Literasi Keuangan Digital, Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of social media lifestyle content exposure on the consumptive behavior of migrant students in the Civic Education (PPKn) Study Program in Medan City. This research employs a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews and observations involving migrant students as the main informants. Data analysis was conducted thematically through data reduction, data display, and conclusion drawing, supported by triangulation techniques to ensure data validity. The results show that exposure to lifestyle content on social media, particularly through platforms such as Instagram and TikTok, has a significant influence on students' consumptive behavior. This influence is reflected in impulsive buying behavior driven by trends or product virality, changes in consumption patterns after migrating, and social pressures to gain recognition and enhance self-confidence. However, the level of influence varies depending on economic conditions, individual characteristics, and the degree of internalization of simplicity values. The study also reveals a gap between students' normative awareness of simplicity values and their actual consumption practices in daily life. In conclusion, social media plays an important role in shaping the

consumptive behavior of migrant students. Therefore, strengthening financial literacy and contextual internalization of civic values is necessary in the digital era.

Kata Kunci: *Digital Lifestyle Content, Digital Financial Literacy, Student Spending Habits.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu bentuk nyata dari perkembangan tersebut adalah kemunculan dan pesatnya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat, khususnya mahasiswa. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang publik digital yang memuat berbagai informasi, hiburan, serta representasi gaya hidup (lifestyle). Berbagai platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menampilkan beragam konten yang menonjolkan tren fashion, kuliner, traveling, hingga gaya hidup mewah yang sering kali menjadi acuan bagi penggunaannya dalam membentuk identitas diri. Konten lifestyle yang disajikan di media sosial umumnya dikemas secara menarik dan persuasif sehingga mampu memengaruhi cara pandang individu terhadap standar kehidupan yang ideal. Tidak jarang, konten tersebut menampilkan kehidupan yang tampak sempurna, konsumsi barang bermerek, serta aktivitas yang identik dengan kemewahan. Paparan yang berlangsung secara terus-menerus dapat menimbulkan efek imitasi, di mana individu terdorong untuk meniru gaya hidup yang dilihatnya. Dalam konteks ini, mahasiswa sebagai kelompok usia produktif dan adaptif terhadap teknologi menjadi salah satu kelompok yang paling rentan terpengaruh oleh konten tersebut (Hidayat, 2020).

Mahasiswa pada dasarnya berada dalam fase perkembangan menuju kedewasaan, yang ditandai dengan pencarian jati diri serta kebutuhan akan pengakuan sosial. Kondisi ini membuat mahasiswa cenderung mudah terpengaruh oleh lingkungan, termasuk lingkungan digital seperti media sosial. Salah satu dampak yang muncul adalah terbentuknya perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan untuk melakukan konsumsi secara berlebihan tanpa didasarkan pada kebutuhan, melainkan keinginan semata. Perilaku konsumtif ini sering kali dipicu oleh dorongan untuk mengikuti tren, meningkatkan status sosial, atau memperoleh validasi dari lingkungan sekitar, baik secara langsung maupun melalui interaksi di media sosial. Fenomena perilaku konsumtif menjadi semakin kompleks ketika dikaitkan dengan mahasiswa perantau. Mahasiswa perantau adalah individu yang menjalani pendidikan di luar daerah asalnya, sehingga dituntut untuk hidup mandiri, termasuk dalam mengelola keuangan. Di satu sisi, mereka harus mampu memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari secara bijak, namun di sisi lain mereka juga menghadapi tekanan sosial untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan pergaulan baru. Dalam kondisi tersebut, paparan konten lifestyle di media sosial dapat memperkuat dorongan untuk berperilaku konsumtif, misalnya dengan membeli barang-barang yang sedang tren, mengikuti gaya hidup populer, atau mengunjungi tempat-tempat tertentu demi eksistensi di media sosial (Nurlaila, 2018). Kota Medan sebagai salah satu kota besar di Indonesia memiliki dinamika kehidupan yang modern dan heterogen. Lingkungan perkotaan yang penuh dengan pusat perbelanjaan, tempat hiburan, serta kafe-kafe kekinian turut mendukung berkembangnya gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa. Mahasiswa perantau yang tinggal di Medan tidak hanya terpapar oleh lingkungan fisik yang konsumtif, tetapi juga oleh arus informasi digital yang semakin memperkuat pengaruh tersebut. Hal ini menjadikan mahasiswa perantau sebagai kelompok yang menarik untuk dikaji dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif akibat paparan media sosial.

Lebih khusus lagi, mahasiswa Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn) memiliki peran strategis sebagai calon pendidik dan warga negara yang diharapkan mampu menginternalisasikan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan sehari-hari. Nilai-nilai seperti kesederhanaan, tanggung jawab, serta keadilan sosial seharusnya menjadi landasan dalam mengelola perilaku konsumsi. Namun, realitas menunjukkan bahwa tidak sedikit mahasiswa PPKn yang juga terpengaruh oleh gaya hidup konsumtif akibat paparan media sosial. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara nilai yang dipelajari secara teoritis dengan praktik yang dilakukan dalam kehidupan nyata. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa paparan konten lifestyle media sosial memiliki potensi besar dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya mahasiswa perantau. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna menganalisis secara mendalam bagaimana pengaruh paparan konten lifestyle media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perantau PPKn di Medan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu pendidikan kewarganegaraan, khususnya terkait pembentukan karakter dan perilaku ekonomi mahasiswa di era digital. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi mahasiswa agar lebih bijak dalam menggunakan media sosial serta lebih rasional dalam mengelola pola konsumsi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami Dampak Paparan Konten Lifestyle Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perantau PPKn di Medan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan sejumlah mahasiswa sebagai informan utama untuk menggali pandangan dan persepsi mereka secara mendalam. Selain itu, observasi dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat secara langsung bagaimana paparan konten lifestyle di media sosial memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa perantau PPKn di Medan (Lubis & Dkk, 2024).

Analisis data dilakukan secara tematik dengan langkah awal reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang fokus pada makna dan pola interpretasi mahasiswa. Peneliti berperan sebagai instrumen utama yang secara langsung terlibat dalam pengumpulan dan analisis data, serta menggunakan teknik triangulasi untuk meningkatkan validitas hasil penelitian. Penelitian ini berlokasi di Universitas Negeri Medan dengan durasi penelitian yang disesuaikan dengan proses pengumpulan dan analisis data kualitatif yang berlangsung secara intensif. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana Dampak Paparan Konten Lifestyle Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perantau PPKn di Medan (Amanda & Purba, 2026).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap mahasiswa PPKn perantau di Kota Medan, diperoleh gambaran bahwa paparan konten lifestyle di media sosial memberikan pengaruh yang beragam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan ini terlihat dari latar belakang ekonomi, kebiasaan belanja, intensitas penggunaan media sosial, serta cara masing-masing responden memaknai tren gaya hidup yang berkembang di lingkungan perantauan. Dengan demikian, perilaku konsumtif mahasiswa tidak dapat dipandang secara seragam, melainkan dipengaruhi oleh kombinasi faktor ekonomi, sosial, dan budaya digital. Dilihat dari rata-rata uang bulanan yang diberikan oleh orang tua, para

responden menerima kiriman dengan jumlah yang bervariasi, mulai dari Rp400.000 hingga Rp3.000.000 per bulan. Sebagian besar responden berada pada kisaran Rp1.000.000 sampai Rp1.700.000. Vany menyebutkan bahwa ia menerima uang bulanan sebesar Rp1.000.000, sedangkan Intan Nur Rizky Fajar menerima sekitar Rp1.700.000. Miming Kartika Olivia Silitonga mengaku hanya menerima Rp400.000, sementara Best Maridup P. Silaban menerima sekitar Rp3.000.000. Selain itu, responden tambahan Olipia Pakpahan menyatakan bahwa ia menerima uang bulanan sekitar “Rp1 juta sekian”. Variasi jumlah uang bulanan ini menunjukkan bahwa kemampuan ekonomi mahasiswa perantau cukup beragam, sehingga tingkat kebebasan konsumsi dan daya tahan finansial mereka juga berbeda-beda. Dari segi asal daerah, para responden berasal dari berbagai wilayah di luar Kota Medan, yang menunjukkan bahwa mereka datang dari latar sosial dan budaya yang beragam. Salah satu responden, Olipia Pakpahan, berasal dari Tapanuli Utara. Keberagaman asal daerah ini penting karena memengaruhi kebiasaan konsumsi sebelum merantau, termasuk cara mereka memandang kebutuhan, gaya hidup, serta pola pengeluaran setelah tinggal di kota besar seperti Medan.

Berkaitan dengan kebiasaan mengunjungi coffee shop atau cafe di Medan, sebagian responden mengaku cukup jarang melakukannya. Vany menyatakan bahwa dalam seminggu ia pergi ke cafe sekitar “satu sampai dua kali aja”, sedangkan Dea Riza Andini dan Innes Ferancia menyebutkan bahwa mereka hanya mengunjungi cafe sekitar satu kali dalam seminggu. Berbeda dengan itu, Best Maridup P. Silaban mengaku pergi ke cafe sekitar tiga sampai empat kali dalam seminggu. Di sisi lain, beberapa responden seperti Intan Nur Rizky Fajar, Rima, Miming Kartika Olivia Silitonga, dan Olipia Pakpahan menyatakan bahwa mereka tidak pernah atau sangat jarang pergi ke cafe untuk kepentingan nongkrong maupun konten. Temuan ini menunjukkan bahwa aktivitas nongkrong di cafe memang menjadi bagian dari kehidupan mahasiswa perantau, namun intensitasnya tidak merata dan sangat bergantung pada preferensi pribadi maupun kondisi ekonomi masing-masing. Dalam hal membeli barang hanya karena sedang tren, beberapa responden mengaku pernah melakukannya meskipun barang tersebut sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Intan Nur Rizky Fajar menyatakan bahwa ia pernah membeli sandal yang sedang viral, sedangkan Miming Kartika Olivia Silitonga juga mengaku pernah membeli sandal Crocs karena saat itu banyak teman-temannya yang memakai barang tersebut. Dea Riza Andini menjelaskan bahwa ia pernah membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu diperlukan karena banyak digunakan orang lain dan terlihat menarik di media sosial. Setelah dibeli, barang tersebut ternyata jarang dipakai dan kurang bermanfaat, sehingga pengalaman itu membuatnya lebih berhati-hati dalam berbelanja. Hal serupa juga diungkapkan oleh Olipia Pakpahan, yang menyatakan bahwa ia pernah membeli alat make up hanya karena sedang promo, padahal ia sendiri tidak terlalu memahami cara menggunakannya. Pada akhirnya, barang tersebut tidak terpakai dan terbuang sia-sia. Namun demikian, ada pula responden yang menegaskan bahwa mereka tidak terbiasa membeli barang hanya demi mengikuti tren, seperti Best Maridup P. Silaban yang menyatakan bahwa ia “selalu membeli barang yang dibutuhkan saja”. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial dapat memicu pembelian impulsif, terutama ketika barang dianggap sedang populer, viral, atau menguntungkan karena promo.

Terkait dengan beban finansial akibat mengikuti gaya hidup di media sosial, jawaban responden menunjukkan variasi yang cukup jelas. Sebagian besar responden mengaku tidak terlalu merasa terbebani, namun ada pula yang secara tegas menyatakan bahwa gaya hidup digital dapat menjadi tekanan ekonomi. Vany mengaku pernah mengalami situasi ketika uang kiriman habis sebelum waktunya, lalu mengatasinya

dengan mengurangi pengeluaran yang tidak penting dan lebih disiplin dalam mengelola uang. Dea Riza Andini juga mengaku pernah mengalami kondisi serupa dan kemudian berusaha menjadi lebih hemat serta membagi uang sesuai kebutuhan sampai kiriman berikutnya datang. Innes Ferancia bahkan menyatakan dengan penekanan bahwa ia “sering” mengalami kehabisan uang, dan untuk mengatasinya ia menggunakan uang temannya terlebih dahulu lalu menggantinya ketika uang kiriman datang. Sementara itu, Olipia Pakpahan menyatakan bahwa dirinya merasa “sangat terbebani” secara finansial jika harus mengikuti gaya hidup yang ditampilkan di media sosial, sehingga menurutnya tidak semua hal yang viral perlu diikuti. Meskipun demikian, ia juga mengaku belum pernah mengalami kondisi kehabisan uang karena perilaku konsumtif, sebab ketika uangnya habis, hal tersebut menurutnya “ada alasannya, bukan karena menghamburkan uang”. Data ini menunjukkan bahwa beban finansial tidak selalu muncul dalam bentuk kehabisan uang semata, tetapi juga dapat berupa tekanan psikologis untuk menyesuaikan diri dengan gaya hidup yang berkembang di media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara, platform media sosial yang paling sering digunakan responden untuk melihat konten lifestyle, fashion, dan cafe adalah Instagram dan TikTok. Vany menyebutkan bahwa ia lebih sering menggunakan Instagram, sedangkan Dea Riza Andini, Rima, Best Maridup P. Silaban, dan Miming Kartika Olivia Silitonga lebih sering menggunakan TikTok atau kombinasi TikTok dan Instagram. Selain itu, Olipia Pakpahan menyatakan bahwa ia lebih sering menggunakan TikTok dan Pinterest untuk melihat berbagai tren, ide visual, serta referensi gaya hidup. Yuni Erlina Sitompul menjelaskan bahwa platform-platform tersebut menarik karena banyak menampilkan konten visual yang menarik, tren terbaru, serta rekomendasi tempat dan gaya yang sedang populer. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial visual memiliki peran besar dalam membentuk selera, minat, dan pola konsumsi mahasiswa perantau. Dari segi durasi penggunaan media sosial, responden mengaku menghabiskan waktu sekitar 1 sampai 5 jam per hari untuk melihat konten influencer atau tren yang sedang viral. Vany menyebutkan bahwa ia dapat menghabiskan waktu sekitar 5 jam per hari, sedangkan sebagian besar responden lainnya berada pada kisaran 1–3 jam per hari. Responden tambahan Olipia Pakpahan menyebutkan bahwa ia menghabiskan sekitar 3 jam per hari untuk melihat konten-konten semacam itu. Durasi ini menunjukkan bahwa media sosial merupakan bagian yang cukup besar dalam aktivitas harian mahasiswa, sehingga peluang terpapar konten konsumtif dan gaya hidup modern juga semakin tinggi. Ketika ditanya mengenai seberapa sering mereka merasa tertarik membeli barang atau mengunjungi tempat setelah melihatnya di media sosial, sebagian besar responden menjawab kadang-kadang, jarang, atau cukup sering. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua responden secara langsung mengikuti apa yang mereka lihat, tetapi konten media sosial tetap memiliki pengaruh dalam membentuk keinginan, minat, dan rasa penasaran mereka. Dalam hal ini, Olipia Pakpahan menyatakan bahwa ia tidak terlalu sering merasa tertarik karena sekarang ia lebih sering merasa malas untuk keluar atau mencoba hal baru. Jawaban ini menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi tidak selalu berujung pada tindakan nyata, karena masih dipengaruhi oleh kondisi pribadi, mood, serta prioritas masing-masing individu.

Terkait dengan alasan mengikuti tren, beberapa responden mengakui bahwa faktor psikologis dan sosial menjadi pendorong utama. Intan Nur Rizky Fajar menyatakan bahwa mengikuti tren dapat “meningkatkan kepercayaan diri”, sedangkan Dea Riza Andini mengaku bahwa dirinya mengikuti tren agar “tidak merasa ketinggalan zaman”. Best Maridup P. Silaban menilai bahwa mengikuti tren juga dapat berkaitan dengan pengakuan sosial, walaupun ia berusaha untuk tidak membeli barang hanya demi gengsi. Hal yang

hampir serupa juga disampaikan oleh Olipia Pakpahan, yang mengakui bahwa perilaku mengikuti tren “bisa dibilang untuk pengakuan sosial”, meskipun menurutnya tetap harus ada batasan dan penyesuaian dengan kondisi ekonomi. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak semata-mata didorong oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga berkaitan dengan kebutuhan akan penerimaan sosial, citra diri, dan rasa percaya diri. Dalam menjawab pertanyaan mengenai pertentangan antara nilai kesederhanaan yang dipelajari di kelas PPKn dengan gaya hidup mewah di media sosial, hampir seluruh responden menunjukkan pandangan yang cukup kritis. Vany menyatakan bahwa pertentangan tersebut merupakan “tantangan di tengah pengaruh media sosial yang mendorong gaya hidup mewah”, sehingga mahasiswa harus bersikap lebih kritis dan tidak mudah terjebak dalam perilaku konsumtif. Intan Nur Rizky Fajar juga menyebutkan bahwa nilai kesederhanaan sangat penting sebagai pedoman hidup, dan mahasiswa harus lebih bijak dalam menggunakan media sosial. Hal serupa disampaikan oleh Dea Riza Andini, Rima, dan Miming Kartika Olivia Silitonga, yang menilai bahwa media sosial sering kali mendorong gaya hidup berlebihan, sementara sebagai mahasiswa PPKn mereka seharusnya tetap berpegang pada nilai kesederhanaan, hidup secukupnya, dan tidak mudah terpengaruh oleh budaya konsumtif. Secara umum, para responden menunjukkan adanya kesadaran normatif bahwa nilai kesederhanaan tetap relevan dan penting dijaga meskipun mereka hidup di tengah arus budaya digital yang serba cepat dan konsumtif.

Selain itu, sebagian besar responden menyatakan bahwa sebelum merantau ke Medan, gaya hidup dan pola belanja mereka cenderung lebih sederhana dan terkontrol. Dea Riza Andini menyebutkan bahwa saat masih tinggal di daerah asal, ia terbiasa membeli barang sesuai kebutuhan saja. Miming Kartika Olivia Silitonga juga mengatakan bahwa sebelum merantau, ia lebih sering berbelanja di pasar tradisional dengan harga yang lebih terjangkau. Yuni Erlina Sitompul mengaku bahwa setelah berada di perantauan, ia merasa menjadi “lebih boros” karena harus menyesuaikan gaya hidup orang-orang di sekitarnya. Sementara itu, Olipia Pakpahan menjelaskan bahwa ketika masih tinggal di daerah asal, ia tidak terlalu memikirkan gaya hidup dan pola belanja, karena hampir semua kebutuhannya sudah dilengkapi, diatur, dan dibiayai oleh orang tua. Jika ia menginginkan sesuatu, ia hanya perlu memintanya kepada orang tua. Temuan ini menunjukkan bahwa perpindahan dari lingkungan asal ke kota perantauan dapat mengubah cara mahasiswa memandang kebutuhan, pengeluaran, dan gaya hidup sehari-hari.

Dalam melihat teman sesama mahasiswa perantau yang terjebak gaya hidup konsumtif hingga mengabaikan kuliah, hampir semua responden menilai bahwa perilaku tersebut tidak baik dan bertentangan dengan tujuan utama mereka merantau. Mereka berpandangan bahwa mahasiswa seharusnya tetap memprioritaskan pendidikan dan menyadari tanggung jawab yang diberikan oleh orang tua. Beberapa responden bahkan menyatakan bahwa mereka akan berusaha mengingatkan teman tersebut. Rima menegaskan bahwa mahasiswa “diberangkatkan orang tua untuk sekolah, bukan untuk gaya-gayaan”. Innes Ferancia menyatakan bahwa mahasiswa yang demikian perlu diingatkan, tetapi dengan cara yang “santai dan tidak menggurui”, yakni menegur atau mengingatkan dengan cara yang halus, wajar, dan tidak terkesan sok paling benar. Sementara itu, Olipia Pakpahan menyatakan bahwa jika temannya terbuka, maka ia bisa diajak berbicara lebih dalam. Namun, jika temannya tidak terbuka, maka menurutnya juga perlu disadari bahwa ada batas tertentu dan seseorang tidak bisa dipaksa untuk berubah. Pernyataan-pernyataan ini menunjukkan bahwa para responden memiliki kesadaran moral

dan tanggung jawab sosial sebagai mahasiswa, serta memahami pentingnya pendekatan yang manusiawi dalam mengingatkan sesama teman.

Gaya hidup ideal bagi mahasiswa perantau di Medan, hampir seluruh responden memberikan jawaban yang relatif serupa, yaitu hidup sederhana, hemat, realistis, mandiri, dan tetap fokus pada pendidikan. Vany menyebutkan bahwa gaya hidup ideal adalah “hidup seimbang, membeli yang dibutuhkan bukan yang diinginkan”. Intan Nur Rizky Fajar menekankan pentingnya mengatur waktu, keuangan, menjaga kesehatan, serta bergaul dengan lingkungan yang positif. Sementara itu, Olipia Pakpahan menegaskan bahwa mahasiswa sebaiknya bergaya sesuai kondisi ekonomi, tidak perlu terlalu mengikuti gaya hidup influencer, meskipun menurutnya sesekali mengikuti tren “tidak apa-apa” selama masih dalam batas wajar. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa para responden sebenarnya memiliki kesadaran normatif yang cukup baik mengenai bagaimana seharusnya gaya hidup mahasiswa perantau dijalani. Namun, kesadaran tersebut dalam praktiknya tetap menghadapi tantangan besar akibat paparan media sosial, tekanan lingkungan pergaulan, serta keinginan untuk diterima secara sosial

3.2 Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa paparan konten lifestyle di media sosial memberikan pengaruh nyata terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perantau PPKn di Kota Medan, meskipun derajat pengaruhnya bervariasi tergantung pada kondisi ekonomi, karakter pribadi, dan kesadaran nilai yang dimiliki oleh masing-masing individu. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian (Mustomi & Puspasari, 2020) yang menyatakan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, di mana dimensi perbincangan dan keterbukaan di media sosial menjadi faktor paling dominan dalam membentuk dorongan konsumsi. Konten lifestyle yang disajikan secara masif dan konsisten di platform seperti Instagram dan TikTok berperan sebagai stimulus visual yang membentuk aspirasi serta standar gaya hidup bagi para penggunanya, termasuk mahasiswa perantau yang sedang dalam proses pembentukan identitas diri.

Dari segi intensitas penggunaan media sosial, data menunjukkan bahwa sebagian besar responden menghabiskan waktu antara satu hingga lima jam per hari untuk mengakses konten lifestyle dan konten influencer. Durasi yang cukup tinggi ini sejalan dengan temuan (Faisal, 2024) yang dalam penelitiannya di Pontianak menemukan bahwa 87% mahasiswa menggunakan media sosial lebih dari tiga jam per hari, dan frekuensi penggunaan media sosial berhubungan positif dan signifikan dengan perilaku konsumtif. Dalam penelitian tersebut, paparan terhadap iklan serta influencer terbukti memiliki korelasi kuat dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Platform TikTok secara khusus disebut oleh mayoritas responden sebagai sumber utama inspirasi tren, yang menunjukkan efektivitas algoritma berbasis konten pendek dan visual dalam membangun keterikatan pengguna. Hal ini juga dikonfirmasi oleh (Nasution & Batubara, 2024) yang menyatakan bahwa penggunaan Instagram menjadikannya sebagai arena kompetisi gaya hidup, di mana mahasiswa cenderung menggunakan media sosial sebagai medium eksistensi diri yang didorong oleh keinginan untuk mengikuti tren dan mendapat pengakuan dari orang-orang di sekitarnya.

Salah satu temuan paling menonjol dalam penelitian ini adalah adanya kecenderungan pembelian impulsif yang dipicu oleh viralitas suatu produk di media sosial. Beberapa responden mengaku pernah membeli sandal, alat make up, atau barang-barang tertentu semata-mata karena sedang viral atau sedang digunakan oleh banyak orang di lingkungannya, bukan karena adanya kebutuhan yang mendasar. Perilaku ini sejalan dengan hasil penelitian (Fitriyani, et al., 2013) yang membuktikan bahwa terdapat

hubungan positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa, di mana mahasiswa melakukan berbagai penyesuaian diri untuk mendapatkan penerimaan dari kelompok teman sebaya sebagai kelompok referensi. Dalam konteks digital, kelompok referensi tidak lagi terbatas pada lingkungan fisik, tetapi meluas ke komunitas virtual yang terbentuk melalui media sosial. Akibatnya, tekanan untuk mengikuti tren menjadi jauh lebih kuat dan berlangsung secara terus-menerus tanpa batas geografis. Beberapa responden bahkan mengakui bahwa barang yang dibeli secara impulsif tersebut pada akhirnya jarang atau tidak pernah digunakan, yang menunjukkan ketidakselarasan antara dorongan konsumsi dan kebutuhan riil yang ada. Fenomena ini juga ditemukan dalam penelitian (Anggraeni & Setiaji, 2018) yang menegaskan bahwa media sosial dan status sosial ekonomi orang tua secara bersama-sama memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, dengan media sosial sebagai pemicu utama keinginan untuk memiliki barang yang tengah tren.

Faktor motivasi sosial juga teridentifikasi sebagai pendorong utama perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa perantau. Beberapa responden secara tegas menyatakan bahwa mengikuti tren berfungsi untuk meningkatkan kepercayaan diri, mendapatkan pengakuan sosial, dan menghindari perasaan “ketinggalan zaman”. Perantauan memberikan dimensi tambahan yang signifikan dalam memahami perilaku konsumtif mahasiswa. Sebagian besar responden mengakui bahwa pola konsumsi mereka berubah setelah merantau ke Medan, dari yang sebelumnya lebih terkontrol dan berorientasi pada kebutuhan menjadi lebih terbuka terhadap pengeluaran demi gaya hidup dan penyesuaian sosial.

Kota Medan dengan dinamika urbanannya yang tinggi, termasuk keberadaan coffee shop kekinian, pusat perbelanjaan modern, dan atmosfer konsumtif perkotaan, turut memperkuat dorongan tersebut. Hal ini juga dikuatkan oleh penelitian (Saragih, et al., 2022) yang menyatakan bahwa terpaan media sosial memiliki peran besar dalam membentuk gaya hidup mahasiswa, terutama bagi mereka yang berada di lingkungan baru dan sedang mencari identitas sosialnya.

Temuan terkait dampak finansial akibat gaya hidup konsumtif menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa perantau pernah mengalami kondisi kehabisan uang sebelum jadwal kiriman bulanan berikutnya. Kondisi ini mengindikasikan adanya ketidakselarasan antara pendapatan dan pengeluaran yang sebagiannya dipengaruhi oleh perilaku konsumtif. (Angelina & Astuti, 2024) dalam penelitiannya menemukan bahwa gaya hidup, lingkungan sosial, dan media sosial secara bersama-sama memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sementara kemampuan mengelola keuangan secara mandiri menjadi faktor penentu apakah mahasiswa dapat menahan tekanan konsumsi tersebut atau tidak. Lebih jauh, (Rahmaniy, et al., 2026) dalam penelitiannya membuktikan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh negatif signifikan terhadap kualitas pengelolaan keuangan mahasiswa, dan media sosial terbukti berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat dampak buruk dari gaya hidup konsumtif terhadap kondisi finansial. Oleh karena itu, intervensi dalam bentuk pendidikan literasi keuangan yang berbasis nilai dan konteks digital menjadi sangat relevan dan mendesak bagi mahasiswa perantau agar mereka mampu mengelola keuangan secara lebih bijak dan rasional di tengah tekanan budaya konsumerisme digital.

Temuan yang menarik sekaligus paradoksal dalam penelitian ini adalah adanya kesenjangan antara kesadaran normatif dan perilaku aktual mahasiswa PPKn. Hampir seluruh responden mampu mengartikulasikan nilai-nilai kesederhanaan, tanggung jawab finansial, dan prioritas pendidikan sebagai standar ideal bagi mahasiswa perantau. Namun,

pada saat yang bersamaan, sebagian dari mereka tetap mengakui perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari. Kesenjangan ini relevan dengan temuan (Mubarak & Purnama, 2026) dalam penelitiannya terhadap mahasiswa PPKn Universitas Pamulang, yang membuktikan adanya hubungan positif signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan kecenderungan gaya hidup konsumtif dan hedonistik, meskipun secara normatif mahasiswa PPKn memahami pentingnya nilai kesederhanaan. Penelitian tersebut menegaskan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai faktor yang turut membentuk pola perilaku mahasiswa secara nyata. Dalam konteks pendidikan kewarganegaraan, temuan ini menjadi refleksi kritis bahwa proses internalisasi nilai tidak cukup hanya melalui transfer pengetahuan di dalam kelas, melainkan juga membutuhkan penguatan melalui pembiasaan dan penghayatan nilai dalam kehidupan sehari-hari di era digital.

Pada akhirnya, seluruh temuan dalam penelitian ini menggambarkan sebuah potret yang sangat manusiawi tentang kehidupan mahasiswa perantau di era digital. Mereka bukan sekadar subjek penelitian dengan angka-angka pengeluaran dan frekuensi kunjungan ke kafe mereka adalah individu-individu muda yang sedang belajar hidup, sedang mencari tahu siapa mereka, dan sedang berusaha menempatkan diri dalam lingkungan sosial yang baru dan tidak selalu mudah untuk dinavigasi. Tekanan untuk terlihat relevan, keinginan untuk diterima, dan dorongan untuk tidak merasa tertinggal adalah perasaan yang sangat nyata dan sangat wajar dalam fase kehidupan seperti ini. Namun di sinilah justru letak tantangan terbesarnya: ketika perasaan-perasaan yang wajar itu bertemu dengan platform digital yang dirancang untuk memperbesarnya tanpa henti, batas antara kebutuhan dan keinginan menjadi semakin kabur, dan keputusan konsumsi pun semakin sulit diambil dengan kepala dingin. Penelitian ini tidak bermaksud menyederhanakan kompleksitas itu menjadi sebuah kesimpulan tunggal, melainkan ingin menegaskan bahwa pemahaman terhadap perilaku konsumtif mahasiswa perantau harus selalu berangkat dari empati terlebih dahulu sebelum kemudian bergerak menuju analisis dan solusi.

Implikasi dari temuan ini merentang jauh melampaui ruang akademik. Bagi institusi pendidikan, ini adalah pengingat bahwa kurikulum PPKn tidak bisa berpuas diri hanya dengan mentransfer pengetahuan tentang nilai-nilai luhur. Dibutuhkan pendekatan yang lebih kontekstual dan membumi, pendekatan yang mengajak mahasiswa berdialog secara terbuka tentang tekanan nyata yang mereka hadapi setiap hari, termasuk tekanan yang datang dari layar ponsel mereka. Program literasi keuangan yang terintegrasi dengan nilai-nilai kewarganegaraan, komunitas peer-support yang saling menguatkan, hingga ruang diskusi kritis tentang budaya konsumerisme digital adalah beberapa langkah konkret yang bisa ditempuh. Bagi orang tua, temuan ini menjadi pengingat bahwa mengirim uang bulanan saja tidak cukup mendampingi anak dalam belajar mengelola uang, membangun komunikasi yang terbuka tentang tekanan sosial di perantauan, dan memastikan bahwa nilai-nilai yang ditanamkan di rumah benar-benar terinternalisasi sebelum anak melepas diri ke kota besar adalah investasi yang jauh lebih berharga dari nominal kiriman itu sendiri. Dan bagi para mahasiswa sendiri, kiranya penelitian ini bisa menjadi cermin kecil yang membantu mereka melihat diri mereka sendiri dengan lebih jelas bukan untuk menghakimi pilihan-pilihan yang sudah dibuat, tetapi untuk menjadi lebih sadar dan lebih sengaja dalam pilihan-pilihan yang akan datang.

Penelitian ini tentu memiliki keterbatasan, terutama dari segi jumlah responden yang masih terbatas dan berfokus pada mahasiswa PPKn di satu kota, sehingga generalisasi temuan ke konteks yang lebih luas perlu dilakukan dengan hati-hati. Namun justru

keterbatasan itulah yang membuka peluang bagi penelitian-penelitian lanjutan yang lebih luas dan lebih dalam. Studi komparatif lintas program studi, lintas kota perantauan, atau bahkan lintas generasi mahasiswa bisa memberikan gambaran yang lebih utuh tentang bagaimana media sosial membentuk dan kadang mendistorsi cara anak muda Indonesia memandang diri mereka sendiri dan kebutuhan mereka. Yang paling penting untuk diingat adalah bahwa di balik setiap data dan setiap kutipan wawancara dalam penelitian ini, ada manusia sungguhan yang sedang berjuang dengan caranya sendiri untuk tumbuh menjadi versi terbaik dari dirinya. Dan itulah, pada akhirnya, yang paling layak untuk dihargai dan dipahami.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa paparan konten gaya hidup di media sosial, terutama di Instagram dan TikTok, benar-benar memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa yang perantau PPKn di Kota Medan. Munculnya pembelian impulsif yang dipicu oleh viralitas produk, perubahan pola konsumsi setelah berpindah ke lingkungan perantauan, dan tekanan sosial untuk mengikuti tren untuk mendapatkan pengakuan dan penerimaan di lingkungan pergaulan adalah beberapa contoh dari pengaruh tersebut. Derajat pengaruh tersebut bervariasi bergantung pada keadaan ekonomi, sifat pribadi, dan tingkat internalisasi nilai seseorang. Hasil yang paling signifikan adalah bahwa ada perbedaan antara kesadaran normatif dan perilaku aktual mahasiswa PPKn. Meskipun mereka memahami nilai dasar dan tanggung jawab keuangan sebagai bagian dari pendidikan mereka, perilaku konsumtif mereka tetap ada sepanjang waktu. Ini menunjukkan bahwa internalisasi nilai di ruang akademik masih belum benar-benar terjadi dalam kehidupan sehari-hari di tengah arus budaya konsumerisme digital.

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih baik tentang hubungan antara media sosial dan perilaku konsumtif mahasiswa, penelitian selanjutnya harus dilakukan secara komparatif lintas program studi dan lintas kota perantauan. Selain itu, model intervensi berbasis literasi keuangan digital harus dibuat. Model ini harus memasukkan nilai-nilai kewarganegaraan ke dalam kurikulum PPKn secara kontekstual. Ini akan memungkinkan siswa tidak hanya memahami nilai-nilai dasar secara teoritis, tetapi juga belajar bagaimana menerapkannya di tengah tekanan budaya digital yang terus meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, G., & Purba, N. I. (2026). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Sumatra Utara. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 3(3), 239-246.
- Angelina, L., & Astuti, R. D. (2024). Analisis Determinan Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Keuangan*, 81-89.
- Anggraeni, E., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 172-180.
- Faisal, M. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Pontianak. *Journal on Education*, 6255-6260.
- Fitriyani, N., Widodo, B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 55-68.
- Hidayat. (2020). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 145-156.
- Lubis, C. K. S., Simanungkalit, J. S. L., Siagian, Y., & Hidayat, N. (2024). Pengaruh Media Sosial, E-Lifestyle, dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Medan. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(4), 1871-1884.

- Mubarok, R. A., & Purnama, D. (2026). Hubungan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Di Program Studi Ppkn Universitas Pamulang. *Jurnal Mahasiswa Karakter Bangsa*, 50-54.
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Ceemin: Jurnal Penelitian*, 133-147.
- Nasution, M. F., & Batubara, A. K. (2024). Eksistensi Sosial Mahasiswa di Era Instagram: Analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup dan Perilaku. *Indonesiann Journal of Humanities and Social Sciences*, 859-872.
- Nurlaila, R. (2018). Kemajuan Teknologi Informasi Berdampak Pada Generalisasi Unsur Sosial Budaya Bagi Generasi Milenial. *Jurnal Mozaik*, 65-66.
- Rahmaniy, S. N., Nurhidayah, & Febrianto, G. R. (2026). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Sikap Keuangan dengan Peran Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi terhadap Kualitas Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam di Malang. *Warta Ekonomi*, 32-42.
- Saragih, M. A., Wulandari, A. W., Muaimi, D., Dalimunthe, M. A., & Sazali, H. (2022). Terpaan Media Sosial dalam Membentuk Gaya Hidup Mahasiswa. *Profesional Jurnal Komunikasi & Administrasi Publik*, 181-186