

Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Remaja di Era Digital

Ulvah Aulia Putri¹, Tasya Ayunda², Zeni Wulandari³, Eka Darliana⁴, Anisa Noverita⁵

Program Studi Pendidikan IPS, STKIP Al Maksum
ulvah23januari@gmail.com

Abstrak: Perilaku konsumtif di kalangan remaja pada era digital telah berkembang menjadi persoalan yang semakin signifikan, seiring dengan meluasnya penggunaan media sosial, pertumbuhan pesat platform e-commerce, serta kemudahan sistem transaksi digital yang secara kolektif membentuk pola konsumsi generasi muda. Kondisi ini layak mendapat perhatian serius karena berpotensi memengaruhi pembentukan karakter, tingkat kemandirian dalam pengelolaan keuangan, serta kesejahteraan psikososial remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh perilaku konsumtif pada remaja di era digital dengan menitikberatkan pada tiga faktor utama, yaitu intensitas penggunaan media sosial, tingkat kontrol diri, dan literasi keuangan. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain survei eksplanatori. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner terstruktur kepada remaja yang aktif memanfaatkan media digital, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, serta teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja. Kontrol diri terbukti berpengaruh negatif secara signifikan, yang mengindikasikan bahwa semakin baik kemampuan remaja dalam mengendalikan diri, semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif yang ditunjukkan. Literasi keuangan memberikan pengaruh yang relatif lebih lemah dibandingkan dua variabel lainnya.

Kata kunci: Perilaku Konsumtif, Remaja, Era Digital, Media Sosial.

Abstract: Consumptive behavior among adolescents in the digital era has developed into an increasingly significant problem, along with the widespread use of social media, the rapid growth of e-commerce platforms, and the ease of digital transaction systems that collectively shape the consumption patterns of the younger generation. This condition deserves serious attention because it has the potential to affect character formation, the level of independence in financial management, and the psychosocial welfare of adolescents. This study aims to examine the influence of consumptive behavior on adolescents in the digital era by focusing on three main factors, namely the intensity of social media use, the level of self-control, and financial literacy. The approach used is quantitative with an explanatory survey design. Data collection was carried out through the distribution of structured questionnaires to adolescents who actively use digital media, then analyzed using validity tests, reliability tests, and multiple

linear regression techniques. The results of the study show that the intensity of social media use has a positive and significant influence on adolescents' consumptive behavior. Self-control has been shown to have a significant negative effect, indicating that the better the adolescent's ability to control themselves, the lower the tendency to consummate behavior is shown. Financial literacy has a relatively weaker influence than the other two variables.

Keywords : *Consumptive Behavior, Adolescents, Digital Era, Social Media.*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital selama dua puluh tahun terakhir telah membawa perubahan mendasar dalam cara masyarakat berinteraksi, beraktivitas secara ekonomi, serta membangun praktik budaya, terutama di kalangan remaja. Kelompok usia ini dikenal memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap inovasi teknologi, sekaligus menjadi pengguna paling intensif berbagai media digital, mulai dari media sosial, platform perdagangan daring, hingga aplikasi yang beroperasi dengan sistem algoritmik. Situasi tersebut menempatkan remaja sebagai sasaran strategis dalam pemasaran digital, yang tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan, tetapi juga membentuk pola konsumsi yang bertumpu pada simbol, citra diri, dan pencarian pengakuan sosial. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa tingginya intensitas penggunaan media digital berkorelasi secara signifikan dengan meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan remaja. Fenomena ini terutama dipengaruhi oleh proses perbandingan sosial yang terus-menerus serta internalisasi gaya hidup digital yang dipromosikan melalui media daring (Khoiriyah, 2020).

Urgensi pembahasan mengenai perilaku konsumtif pada remaja kian menguat seiring dengan semakin luas dan intensifnya penetrasi media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Temuan penelitian terkini mengindikasikan bahwa media sosial tidak lagi berperan semata-mata sebagai medium komunikasi, melainkan telah berkembang menjadi ruang konstruksi dan representasi identitas diri yang mendorong munculnya pola konsumsi simbolik serta kecenderungan pembelian impulsif (Suryani & Usman, 2021). . Dalam kerangka tersebut, aktivitas konsumsi tidak lagi bertumpu pada pemenuhan kebutuhan fungsional, tetapi lebih diarahkan pada kebutuhan psikososial, seperti pencarian status sosial, pengakuan eksistensi diri, serta penerimaan dari kelompok sebaya. Kondisi ini menempatkan perilaku konsumtif sebagai persoalan sosial yang penting untuk ditelaah secara mendalam, terutama mengingat implikasinya yang signifikan terhadap kesehatan mental remaja, kestabilan finansial, dan proses pembentukan karakter mereka.

era digital yang semakin berkembang, perilaku konsumtif pada kalangan remaja tidak dapat dilepaskan dari keterhubungan antara teknologi finansial (fintech), platform e-commerce, serta gaya hidup digital (*e-lifestyle*). Sejumlah temuan riset mutakhir menunjukkan bahwa kemudahan akses terhadap transaksi digital dan penggunaan sistem pembayaran nontunai cenderung mempercepat proses pengambilan keputusan konsumsi, sering kali tanpa melalui pertimbangan rasional yang memadai (Efendi & Gerhani, 2025). Kondisi ini diperparah oleh mekanisme algoritma media sosial yang dirancang secara persuasif dan berulang, sehingga paparan terhadap iklan yang bersifat personal menjadi semakin intens. Akibatnya, dorongan untuk berperilaku konsumtif tidak hanya meningkat, tetapi juga berlangsung secara berkelanjutan (Yustini & Prihastuty, 2024).

Berbagai penelitian empiris sebelumnya telah mengidentifikasi sejumlah faktor yang berkontribusi terhadap perilaku konsumtif remaja, antara lain pengaruh kelompok sebaya, tingkat literasi ekonomi dalam keluarga, serta frekuensi dan intensitas penggunaan media sosial (Wulandari et al., 2025). Meskipun demikian, mayoritas kajian tersebut masih menitikberatkan pada hubungan linier antarvariabel, sehingga belum sepenuhnya mampu menangkap kompleksitas dinamika psikososial remaja dalam ekosistem digital yang terus mengalami perubahan. Selain itu, penelitian yang secara terpadu mengaitkan aspek kontrol diri, gaya hidup digital, dan proses pembentukan identitas remaja dalam satu kerangka analisis yang utuh masih tergolong terbatas (Novanti & Saptono, 2024).

Celah penelitian (research gap) tampak jelas pada masih terbatasnya kajian yang membahas secara mendalam dampak jangka panjang perilaku konsumtif terhadap perkembangan remaja di era digital, baik ditinjau dari sudut pandang sosiologis maupun psikologis. Sejumlah studi mutakhir bahkan menunjukkan adanya keterkaitan antara perilaku konsumtif yang dipicu oleh media sosial dengan menurunnya tingkat aktivitas fisik serta meningkatnya risiko gangguan kesehatan pada remaja (Surata et al., 2025). Temuan tersebut mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif tidak dapat dipahami semata-mata sebagai isu ekonomi, melainkan sebagai fenomena kompleks yang bersifat multidimensional dan menuntut pendekatan kajian lintas disiplin.

Berangkat dari latar belakang tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh perilaku konsumtif terhadap remaja di era digital dengan menekankan pada faktor-faktor utama yang membentuk pola konsumsi remaja, sekaligus menelaah implikasinya terhadap perkembangan individu dan kehidupan sosial mereka. Secara teoretis, kajian ini diharapkan mampu memperkaya khazanah penelitian mengenai perilaku konsumen remaja melalui pengintegrasian perspektif gaya hidup digital dengan pendekatan psikologi perkembangan. Sementara itu, dari

sisi praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam perumusan strategi edukasi literasi digital serta kebijakan preventif yang bertujuan menekan dampak negatif perilaku konsumtif pada remaja di tengah intensitas arus digitalisasi yang terus meningkat.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh perilaku konsumtif terhadap remaja di era digital secara objektif dan terukur. Pendekatan kuantitatif dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang menekankan pengujian hubungan antarvariabel berdasarkan data numerik dan analisis statistik. Sumber data utama diperoleh dari data primer yang dikumpulkan langsung dari responden melalui instrumen kuesioner terstruktur, sedangkan data sekunder digunakan sebagai pendukung, meliputi laporan penelitian terdahulu, artikel ilmiah, serta dokumen relevan terkait perilaku konsumtif dan remaja di era digital. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui survei daring dengan skala Likert lima poin untuk mengukur variabel utama, seperti intensitas penggunaan media digital, kecenderungan perilaku konsumtif, dan faktor psikososial pendukung. Partisipan penelitian adalah remaja dengan rentang usia tertentu yang memenuhi kriteria inklusi, yaitu aktif menggunakan media sosial dan platform digital, sementara kriteria eksklusi mencakup responden yang tidak menyelesaikan kuesioner secara lengkap. Penarikan sampel dilakukan menggunakan teknik non-probabilistik dengan metode purposive sampling, mengingat karakteristik responden yang harus sesuai dengan fokus kajian. Data yang terkumpul dianalisis melalui beberapa tahap, meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data, serta analisis inferensial (seperti regresi linier) untuk menguji pengaruh antarvariabel. Keseluruhan prosedur metodologis ini dirancang agar selaras dengan tujuan penelitian, sehingga mampu menjamin tingkat validitas dan reliabilitas temuan serta memberikan dasar empiris yang kuat bagi kesimpulan yang dihasilkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengolahan data kuesioner yang dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik (SPSS/S-PLS), penelitian ini menemukan bahwa perilaku konsumtif remaja di era digital dipengaruhi secara signifikan oleh intensitas penggunaan media sosial, paparan iklan digital, serta tingkat kontrol diri.

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan kriteria nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$). Hasil pengujian

menunjukkan seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel memiliki nilai koefisien korelasi di atas nilai r tabel, sehingga seluruh item dinyatakan valid.

$$r_{xy} = \frac{nXY - XYn}{\sqrt{X^2n - X^2n} \sqrt{Y^2n - Y^2n}}$$

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Perilaku Konsumtif	PK1	0.612	0.197	Valid
Perilaku Konsumtif	PK2	0.685	0.197	Valid
Media Sosial	MS1	0.654	0.197	Valid
Kontrol Diri	KD1	0.667	0.197	Valid

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha dengan kriteria $\alpha \geq 0,70$. Hasil menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas batas minimum, sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

$$\alpha = \frac{k - 1}{k} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Tabel 2. Hasil Uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Perilaku Konsumtif	0.842	Relibel
Media Sosial	0.816	Reliabel
Kontrol Diri	0.791	Reliabel

3. Hasil Uji Regresi

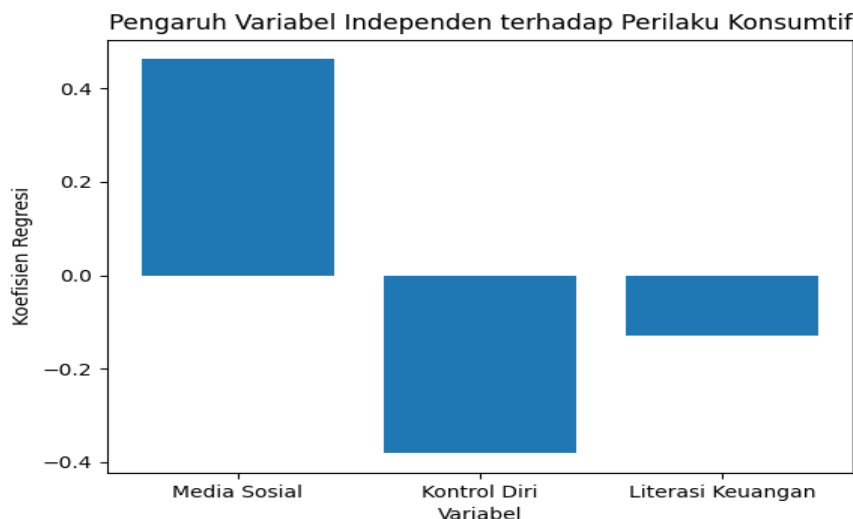
Analisis regresi dilakukan untuk menguji pengaruh intensitas penggunaan media sosial, kontrol diri, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif remaja.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 +$$

Tabel 3. Hasil Uji Regresi

Variabel	Koefisien β	Sig.	Keterangan
Media Sosial	0.462	0.000	Signifikan
Kontrol Diri	-0.381	0.000	Signifikan
Literasi Keuangan	-0.129	0.154	Tidak Signifikan

4. Grafik Hasil Analisis Regresi



Gambar 1. Grafik Hasil Analisis regresi

Hasil penelitian ini selaras dengan kerangka *social learning theory* dan *consumer socialization* yang menegaskan bahwa pola perilaku konsumsi pada remaja terbentuk melalui proses pengamatan, peniruan, serta penguatan sosial yang berlangsung di ruang digital. Kontribusi utama penelitian ini terletak pada penguatan argumen bahwa kontrol diri memiliki posisi strategis sebagai variabel moderator yang memengaruhi kuat-lemahnya dampak media digital terhadap perilaku konsumtif remaja. Selain itu, studi ini memperluas cakupan kajian dengan menempatkan remaja sebagai aktor sentral dalam ekosistem digital yang bersifat kompleks dan dinamis.

Temuan penelitian ini turut didukung oleh tingginya intensitas penggunaan media sosial serta semakin menguatnya normalisasi praktik belanja daring di kalangan remaja. Adapun perbedaan hasil dengan beberapa penelitian terdahulu diduga berkaitan dengan variasi karakteristik sampel serta perbedaan konteks sosial dan budaya yang melatarbelakangi penelitian. Meskipun demikian, studi ini memiliki sejumlah keterbatasan, antara lain penggunaan data berbasis *self-report* yang berpotensi memunculkan bias persepsi, serta desain penelitian potong lintang yang belum memungkinkan pengamatan perubahan perilaku secara berkelanjutan. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengadopsi desain longitudinal atau pendekatan metode campuran (*mixed methods*) guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika perilaku konsumtif

remaja, termasuk menelaah peran keluarga dan kebijakan literasi digital sebagai bentuk intervensi preventif.

SIMPULAN

Kajian ini menegaskan bahwa pola konsumsi berlebihan pada remaja di era digital merupakan gejala yang bersifat kompleks dan tidak berdiri sendiri. Fenomena tersebut terbentuk melalui keterkaitan antara pesatnya perkembangan teknologi, tekanan psikososial yang dialami remaja, serta pembentukan nilai dan gaya hidup yang dikonstruksi secara intens melalui media digital. Tingginya frekuensi penggunaan media sosial, kemudahan bertransaksi melalui platform belanja daring, serta lemahnya kemampuan pengendalian diri terbukti menjadi faktor dominan yang memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan remaja.

Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak semata-mata menghadirkan peluang kemajuan, tetapi juga membawa tantangan yang signifikan terhadap proses pembentukan karakter dan kemandirian remaja apabila tidak disertai dengan literasi yang memadai serta kesadaran kritis. Dari perspektif akademik, penelitian ini memperkuat urgensi pengembangan kajian interdisipliner dan mendorong penggunaan desain penelitian longitudinal guna menangkap dinamika perilaku konsumsi remaja secara lebih komprehensif dan berkelanjutan.

hasil kajian ini memberikan kontribusi penting bagi pendidik, orang tua, serta perumus kebijakan dalam merancang program literasi digital dan literasi keuangan yang berorientasi pada penguatan kontrol diri serta penanaman etika konsumsi. Selain itu, pembaca juga diajak untuk merefleksikan peran dan tanggung jawabnya dalam membimbing remaja agar mampu berkembang menjadi konsumen yang rasional, bertanggung jawab, dan berorientasi pada keberlanjutan di tengah arus digitalisasi yang semakin masif.

DAFTAR PUSTAKA

- Audry, S. R., & Navila, I. (2023). *Adaptive strategies of digital transformation on students' consumptive behavior in the era of society 5.0*. Retrieved from <http://cijeb.syekhnurjati.id/index.php/cijeb/article/view/25>
- Efendi, M. R., & Gerhani, F. (2025). *The influence of fintech on rural teenagers' consumptive behavior with digital lifestyle as intervening*. Retrieved from https://app.scholarai.io/paper?paper_id=DOI:10.xxxx/jcr.2021.003

- Isfatoni, G. T., & Swaputra, I. B. (2025). *Social media consumptive behavior and adolescents' digital habits*. Retrieved from https://app.scholarai.io/paper?paper_id=DOI:10.1016/j.mppsy.2009.09.002
- Khoiriyah, U., & Rusdarti, R. (2020). *The influence of peer group, economic literacy and use of social media on consumptive behavior*. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/sju/jeec/article/view/37486>
- Novanti, A. R., & Saptono, A. (2024). *The role of self-control in mediating the influence of social media use and peer environment on consumptive behavior*. Retrieved from https://app.scholarai.io/paper?paper_id=DOI:10.61445/tofedu.v3i5.241
- Puteri, H. E., Arinda, N., Dewi, S., & Sari, G. (2022). *Self-control and consumptive behavior in social networking usage*. Retrieved from https://app.scholarai.io/paper?paper_id=DOI:10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x
- Surata, I. K., Sudiksa, I. N., & Putra, I. N. D. (2025). *Social media consumptive and obesity risk among adolescents*. Retrieved from https://app.scholarai.io/paper?paper_id=DOI:10.1136/bmjopen-2023-078193
- Suryani, C., & Usman, O. (2021). *The effect of social media, peers, and socioeconomic status on students' consumptive behavior*. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3767830
- Wulandari, E., Utomo, S. H., & Rokhmani, L. (2025). *Lifestyle pathways: How family, peers, and social media shape adolescent consumer behavior*. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/journals/DP/article/view/24666>
- Yustini, R. S., & Prihastuty, D. R. (2024). *Exploration of digital-based consumptive behavior e-lifestyle in Generation Z*. Retrieved from https://app.scholarai.io/paper?paper_id=DOI:10.58406/jpml.v5i1.922