

Peran Media Sosial dalam Mendorong Gaya Hidup Konsumtif di Kalangan Remaja Komunitas Pesisir

¹A. Noer Chalifah Ramadhany*

¹Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Makassar

Email: a.noer.chalifah@unm.ac.id

*Corresponding author: penulis¹

ABSTRAK

Penelitian ini mencoba mengungkap keterkaitan antara intensitas penggunaan media sosial dengan munculnya kecenderungan konsumtif di kalangan remaja pesisir sebagai bentuk ekspresi diri dan negosiasi status sosial. Penelitian ini dilakukan di wilayah pesisir Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar, dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui teknik kualitatif, yakni wawancara mendalam terhadap informan kunci, observasi perilaku sosial, serta dokumentasi berbagai aktivitas yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti. Media sosial terbukti bukan sekadar sarana komunikasi, melainkan telah menjadi bagian integral dari konstruksi kehidupan sosial remaja pesisir. Sebagai bagian dari budaya digital, media sosial menjadi kanal utama bagi remaja dalam mengintruksi dan merekonstruksi gaya hidup mereka. Bentuk gaya hidup konsumtif yang muncul meliputi kecenderungan membeli produk yang sedang tren di media sosial, meningkatkan frekuensi belanja daring, serta membangun citra diri melalui unggahan konten. Beberapa faktor yang memperkuat perilaku konsumtif remaja mencakup interaksi sosial dengan teman sebaya, idealisasi figure publik di media sosial, dan kemudahan akses terhadap platform digital. Di balik konsumsi tersebut, terdapat makna sosial seperti keinginan untuk diakui, membangun identitas dan merasa setara dengan remaja di luar daerah pesisir. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi agen penting dalam transformasi budaya remaja pesisir.

Kata Kunci: Remaja pesisir, media sosial, gaya hidup konsumtif, transformasi budaya, makna sosial

ABSTRACT

This study attempts to uncover the relationship between the intensity of social media use and the emergence of consumerist tendencies among coastal adolescents as a form of self-expression and negotiation of social status. This study was conducted in the coastal area of Galesong District, Takalar Regency, with a qualitative descriptive approach. Data were collected through qualitative techniques, namely in-depth interviews with key informants, observation of social behavior, and documentation of various activities related to the phenomenon being studied. Social media has proven to be more than just a means of communication, but has become an integral part of the construction of the social life of coastal adolescents. As part of digital culture, social media has become the main channel for adolescents to instruct and reconstruct their lifestyles. The forms of consumerist lifestyle that emerge include the tendency to buy trending products on social media, increase the frequency of daring shopping, and build self-image through content uploads. Several factors that strengthen adolescent consumerist behavior include social interaction with peers. Idealization of public figures on social media, and ease of access to digital platforms. Behind this consumption, there is a social meaning such as the desire to be recognized, build identity and feel equal to adolescents outside the coastal area. These findings indicate that social media has become an important agent in the transformation of coastal adolescent culture.

Keywords: Coastal youth, social media, consumptive lifestyle, cultural transformation, social meaning

1. PENDAHULUAN

Pengembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membuat perubahan signifikan dalam kehidupan sosial masyarakat, termasuk orang-orang yang tinggal di daerah pesisir. Ekspresi sebenarnya dari perkembangan ini adalah meningkatnya penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan

Facebook di berbagai tingkat masyarakat, termasuk remaja. Media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi dan hiburan, tetapi juga memainkan peran dalam memengaruhi perspektif dan kebiasaan konsumsi seseorang.

Secara historis, masyarakat pesisir hidup selaras dengan alam, dengan kegiatan ekonomi utama yang bersumber dari laut seperti menangkap ikan, membudidayakan rumput laut, dan berdagang secara tradisional. Namun, dalam dua dekade terakhir, masyarakat pesisir mengalami transformasi budaya yang signifikan, terutama akibat pengaruh globalisasi, pariwisata, dan perkembangan teknologi informasi. Masyarakat pesisir kini tidak lagi terisolasi dari perkembangan teknologi. Penetrasi internet dan media sosial telah mempercepat proses transformasi budaya, termasuk pergeseran nilai konsumsi, terutama di kalangan generasi muda (Nurhalimah, Sitti, 2019). Penting untuk memahami peran media sosial dalam memengaruhi sistem nilai dan pola hidup masyarakat di wilayah yang selama ini dipandang sebagai tradisional.

Transformasi budaya pada masyarakat pesisir tidak hanya terlihat dari perubahan sistem ekonomi atau pekerjaan, tetapi juga dalam perubahan nilai, norma, serta gaya hidup. Masuknya teknologi digital seperti media sosial telah menggeser pola interaksi sosial masyarakat pesisir, dari yang semula berbasis komunal dan tatap muka menjadi lebih individual dan virtual (Sitepu et al., 2024). Kondisi ini memengaruhi cara masyarakat dalam memahami identitas, posisi sosial, hingga preferensi konsumsi.

Masyarakat pesisir yang dulunya hidup secara subsisten kini mulai menunjukkan pola konsumsi yang lebih modern dan simbolik, dipengaruhi oleh tanyangan media, konten *influencer*, serta aspirasi hidup urban (Simanjuntak et al., 2025). Transformasi ini tidak selalu berdampak negatif, karena juga membuka peluang baru dalam bidang ekonomi kreatif dan pemasaran digital. Perubahan tersebut, jika tidak dibarengi dengan literasi budaya dan digital yang cukup, bisa menyebabkan benturan nilai, melemahnya identitas lokal, dan hilangnya warisan budaya pesisir.

Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern, termasuk di wilayah pesisir yang sebelumnya dianggap memiliki keterbatasan dalam akses teknologi. Transformasi digital membawa perubahan signifikan terhadap cara masyarakat pesisir berinteraksi, mengakses informasi, dan membentuk identitas sosial. Fenomena ini memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi medium pertemuan antarindividu, melainkan juga wadah terbentuknya nilai-nilai baru yang kerap kali berbenturan dengan budaya lokal.

Masyarakat saat ini hidup dalam "*network society*", di mana hubungan sosial lebih banyak dibangun melalui jejaring digital. Media sosial dalam hal ini bertindak sebagai wahana pembentukan relasi sosial baru yang melampaui batas geografis. Media sosial memungkinkan penggunanya membentuk identitas digital, membangun jaringan sosial, dan mengonsumsi informasi dalam skala besar dan cepat. Dalam ruang sosial ini, nilai-nilai baru seperti konsumsi simbolik, popularitas, dan validasi sosial sering kali muncul sebagai standar sosial baru. Modernitas menciptakan reflektivitas terhadap identitas, dan media sosial mempercepat proses tersebut melalui eksposur konten gaya hidup yang dikurasi dan glamor. Hal ini turut memengaruhi cara individu, termasuk di komunitas pesisir, memandang kebutuhan dan kebahagiaan.

Media sosial di Indonesia menunjukkan bahwa penetrasi internet telah menyentuh berbagai lapisan masyarakat, termasuk daerah-daerah pesisir yang sebelumnya memiliki keterbatasan akses informasi. Berdasarkan data (APJII, 2023), pengguna internet di Kawasan luar perkotaan mengalami peningkatan signifikan dalam lima tahun terakhir. Hal ini turut mendorong masyarakat pesisir mengakses platform seperti Facebook, Instagram, dan TikTok, yang menyajikan narasi konsumsi gaya hidup urban dan modern.

Konsep *mediated interaction* oleh Thompson menggambarkan bagaimana media sosial menciptakan pengalaman sosial yang berbeda dari interaksi langsung, dengan implikasi pada cara masyarakat membentuk preferensi konsumsi. Dalam ruang digital ini, masyarakat pesisir dapat mengalami tekanan sosial untuk menyesuaikan diri dengan standar gaya hidup tertentu, yang kerap kali tidak sesuai dengan kondisi ekonomi atau nilai budaya lokal mereka. Dengan kata lain, media sosial telah berkembang menjadi ruang sosial yang berfungsi ganda, yaitu sebagai alat komunikasi sekaligus motor penggerak perubahan sosial. Ia dapat membentuk pola konsumsi baru, memengaruhi aspirasi gaya hidup, serta menggeser orientasi nilai tradisional, khususnya di komunitas yang sebelumnya lebih tertutup terhadap arus modernitas seperti masyarakat pesisir.

Tahap remaja menjadi periode kunci dalam proses pembentukan jati diri sosial. Pada fase ini, individu mulai mencari jati diri, membentuk pandangan tentang siapa dirinya, serta bagaimana ia ingin dilihat oleh orang lain dalam lingkungannya. Identitas sosial terbentuk melalui interaksi antara individu dengan lingkungan sosialnya, dan remaja merupakan masa krusial dalam pencarian peran serta eksperimentasi sosial. Masa remaja adalah fase perkembangan yang sangat penting, di mana individu secara aktif

membentuk identitas sosial dan personal yang akan mempengaruhi sikap dan perilaku mereka di masa dewasa. Masa remaja merupakan fase pencarian jati diri yang rentan terhadap pengaruh lingkungan sosial. Media sosial mempercepat proses ini dengan menawarkan figur-figur (*influencer*) serta standar gaya hidup tertentu yang sering kali tidak realistis.

Di tengah masyarakat digital, proses pembentukan identitas sosial remaja kini melibatkan dinamika yang lebih kompleks akibat keterlibatan mereka dalam berbagai ruang interaksi virtual. Media sosial menjadi salah satu arena utama tempat remaja melakukan eksplorasi identitas. Identitas yang muncul di media sosial tidak hanya mencerminkan diri sejati, melainkan juga merupakan produk konstruksi yang terpengaruh oleh harapan sosial dan arus budaya populer yang berkembang. Remaja membentuk dan menegosiasikan identitas mereka melalui unggahan foto, pilihan pakaian, serta konsumsi produk atau gaya hidup tertentu yang dipublikasikan secara daring.

Dalam fase pencarian identitas, remaja sangat mudah terpengaruh oleh faktor eksternal, seperti citra gaya hidup yang dikonstruksi dan disebarluaskan di media sosial. Dalam berbagai platform media sosial, gaya hidup mewah, tren fashion, makanan kekikinian, dan kepemilikan barang bermerek seringkali dipamerkan oleh figur publik maupun *influencer*, sehingga mendorong terciptanya standar konsumsi baru yang acap kali jauh dari jangkauan ekonomi masyarakat sekitar. Kondisi ini berpotensi melahirkan gaya hidup konsumtif di kalangan remaja pesisir, di mana konsumsi tidak lagi didasarkan pada kebutuhan fungsional, melainkan pada keinginan untuk memperoleh pengakuan sosial atau untuk meniru gaya hidup yang dianggap modern. Fenomena ini menjadi penting untuk dikaji karena dapat berdampak pada perubahan nilai-nilai sosial, tekanan ekonomi keluarga, hingga terbentuknya kesenjangan dalam relasi sosial antar remaja.

Dalam konteks globalisasi, media massa dan media sosial memainkan peran sentral dalam membentuk identitas kolektif yang kemudian diinternalisasi oleh remaja. Akibat dari fenomena ini adalah kecenderungan homogenisasi nilai serta pola hidup remaja, bahkan di komunitas pesisir yang sebelumnya memiliki keterbatasan akses terhadap budaya global. Pemahaman tentang identitas sosial remaja menjadi penting dalam menganalisis bagaimana media sosial memengaruhi perilaku konsumtif. Dalam banyak kasus, konsumsi barang atau gaya hidup tertentu bukan lagi sekadar pemenuhan kebutuhan, melainkan cara untuk membangun identitas dan memperoleh pengakuan sosial.

Gaya hidup konsumtif merujuk pada kecenderungan individu atau kelompok dalam mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, tidak semata-mata berdasarkan kebutuhan, tetapi lebih kepada keinginan dan simbol status sosial. Dalam konteks masyarakat modern, gaya hidup konsumtif sering kali dipengaruhi oleh media, iklan, serta tekanan sosial dari lingkungan sekitar. Dalam gaya hidup konsumtif, pembelian kerap kali dilakukan demi representasi status atau gaya hidup tertentu, bukan karena kebutuhan praktis. Pada masyarakat modern, konsumsi tidak lagi sekedar untuk memenuhi kebutuhan, melainkan juga untuk menciptakan citra diri, pengakuan sosial, dan eksistensi dalam kelompok tertentu (Baudrillard, 2013).

Gaya hidup konsumtif bukan hanya mencerminkan perilaku ekonomi, tetapi juga menunjukkan proses sosial dan simbolik yang kompleks (Hunaifi et al., 2024), di mana konsumsi menjadi cara untuk mengekspresikan identitas dan pencapaian diri. Sebagaimana dikemukakan Ritzer dalam *The McDonaldization of Society*, kehidupan masyarakat global kini dipengaruhi oleh pola konsumsi yang seragam dan rasional, mirip dengan prinsip kerja restoran cepat saji.

Teori konsumsi simbolik menjelaskan bahwa konsumsi tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan material, tetapi juga berfungsi sebagai sarana komunikasi simbolik yang mencerminkan identitas sosial, status, dan nilai-nilai budaya tertentu. Teori ini dipelopori oleh Pierre Bourdieu yang menyatakan bahwa preferensi konsumsi merupakan bagian dari habitus dan mencerminkan posisi sosial seseorang dalam struktur masyarakat. Dalam masyarakat konsumsi, makna suatu barang lebih penting daripada fungsi praktisnya. Konsumen membeli barang bukan semata-mata karena fungsi praktisnya, melainkan karena makna simbolik yang melekat padanya. Ini sangat relevan dalam konteks media sosial di mana identitas dibangun melalui citra visual dan status digital.

Masyarakat modern semakin menunjukkan pola konsumsi yang bersifat simbolik, seiring dengan kuatnya pengaruh media dan gaya hidup yang dipromosikan oleh selebritas serta *influencer*. Konsumsi bukan sekedar aktivitas ekonomi, tetapi telah menjadi bagian dari proyek identitas individu di era postmodern (Featherstone, 2007). Pilihan konsumsi individu lebih sering mencerminkan pencarian makna simbolik daripada kebutuhan praktis.

Budaya konsumsi simbolik berkembang melalui pencitraan merek. Gaya hidup, dan aspirasi yang dikonstruksi oleh media massa dan media digital. Media sosial berfungsi sebagai medium utama dalam menyebarluaskan simbol-simbol konsumsi yang diadopsi sebagai norma sosial. Di kalangan masyarakat menengah dan bawah, konsumsi simbolik muncul sebagai bentuk pencarian pengakuan sosial dan integrasi

ke dalam budaya urban global, meskipun kadang tidak sejalan dengan kondisi ekonomi mereka. Media sosial berkontribusi dalam menciptakan tekanan sosial untuk tampil sesuai standar konsumsi tertentu.

Di Tengah perkembangan teknologi digital, media sosial turut membentuk dan memperkuat budaya konsumtif. Konten yang ditampilkan oleh *influencer*, selebriti, maupun pengguna biasa yang memamerkan barang bermerek, gaya hidup mewah, dan pengalaman konsumtif lainnya, mendorong terciptanya standar sosial baru. Media sosial memperkuat budaya konsumsi dengan menciptakan ilusi kebutuhan, yang sebenarnya merupakan konstruksi dari keinginan dan tekanan sosial (Mustomi & Puspasari, 2020). Gaya hidup konsumtif juga sering dikaitkan dengan konsep hedonisme dan materialisme. Orientasi hidup yang terlalu berfokus pada kepemilikan material berkaitan erat dengan penurunan kesejahteraan psikologis. Hal ini menjadi penting dalam konteks komunitas pesisir, di mana nilai-nilai tradisional dan kearifan lokal berpotensi tergeser oleh arus konsumsi yang tidak berkelanjutan.

Studi mengenai pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi memang telah banyak dilakukan, namun sebagian besar masih berfokus pada masyarakat urban. Di sisi lain, kajian mengenai pengaruh media sosial terhadap pola konsumsi remaja di wilayah pesisir masih tergolong minim. Karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana media sosial berkontribusi terhadap berkembangnya gaya hidup konsumtif di kalangan remaja pesisir.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menggambarkan fenomena secara mendalam. Penelitian ini dilakukan di wilayah pesisir Kecamatan Galesong, Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa daerah ini merupakan Kawasan pesisir yang memiliki akses terhadap teknologi dan media sosial, sekaligus mengalami transformasi budaya yang cukup pesat. Subjek pada penelitian ini adalah remaja berusia 13-20 tahun yang tinggal di wilayah pesisir dan aktif menggunakan media sosial, seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Jumlah partisipan yang diwawancarai sebanyak 10 orang yang dipilih secara *purposive* (sengaja) berdasarkan kriteria tersebut.

Beberapa teknik digunakan dalam pengumpulan data, yaitu (1) wawancara mendalam yang dilakukan secara langsung kepada remaja untuk menggali pengalaman, pola konsumsi media sosial, serta persepsi mereka terhadap konsumsi; (2) observasi non-partisipatif untuk memantau perilaku remaja terkait konsumsi dan interaksi mereka dengan media sosial, dengan peneliti mengamati aktivitas harian remaja, terutama yang melibatkan penggunaan gadget dan interaksi sosial mereka; dan (3) studi dokumentasi, digunakan untuk melihat unggahan media sosial remaja dan konten yang sering mereka akses.

Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, yaitu dengan mengelompokkan data berdasarkan tema-tema yang muncul selama proses pengumpulan data. Proses analisis data dilakukan melalui beberapa langkah, yaitu: (1) transkripsi data wawancara; (2) pemberian tanda atau koding pada data yang relevan, pengelompokan data ke dalam kategori, dan menarik kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1 Pola Penggunaan Media Sosial oleh Remaja Pesisir

Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa remaja di komunitas pesisir Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar saat ini merupakan pengguna aktif media sosial hampir setiap hari, terutama platform seperti TikTok, Instagram, dan Facebook dengan durasi waktu yang bervariasi antara 3 hingga 6 jam. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun identitas sosial atau citra diri dan kultural. Mayoritas informan menyatakan bahwa mereka kerap menggunakan media sosial untuk mengetahui tren terbaru terkait gaya hidup, fashion, dan produk-produk konsumsi. Remaja pesisir menggunakan media sosial bukan hanya untuk mengikuti tren, tetapi juga untuk menampilkan kehidupan mereka dalam bentuk konten visual seperti video aktivitas harian, fashion, dan kuliner.

Remaja merupakan kelompok usia yang paling mudah terpengaruh oleh media sosial dalam membentuk kecenderungan konsumtif, karena mereka sedang berada dalam proses pencarian identitas diri (Mustomi et al., 2020). Fenomena serupa terlihat pada remaja di kawasan pesisir Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar yang mulai mencontoh gaya hidup selebritas digital atau *influencer* sebagai cara untuk mendapatkan pengakuan dan lingkungan sosial mereka.

Observasi dan wawancara yang dilakukan menunjukkan bahwa banyak remaja pesisir mulai menganggap penting memiliki penampilan menarik di media sosial, yang mendorong mereka membeli pakaian bermerek, gadget terbaru, atau mengikuti tren makanan dan minuman viral. Pola konsumsi tersebut kerap kali tidak berakar pada kebutuhan nyata, melainkan dipicu oleh dorongan untuk memperoleh pengakuan sosial di ruang digital, sebagaimana diuraikan dalam teori konsumsi simbolik oleh Featherstone (Featherstone, 2007).

Fenomena ini juga diperkuat oleh laporan APJII (APJII, 2023) yang mencatat bahwa penetrasi internet di wilayah pesisir meningkat secara signifikan dalam lima tahun terakhir, dan kelompok usia 13-20 tahun merupakan pengguna internet terbesar. Media sosial berperan sebagai saluran utama bagi remaja pesisir untuk mengakses budaya populer global dan sekaligus menjadi arena konstruksi identitas digital mereka.

Namun, penggunaan media sosial secara intensif juga menimbulkan dampak negatif. Studi oleh Nanang (Hunaifi et al., 2024) menunjukkan bahwa tingginya eksposur terhadap konten konsumtif di media sosial berpotensi memicu kecemasan sosial, tekanan gaya hidup, serta pergeseran nilai dari kebersahajaan menjadi materialisme. Pada komunitas pesisir yang secara ekonomi masih berada dalam kategori menengah ke bawah, hal ini bisa menyebabkan ketimpangan antara aspirasi dan kemampuan riil, yang dalam jangka panjang menimbulkan frustrasi sosial.

Media sosial memainkan peran ganda di kalangan remaja pesisir, sebagai alat ekspresi diri dari interaksi sosial, namun juga sebagai sumber tekanan konsumtif. Hal ini menunjukkan perlunya pendekatan edukatif dan literasi digital yang mendorong penggunaan media sosial secara bijak, agar remaja di wilayah pesisir Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar tidak terjebak dalam arus konsumsi simbolik yang tidak realistis.

1.2 Bentuk Gaya Hidup Konsumtif yang Muncul

Gaya hidup konsumtif yang berkembang di kalangan remaja pesisir erat kaitannya dengan kecenderungan untuk mengonsumsi komoditas yang sedang tren, yang secara simbolik merepresentasikan status sosial di lingkungan mereka. Remaja cenderung membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan karena dorongan untuk tampil sesuai dengan standar yang dibentuk oleh *influencer* dan media sosial. Sebagai contoh, beberapa remaja mengungkapkan bahwa mereka membeli produk kosmetik dan pakaian dengan harga tinggi hanya karena melihat *influencer* atau selebgram yang mereka ikuti mempromosikan produk tersebut.

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh remaja pesisir secara tidak langsung mendorong terbentuknya gaya hidup konsumtif, yang tercermin dari kecenderungan membeli barang bukan atas dasar kebutuhan fungsional, melainkan untuk menunjang penampilan dan memperkuat eksistensi diri di media sosial. Beberapa bentuk konkret dari gaya hidup konsumtif di kalangan remaja pesisir Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar antara lain:

a. Pembelian produk tren (fashion dan gadget)

Remaja pesisir cenderung membeli pakaian, aksesoris, dan bahkan gawai yang sedang tren agar dapat tampil menarik saat membuat konten di platform seperti Instagram dan TikTok. Mereka menilai bahwa penampilan menarik akan mendapatkan lebih banyak “like” dan komentar positif dari teman-teman sebaya maupun audiens yang lebih luas. Menurut Ash Shidiqie (Ni’amulloh Ash Shidiqie et al., 2023), media sosial membentuk budaya visual yang menuntut remaja untuk tampil sempurna dan modis dalam setiap unggahan.

b. Konsumsi makanan dan minuman kekinian

Tren konsumsi kuliner, seperti minuman boba, kopi kekinian, dan makanan cepat saji merupakan bagian dari gaya hidup konsumtif yang diimitasi oleh remaja pesisir di Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar sebagai respons terhadap arus budaya populer. Aktivitas konsumsi tersebut tidak berhenti pada aspek fungsional semata, melainkan diperluas ke ranah digital dengan menjadikan produk dan tempat konsumsi sebagai konten visual yang dibagikan melalui media sosial. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Oktaviani (Ramadhani & Khoirunisa, 2025) yang menunjukkan bahwa perilaku konsumtif di kalangan remaja turut dipengaruhi oleh dinamika media sosial dan kebutuhan akan eksistensi di ruang digital.

c. Partisipasi dalam *challenge* dan tren digital berbiaya

Remaja sering mengikuti tantangan atau tren yang viral, seperti membeli produk tertentu agar bisa ikut dalam video “*unboxing*” atau “*review*”. Sebagian remaja bahkan rela mengalokasikan

uang saku tambahan atau meminjam dari orang tua demi dapat membeli barang-barang yang sedang viral, sebagai Upaya untuk tetap mengikuti tren dan mempertahankan citra. Fenomena ini mencerminkan bagaimana dorongan untuk memperoleh pengakuan di ruang digital dapat menggeser pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan konsumsi, sehingga perilaku membeli tidak lagi didasarkan pada kebutuhan, melainkan pada pencitraan sosial.

d. Pengaruh selebgram dan *influencer*

Paparan konten dari selebgram atau *influencer* menjadi faktor penting dalam membentuk gaya hidup konsumtif remaja di wilayah pesisir Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar. Mereka menjadikan figur-figur digital ini sebagai panutan, sehingga memilih produk atau gaya hidup yang serupa agar terlihat "*up to date*". Penelitian yang dilakukan oleh Irfan (Maulana et al., 2020) menunjukkan adanya korelasi positif antara intensitas mengikuti *influencer* di media sosial dengan tingkat perilaku konsumtif remaja yang mengindikasikan bahwa semakin sering remaja terpapar konten para *influencer*, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan konsumsi yang bersifat tidak rasional.

Secara umum, gaya hidup konsumtif ini memperlihatkan bahwa media sosial berperan tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang membentuk pola pikir dan perilaku ekonomi remaja. Di sisi lain, kondisi ini menjadi tantangan baru bagi keluarga dan lembaga pendidikan untuk membentuk pola pikir dan perilaku ekonomi remaja.

1.3 Faktor Pendorong Gaya Hidup Konsumtif

Kemunculan gaya hidup konsumtif di kalangan remaja pesisir di Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar merupakan hasil dari proses sosial yang tidak berlangsung secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh berbagai dinamika. Dari hasil analisis data, terlihat bahwa terdapat beberapa elemen utama yang secara konsisten mendorong remaja untuk mengadopsi perilaku konsumtif sebagai bagian dari identitas sosial mereka. Faktor-faktor tersebut bersifat multidimensional, melibatkan aspek psikologis, sosial, hingga teknologi. Beberapa faktor yang mendorong gaya hidup konsumtif di kalangan remaja pesisir adalah

a. Pengaruh media sosial dan paparan konten visual

Media sosial menjadi sarana utama yang mendorong gaya hidup konsumtif karena menampilkan berbagai konten yang mengarahkan remaja untuk mengadopsi gaya hidup modern dan glamor. Paparan terhadap iklan digital, postingan selebritas atau *influencer*, serta gaya hidup teman sebaya yang dibagikan secara visual turut memengaruhi persepsi remaja tentang kebahagiaan, kesuksesan, dan penerimaan sosial. Semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin tinggi pula dorongan konsumtif yang muncul pada remaja.

b. Kebutuhan akan penerimaan sosial dan pengakuan diri

Kebutuhan untuk diterima dan diakui oleh kelompok sebaya merupakan salah satu dorongan psikologis utama yang memengaruhi perilaku sosial remaja, termasuk dalam pola konsumsi mereka. Salah satu bentuk aktualisasi diri yang mereka lakukan adalah dengan menampilkan penampilan terbaik di media sosial. Pembelian barang-barang bermerek atau mengikuti tren kekinian sering kali dimaksudkan untuk mendapatkan "*likes*", komentar positif, dan meningkatkan citra diri. Pencarian identitas diri di masa remaja menjadikan mereka rentan terhadap tekanan sosial yang mendorong konsumsi berlebihan (Diwyarthi et al., 2021).

c. Kurangnya literasi keuangan dan kontrol diri

Kurangnya literasi keuangan tampak nyata pada sebagian besar remaja di wilayah pesisir Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar yang menjadi informan, yang tercermin dari minimnya perhatian terhadap pengaturan pemasukan dan pengeluaran pribadi. Mereka cenderung menggunakan uang saku atau bantuan dari orang tua tanpa perencanaan, dan belum memahami perbedaan antara kebutuhan dan keinginan. Kurangnya pemahaman informan mengenai pengelolaan finansial memberikan ruang bagi tumbuhnya perilaku konsumtif yang didorong oleh keinginan, bukan kebutuhan. Rendahnya pengetahuan keuangan pada remaja berkorelasi kuat dengan perilaku konsumtif.

d. Dukungan teknologi dan akses *e-commerce*

Kemudahan akses internet serta menjamurnya platform belanja daring mempermudah remaja untuk membeli berbagai produk dengan cepat dan instan. Promo, diskon, dan sistem pembayaran "*beli sekarang bayar nanti*" semakin memperkuat budaya konsumtif. Bahkan di wilayah pesisir yang sebelumnya terbatas dalam akses barang, kini transformasi digital telah meruntuhkan batas geografis tersebut. Kemajuan teknologi digital memberikan kontribusi terhadap pergeseran budaya konsumsi masyarakat, termasuk mereka yang berada di wilayah pesisir.

Fenomena konsumtif di kalangan remaja pesisir Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar mencerminkan keterkaitan erat antara faktor psikososial dan kekuatan struktur digital yang mendefinisikan norma sosial dan aspirasi individu dalam keseharian. Situasi ini menuntut peran aktif keluarga, institusi pendidikan, dan pemerintah dalam membekali remaja dengan kompetensi literasi media dan literasi finansial guna membentuk pola konsumsi yang reflektif dan bertanggung jawab.

1.4 Makna Sosial di Balik Konsumsi

Bagi remaja, konsumsi barang-barang tertentu tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan, tetapi juga dengan pencitraan diri dan peningkatan status sosial di lingkungan mereka. Konsumsi atas barang-barang tertentu mencerminkan Upaya individu dalam membangun identitas sosial, di mana makna simbolik dari barang tersebut diasosiasikan dengan status, gaya hidup, dan pengakuan dari lingkungan sosial.

Konsumsi oleh remaja pesisir di Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar mencerminkan proses simbolisasi, di mana barang dan jasa tidak hanya memenuhi fungsi praktis, tetapi juga menandakan posisi sosial dan afiliasi kultural tertentu. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, konsumsi di kalangan remaja pesisir memiliki makna sosial sebagai bentuk pencitraan diri, symbol status sosial, hingga sarana mempererat relasi sosial di dunia maya dan nyata.

Dalam konteks budaya konsumsi, remaja memanfaatkan objek-objek konsumsi populer sebagai medium untuk mengontruksi citra diri dan memperoleh pengakuan sosial. Konsumsi bukan lagi soal kebutuhan, tetapi menjadi cara untuk membangun identitas dan memperlihatkan siapa diri mereka di hadapan orang lain. Hal ini sesuai dengan pendapat Baudrillard, bahwa dalam masyarakat konsumsi, barang tidak hanya dikonsumsi karena fungsi, tetapi juga karena nilai simbolik yang melekat padanya (Baudrillard, 2013).

Fenomena kepemilikan barang-barang populer di kalangan remaja mencerminkan mekanisme diferensiasi sosial, di mana akses terhadap symbol konsumsi tertentu menjadi penanda keanggotaan dan legitimasi dalam kelompok sosial remaja. Melalui konsumsi barang-barang tertentu, remaja menunjukkan afiliasi sosial dan mengonstruksi identitas kolektif yang sejalan dengan norma dan selera kelompoknya. Tekanan sosial yang dihasilkan dari budaya konsumtif ini menciptakan kecenderungan konformitas, di mana individu merasa perlu mengikuti arus konsumsi demi menjaga keberterimaan dalam kelompok. Remaja cenderung membeli barang untuk mendapatkan pengakuan sosial dari lingkungannya, terutama ketika mereka merasa tertekan untuk menyesuaikan diri (Luddiana, 2024).

Konsumsi juga dimaknai sebagai ekspresi kebebasan dan gaya hidup. Media sosial menjadi arena representasi diri bagi remaja pesisir, di mana praktik konsumsi ditampilkan sebagai bentuk pencitraan dan aktualisasi identitas sosial. Dalam hal ini, konsumsi menjadi semacam “bahasa visual” untuk berkomunikasi tentang preferensi, selera, dan bahkan mimpi. Dalam era digital, konsumsi telah menjadi bagian dari narasi kehidupan personal yang dipertontonkan ke publik melalui media sosial.

Teknologi dan media sosial menjadi agen perubahan yang memediasi pergeseran budaya konsumsi masyarakat pesisir dari yang bersifat lokal dan tradisional menuju pola konsumsi yang lebih global dan representatif. Jika dahulu konsumsi lebih bersifat kolektif dan terbatas pada kebutuhan dasar, kini konsumsi memiliki unsur individualisme dan simbolisme yang tinggi. Transformasi ini menunjukkan bahwa masyarakat pesisir pun tidak terlepas dari dinamika budaya global yang memengaruhi cara mereka memaknai konsumsi sehari-hari. Perubahan nilai dan gaya hidup di masyarakat pinggiran menunjukkan penetrasi budaya konsumsi kapitalistik hingga ke wilayah marjinal.

Konsumsi di kalangan remaja pesisir tidak bisa dipandang sekadar tindakan ekonomi. Kegiatan ini dapat dipahami sebagai bentuk tindakan sosial yang sarat dengan symbol, berfungsi sebagai ekspresi identitas, serta menjadi medium dalam menjalin dan menegosiasikan relasi sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa konsumsi berperan sebagai praktik budaya yang saling berkaitan dengan dinamika sosial dalam kehidupan remaja di wilayah pesisir Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Media sosial memainkan peran sentral dalam kehidupan sosial remaja pesisir. Ia tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai ruang untuk membentuk identitas, menegosiasikan status sosial, dan mengekspresikan diri. Dalam era digital, budaya konsumsi di kalangan

remaja mengalami pergeseran, dari pemenuhan kebutuhan praktis menjadi praktik simbolik yang mencerminkan afiliasi sosial dan makna identitas.

Khususnya di wilayah pesisir Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar, akses terhadap teknologi memungkinkan remaja mengikuti dan meniru gaya hidup yang dipertontonkan di media sosial. Konsumsi tidak lagi didasarkan pada kebutuhan, tetapi lebih pada keinginan untuk tampil keren, relevan, dan diterima oleh lingkungan sosial. Kehadiran konsumsi sebagai bagian dari kehidupan remaja menunjukkan keterkaitannya dengan pembentukan budaya dan pola relasi sosial yang terus berubah.

Gaya hidup konsumtif yang berkembang di antaranya terlihat dari pembelian barang bermerek, tren fashion, gadget terbaru, dan perilaku pamer di media sosial. Platform digital seperti media sosial telah menjadi panggung virtual bagi remaja untuk mengekspresikan diri dan membangun citra sosial. Tekanan sosial untuk terus mengikuti tren menciptakan kecenderungan konsumsi yang tidak selalu rasional dan bisa berdampak pada masalah sosial maupun psikologis.

REFERENSI

- Alie, R. M. M., Rizqi, A., & Mahardika, C. A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1, 137–151.
- APJII. (2023). *Laporan Survei Penetrasi Internet Indonesia Tahun 2023*. <https://survei.apjii.or.id/survei/group/8>
- Baudrillard, J. (2013). *Masyarakat Konsumsi* (A. Sumrahadi & H. Purwanto (eds.); 4th ed.). Kreasi Wacana.
- Diwyarthi, N. D. M. S., Putri, D., Ajeng, D., Ismainar, H., Imanudin, H., Darmawan, I. P. A., Asriandi, I., Nurhayati, I., Arifianto, C. F., Jalal, A. halik N. M., & Bahri, A. S. (2021). Psikologi Sosial. In *Prenada Media Group* (Vol. 12). website: www.penerbitwidina.com
- Featherstone, M. (2007). *Consumer Culture and Postmodernism* (2nd ed.). SAGE Publication.
- Hunaifi, N., Mauliana, P., Firmansyah, R., Komalasari, Y., Sulastriningsih, R. D., & Dewi, S. W. K. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Interaksi Remaja Di Era Digital. *Artikel Faiha, Fikriyyah 2B-(1)*, 5(3), 161–174.
- Luddiana, Z. (2024). *Perilaku Konsumsi Remaja Ponorogo di Era Digital sebagai Dampak dari Penggunaan Media Sosial*. https://etheses.iainponorogo.ac.id/31322/1/501220050_ZuliaLuddiana_MagisterEkonomiSyariah.pdf
- Maulana, I., Manulang, J. M. br., & Salsabila, O. (2020). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. *Majalah Ilmiah Bijak*, 17(1), 28–34. <https://doi.org/10.31334/bijak.v17i1.823>
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133. https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496
- Mustomi, D., Puspasari, A., Bisnis, A., Bina, U., Informatika, S., Akutansi, S. I., Informasi, F. T., & Sarana, U. B. (2020). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR PENDAHULUAN Informasi dan teknologi adalah dua faktor yang tidak hanya membawa perubahan dalam dunia e-commerce tetapi juga merevolusi cara b. 4, 133–147.
- Ni'amulloh Ash Shidiqie, Nouval Fitra Akbar, & Andhita Risko Faristiana. (2023). Perubahan Sosial dan Pengaruh Media Sosial Tentang Peran Instagram dalam Membentuk Identitas Diri Remaja. *Simpati*, 1(3), 98–112. <https://doi.org/10.59024/simpati.v1i3.225>
- Nurhalimah, Sitti, dkk. (2019). *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir* (F. Gunawan & H. Hastuti (eds.)). Deepublish.
- Ramadhani, O., & Khoirunisa. (2025). Generasi Z dan Teknologi: Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital. *Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3, 323–331.
- Ritzer, G. (2011). *The McDonaldisation of Society* (D. Repetto & M. Stanley (eds.); 6th ed.). SAGE Publication. https://books.google.fm/books?id=rMHZWgv4SrUC&printsec=frontcover&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false
- Simanjuntak, A. P., Zulkarnain, Z., & Purbata, A. G. (2025). *SOSIAL HORIZON Jurnal Pendidikan Sosial Perubahan Sosial Masyarakat Nelayan di Kawasan Pesisir Selatan Sumatera Barat*. 12(1). <https://doi.org/10.31571/sosial.v12i1.8816>
- Sitepu, S. R., Bagus, I., Pujaastawa, G., Bagus, I., & Wedasantara, O. (2024). Literasi dan Pemanfaatan Media Sosial pada Masyarakat Pesisir Desa Seraya , Karangasem , Bali. 3(5), 3320–3328.