

GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DI KOTA MANADO

Muhammad Kamil Jafar N

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Manado,
Sulawesi Utara, Indonesia, Jl. Dr. S.H. sarundajang Kawasan Ring Road I Kota
Manado, 95128

E-Mail: muhammad.kamil@iain-manado.ac.id

Nur Evira Anggrainy

Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Manado,
Sulawesi Utara, Indonesia, Jl. Dr. S.H. sarundajang Kawasan Ring Road I Kota
Manado, 95128

E-Mail: nur.bahrain@iain-manado.ac.id

Irgiyani Suhardin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Manado,
Sulawesi Utara, Indonesia, Jl. Dr. S.H. sarundajang Kawasan Ring Road I Kota
Manado, 95128

E-Mail: suhardinirgiyani@gmail.com

Rahmawati Nadila Tohai

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Manado,
Sulawesi Utara, Indonesia, Jl. Dr. S.H. sarundajang Kawasan Ring Road I Kota
Manado, 95128

E-Mail: rahmawatinadila70@gmail.com

ABSTRAK

Remaja di kota Manado menunjukkan perilaku konsumtif yang meningkat, tercermin dari kecenderungan membeli barang tanpa mempertimbangkan kebutuhan pribadi. Melalui metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, peneliti menyasar informan remaja secara sengaja. Pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan dan wawancara, dengan analisis yang terdiri dari tiga tahap: pengumpulan data, pemilahan, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menegaskan bahwa perilaku konsumtif remaja Manado dipicu oleh pembelian impulsif yang tidak sejalan dengan kebutuhan mereka. Mereka cenderung terpengaruh oleh gaya hidup orang dewasa di sekitar mereka, mengadopsi pola konsumsi tanpa pertimbangan yang matang. Hal ini mengakibatkan mereka terjebak dalam pola perilaku yang kurang rasional dan lebih impulsif. Adanya tekanan sosial dari lingkungan sekitar, terutama dari orang dewasa, memengaruhi pola konsumsi remaja. Sikap konsumtif ini seringkali didasari oleh keinginan untuk meniru, menyesuaikan diri, atau mencari identitas melalui benda-benda materi. Kesadaran akan pengelolaan keuangan yang baik dan

pemahaman akan kebutuhan versus keinginan tampaknya kurang ditekankan dalam pengambilan keputusan konsumsi mereka. Perlu upaya edukasi yang lebih kuat terkait manajemen keuangan dan pemahaman akan nilai-nilai konsumsi yang bijak agar remaja dapat mengembangkan pola konsumsi yang lebih sadar dan rasional, serta mengurangi dampak negatif perilaku konsumtif pada kehidupan mereka di masa depan.

Kata kunci: remaja, pengetahuan, konsumtif.

PENDAHULUAN

Kehadiran kelas menengah baru di negara-negara Asia merupakan hasil sebuah pertumbuhan ekonomi di negara-negara berkembang. Kehadiran mereka di Indonesia sejak 1990an selama gelombang pembangunan ekonomi dan industrialisasi di wilayah tersebut (Basri, 2012). Kehadiran mereka menurut beberapa para ahli merupakan dampak dari kebijakan ekonomi (Fitria, 2016). Peningkatan pertumbuhan ekonomi, kebijakan-kebijakan tersebut mendorong transformasi industri yang didorong oleh ekspor dan lebih lanjut memfasilitasi pertumbuhan gerakan menuju ekonomi baru yang didorong oleh globalisasi keuangan, pasar liberalisasi dan globalisasi produk (Basri, 2012; Mutmainah & Rachmawati, 2014). Sebagai akibat dari kebijakan ekonomi ini, proses pertumbuhan ekonomi dan industrialisasi telah dihasilkan peningkatan standar hidup absolut. Namun perhatian terhadap hal ini masih kurang praktik budaya, konsumsi kelas menengah dan gaya hidup kelas menengah yang sedang berkembang di Indonesia. Itu proses globalisasi budaya yang berkelanjutan dan modernisasi mempengaruhi serta membangun budaya konsumen kelas menengah dalam negara berkembang. Media massa turut berkontribusi dalam hal ini transportasi dan stimulasi global baru dan nilai-nilai dan gaya hidup modern.

Remaja cenderung berperilaku konsumtif karena mereka telah memasuki kehidupan baru yang tentunya menciptakan standar baru dalam kehidupan mereka. Rata-rata mereka ingin memiliki berbagai macam kebutuhan materi dan non materi yang berlebihan. Sikap dan perilaku remaja yang mengkonsumsi/membeli barang secara berlebihan dan tidak wajar inilah yang disebut dengan perilaku konsumtif (Violita, 2023). Dalam penelitian Lestarina et al. (2017) menemukan data dan gambaran bahwa remaja putri yang memiliki kecenderungan perilaku konsumtif dibandingkan remaja putra. Barang yang paling banyak di konsumtif oleh remaja adalah busana dan makan.

Perilaku remaja dalam membeli suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata-mata tetapi juga keinginan untuk memuaskan kesenangan. Keinginan tersebut seringkali mengakibatkan seseorang untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan (Rasyid, 2019). Hal ini dapat dilihat dari pembelian produk oleh remaja yang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi untuk meniru orang lain yaitu agar mereka tidak berbeda dengan anggota kelompoknya dan tetap menjaga eksistensinya.

Penelitian Triyaningsih (2011) menemukan bahwa remaja mengambil keputusan pembelian didominasi oleh faktor emosi yang menyebabkan perilaku konsumtif. Hal ini dapat dibuktikan dalam perilaku konsumtifnya yaitu perilaku membeli sesuatu yang belum menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama dan menimbulkan pemborosan. Remaja dalam masa peralihan dari masa dewasa yang bebas, mandie dan matang. Termasuk bagaimana individu menampilkan diri secara fisik, hal ini agar sesuai dengan komunitas mereka.

Perilaku konsumtif terbentuk karena sudah menjadi bagian proses gaya hidup. Perilaku konsumtif ditandai dengan adanya kehidupan yang mewah dan berlebihan. Penggunaan segala sesuatu yang dianggap mahal dan memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik yang sebesar-besarnya, serta adanya pola hidup manusia yang didorong oleh segala keinginan, hanya untuk: memuaskan keinginan akan kesenangan. Hal ini dikemukakan oleh Triyaningsih (2011) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif terbentuk: oleh tindakan membeli barang-barang yang tidak terlalu penting sehingga menjadi berlebihan. Pelaku utama gaya hidup konsumtif adalah kelompok usia remaja. Perilaku ini dapat terus mengakar dalam gaya hidup remaja. Dalam perkembangannya, mereka akan selalu menjadi orang-orang dewasa yang memiliki gaya hidup konsumtif.

Masa remaja merupakan fase perkembangan yang sangat mencolok baik secara fisik, psikologis, sosial, dan moral. Awal masa remaja berlangsung kira-kira dari 13-16 tahun dan akhir masa remaja 17-18 tahun, yaitu usia matang di mata hukum Indonesia. Menurut Hurlock (1997) “salah satu ciri dari remaja adalah masa mencari identitas, dimana seorang remaja mencari jati dirinya”. Pada masa ini remaja ingin selalu tampil beda dari teman seusianya, mendambakan identitas diri dan tidak merasa puas lagi ketika dirinya sama dengan teman-temannya dalam segala hal. Sehingga akibatnya remaja berusaha menampilkan diri mereka agar menarik perhatian masyarakat. Sekarang ini banyak remaja yang terjebak dalam arus coba-coba. Sering kali remaja dalam memilih dan membeli sesuatu entah itu barang atau makanan tidak memikirkan manfaatnya artinya remaja kurang selektif dalam memilih mana kebutuhan primer dan mana kebutuhan tersier. Remaja membeli sesuatu tanpa pertimbangan, remaja hanya menitik beratkan pada status sosial, mode, dan kemudahan untuk membelinya tanpa memikirkan apa kegunaannya. Hal tersebut kurang baik bagi remaja karena dengan itu mereka akan membeli barang yang menurut mereka bagus tapi tidak tahu apa kegunaannya dan dalam perkembangannya mereka akan menjadi orang-orang dengan gaya hidup konsumtif dan hedonis. Masalah terbesar terjadi apabila pencapaian tingkat keuangan tidak terpenuhi remaja akan melakukan segala macam cara untuk mendapatkan barang yang mereka mau dengan menghalalkan segala cara misalkan dengan cara mencuri. Hal itu menunjukkan bahwa tingkah laku negatif bisa saja timbul dipengaruhi oleh perilaku konsumtif.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki perilaku konsumtif remaja di Kota Manado dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif guna memahami faktor-faktor yang memengaruhi kecenderungan mereka membeli barang yang tidak sesuai kebutuhan, serta dampak sosial dan individu dari perilaku konsumtif ini. Fokus utama adalah untuk mengidentifikasi pengaruh lingkungan sekitar, tekanan sosial, dan adopsi gaya hidup orang dewasa dalam membentuk pola konsumsi remaja, dengan harapan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan mendalam yang mendorong upaya pencegahan dan

pemahaman lebih baik tentang dampak dari perilaku konsumtif remaja bagi kehidupan mereka di Kota Manado.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskripsi untuk menggambarkan dan menganalisis kehidupan remaja di Kota Manado. Informan dalam penelitian ditentukan secara purposive sampling yang dipilih dari berbagai kalangan. Teknik pengumpulan yang digunakan ialah pengamatan dan wawancara. Pengamatan digunakan dalam melihat perilaku dan gaya berbusana remaja dalam kehidupan mereka baik dalam kegiatan rumah, sekolah hingga aktivitas diluar rumah mereka. Wawancara digunakan untuk mendapatkan pandangan mereka mengenai dunia kehidupan remaja yang sedang dijalani. Teknik analisa menggunakan tiga langkah yaitu pengumpulan data, coding data dan penarikan kesimpulan (Bungin, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lingkaran Perilaku Konsumtif Remaja di Kota Manado

Lingkaran perilaku konsumtif remaja di Kota Manado terbentuk dari sejumlah faktor yang saling terkait. Salah satunya adalah pengaruh lingkungan sekitar, terutama dari orang dewasa dan teman sebaya, yang memainkan peran krusial dalam membentuk pola konsumsi mereka. Remaja sering kali terpapar pada gaya hidup konsumtif yang diperlihatkan oleh orang-orang dewasa di sekitar mereka, baik itu melalui media sosial, televisi, maupun secara langsung dari interaksi sehari-hari. Hal ini memicu dorongan untuk meniru dan mengikuti tren konsumsi tanpa mempertimbangkan kebutuhan pribadi.

Selain itu, tekanan sosial dari lingkungan sebaya juga memiliki peran yang signifikan dalam membentuk perilaku konsumtif remaja (Fitriyani et al., 2013). Dalam usaha untuk menyesuaikan diri dan mencari identitas, remaja sering kali terdorong untuk membeli barang-barang yang tidak selalu dibutuhkan, hanya untuk memenuhi ekspektasi teman sebaya atau untuk merasa diterima di dalam lingkungan sosialnya.

Keterbatasan pemahaman tentang manajemen keuangan dan kurangnya kesadaran akan perbedaan antara kebutuhan dan keinginan juga memperkuat lingkaran perilaku konsumtif ini. Remaja seringkali tidak memiliki pemahaman yang memadai tentang bagaimana mengelola uang mereka dengan bijak, yang kemudian mendorong mereka untuk terus melakukan pembelian impulsif dan tidak terencana (Riani et al., 2017).

Salah satu tipe gaya hidup yang berkembang pesat terutama dalam masyarakat perkotaan adalah gaya hidup konsumtif. Gaya hidup konsumtif yaitu pola hidup seseorang sebagai proses penggunaan uang dan waktu yang dimiliki

yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan (Giswandhani & Hilmi, 2020), penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Hal tersebut diwujudkan dalam hal seperti fashion, makanan, benda-benda mewah, dan di tempat berkumpul seperti kafe.

Generasi muda juga menerapkan gaya hidup konsumtif. Adanya fenomena dan gaya hidup modern yang banyak terjadi di kalangan remaja tercermin dari perilakunya sehari-hari. Mayoritas remaja bermimpi untuk berkompetisi, bersenang-senang dan “nongkrong” di kafe dan pusat perbelanjaan serta menjalani kehidupan mewah. Penelitian ini membahas tentang perilaku konsumsi remaja di Kota Manado. Perilaku konsumen yang diteliti mulai dari mengonsumsi untuk memenuhi status, mengonsumsi tanpa mempertimbangkan manfaat, dan mengonsumsi hanya untuk berpartisipasi.

Konsumsi yang memenuhi status dan perilaku konsumen ditandai dengan keinginan yang kuat untuk menjadi pusat perhatian. Hal ini juga terlihat pada aktivitas belanja remaja dan saat menghabiskan waktu bersama teman-temannya. Saat berbelanja, remaja tidak pernah membeli barang asing. Hal yang sama berlaku untuk tempat Anda menghabiskan waktu bersama teman. Remaja memilih tempat nongkrong terkenal, keinginan generasi muda untuk menjadi pusat perhatian di lingkungan sekolah. Selain itu, mereka juga suka menjadi pusat perhatian. Remaja cenderung menonjol dibandingkan dengan teman sekelasnya. Remaja mudah dikenali karena selain berpenampilan menarik, mereka juga berpenampilan modis dan selalu menyediakan barang-barang terkenal mulai dari sepatu, tas, hingga pakaian.

Remaja menginginkan sebuah bentuk kehidupan yang kelihatan mewah dan mengikuti tren sehingga mereka bisa banyak menghabiskan uang untuk sekedar jalan dan kumpul (nongkrong) di berbagai tempat dari Mantos hingga ke Kawasan Mega Mall. Mereka juga menggunakan gaya berbusana yang mereka tiru dari berbagai media sosial seperti tiktok dan Instagram. Remaja yang memiliki kecenderungan gaya hidup konsumtif biasanya akan berusaha agar sesuai dengan status sosial, melalui gaya hidup yang tercermin dengan simbol-simbol tertentu, seperti merek-merek yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, dan segala sesuatu yang berhubungan serta dapat menunjukkan tingkat status sosial yang tinggi. Fenomena tersebut menjadi proses adaptasi yang dilalui oleh sebagian remaja dalam memenuhi kebutuhan sosialnya.

Pada individu konsumtif, mereka cenderung untuk memaksakan kehendak pada barang-barang yang kurang diperlukan. Individu tersebut mengabaikan daya guna suatu barang dan lebih menonjolkan kuantitas barang tersebut. Pada saat membeli barang, para remaja tidak memperhatikan daya guna suatu barang ketika

melakukan pembelian. Dalam melakukan pembelian barang mereka hanya mempertimbangkan kuantitas dibandingkan kualitas. Tujuan pembelian barang-barang pun hanya untuk dipamerkan kepada teman-temannya. Mereka sering membeli barang-barang tidak diperlukan hanya ikut-ikutan membeli barang yang dibeli orang teman lainnya. Hal ini dilakukan agar dianggap tidak ketinggalan zaman oleh teman-temannya. Barang-barang di lemari pakainnya hanya bertumpuk dan tidak digunakan. Begitupula tas dan sepatu yang dibeli. Untuk tempat perbelanjaan, para remaja tidak hanya membeli barang-barang di pusat perbelanjaan saja. Namun, mereka berbelanja sampai ke Kota Makassar hanya untuk membeli barang kebutuhannya atau barang yang dibelinya. Remaja hanya mau nongkrong di tempat yang terkenal dan dianggap sesuai dengan selera anak muda zaman sekarang (Hidayati & Farid, 2016; Lestarina et al., 2017).

Pemenuhan keinginan ini selaras dengan pendapat Saputri (2016) yang menjelaskan jika prinsip gaya hidup konsumtif menganggap bahwa segala sesuatu akan dianggap baik jika hal tersebut telah sesuai dengan kesenangan yang akan diperoleh. Selain itu menurut Laowo et al. (2023) bahwa Karakteristik dari individu yang memiliki gaya hidup konsumtif yaitu ditunjukkan dengan lebih senang mengisi waktu luang di tempat yang santai seperti cafe. Indikator selanjutnya yaitu Individu yang memiliki perilaku konsumtif cenderung memiliki pandangan ikut-ikutan. Pandangan ini menekankan pada pendapat-pendapat bahwa segala sesuatunya dapat didapatkan dengan mudah bersama teman-teman.

Kehidupan Remaja sebagai The New Middle Class di Kota Manado

Kehidupan remaja sebagai bagian dari "The New Middle Class" di Kota Manado menampilkan pergeseran yang signifikan dalam gaya hidup, nilai, dan aspirasi mereka. Kelompok remaja ini menunjukkan ciri-ciri kehidupan yang lebih modern, terkoneksi secara global, dan memiliki akses yang lebih luas terhadap teknologi dan informasi dibandingkan generasi sebelumnya.

Remaja merupakan masa peralihan dari masa kehidupan anak-anak ke kehidupan orang dewasa, masa ini ditandai dengan berbagai bentuk pertumbuhan fisik, biologi, budaya, dan psikologi. Secara fisik dan biologi ditandai dengan tumbuh dan berkembangnya seks primer dan sekunder sedangkan secara budaya dan psikologi ditandai dengan perubahan perilaku, sikap, perasaan, pengetahuan, emosi yang tidak menentu. Dalam pandangan Hurlock (1997) menjelaskan bahwa remaja akan melewati dua fase berdasarkan usia dari umur 13-17 tahun dan remaja akhir pada usia 17-18 tahun. Pada dua fase ini menurut Hurlock memiliki perbedaan yang mencolok pada saat remaja akhir telah mencapai pada transisi perkembangan yang mendekati usia dewasa.

Ketika mereka memasuki kehidupan remaja mereka akan masuk pada kehidupan baru yang berbeda dari anak-anak. Remaja akan mendapatkan teman sebaya baik pria maupun perempuan. Dalam kehidupan remaja mereka akan

mendapatkan peran baru dalam masyarakat. Kondisi seperti itu membuat mereka akan mengalami perubahan pengetahuan, mereka harus mencapai kemandirian emosional dari orangtua dan orang dewasa lainnya. Hidayati & Farid (2016) mengatakan perkembangan remaja pada hakikatnya adalah usaha penyesuaian diri (coping), yaitu untuk secara aktif mengatasi stress dan mencari jalan keluar baru dari berbagai masalah yang dihadapi. Sehingga dalam tataran perkembangan remaja, penyesuaian diri menjadi sangat penting.

Kemampuan penyesuaian diri yang sehat terhadap lingkungan merupakan salah satu prasyarat yang penting bagi terciptanya kesehatan jiwa atau mental individu. Banyak individu terutama remaja yang menderita dan tidak mampu mencapai kebahagiaan dalam hidupnya karena ketidakmampuannya dalam menyesuaikan diri baik dengan kehidupan keluarga, sekolah, pekerjaan maupun masyarakat pada umumnya. Tidak sedikit remaja yang mengalami stres atau depresi akibat kegagalan mereka untuk melakukan penyesuaian diri dengan kondisi lingkungan yang ada dan kompleks.

Sedangkan perilaku konsumtif itu muncul terutama setelah adanya masa industrialisasi dimana barang-barang di produksi secara massal sehingga membutuhkan konsumen yang lebih luas. Media, baik elektronik maupun massa dalam hal ini menempati posisi strategis dalam membentuk perilaku konsumtif, yaitu sebagai medium yang menarik minat konsumen dalam membeli barang (Lestarina et al. (2017). Perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Beberapa remaja mungkin masuk dalam kategori kelas menengah baru (the new middle class) karena kekayaan dari hubungan antar keluarga seperti ayah dan ibu. Namun berdasarkan statistik kategori kelas menengah ini tidak memperhatikan budaya konsumerisme dari para remaja. Wacana mengenai budaya konsumerisme untuk para remaja telah lama beredar di Indonesia, sebagai generasi Z para remaja telah banyak memahami dan menerima informasi melalui media-media digital sehingga memengaruhi kehidupan mereka seperti gaya berbusana dan gaya hidup yang mulai mengalami pergeseran. Perilaku kehidupan remaja saat ini menunjukkan gaya hidup yang baru mereka akan adopsi kedalam kehidupan seperti hubungan sosial, konsumsi, hiburan, dan pakaian. Dalam pengertian ini, kelas keanggotaan bangsa Indonesia dievaluasi melalui pola konsumsi dan gaya hidup seseorang.

Kelas menengah terbaru lahir di Indonesia karena sebuah proses budaya yang terus dilakukan para remaja karena tidak bertentangan dengan diri sendiri dan kelas lainnya. Proses mereka menjadi kelas terjadi ketika orang berbagi dan merasa sama pengalaman dan minat, mengartikulasikan identitas mereka, dan pada saat

yang sama membedakan diri mereka dari kelas yang lain. Perilaku konsumtif terbentuk dikarenakan konsumtif itu sendiri sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup.

Perilaku remaja tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi, begitu juga terjadinya perilaku konsumtif pada remaja, antara lain ditentukan oleh faktor psikologis, faktor eksternal dan faktor internal. Faktor psikologis sekaligus merupakan faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, yang berpeluang memberikan pengaruh terhadap pembentukan perilaku: sikap, motivasi dan keterlibatan minat dan konsep diri, persepsi, kepribadian, bakat, pengetahuan, hasil belajar dan sumber daya konsumen. Faktor eksternal merupakan faktor dari luar individu yang berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku, yaitu budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi

Ketika perilaku konsumtif sudah menjadi pegangan hidup para remaja terus-menerus seperti itu peranan agama, norma, dan nilai luhur kemanusiaan para remaja akan luntur bahkan hilang. Sungguh ironis apabila dengan maraknya perilaku seperti itu mengakibatkan minat dan kesungguhan belajar para remaja menjadi rendah jika keadaan ini dihubungkan dengan masalah bimbingan yang telah dilakukan guru, muncul dugaan bahwa salah satu penyebabnya adalah cara yang dilakukan konselor atau guru kurang efektif terhadap gaya hidup konsumtif remaja. Pengaruh dari dunia Barat mempengaruhi gaya hidup yang berkembang pada masyarakat saat ini. Tanpa adanya filter (saringan) yang mengacu pada norma dari budaya timur, maka gaya hidup bisa berdampak negatif pada perilaku yang ada di masyarakat. Memang tidak dapat dipungkiri, tidak semua budaya Barat dapat berdampak negatif, tetapi jika tidak mampu memilah-milah, kebudayaan yang sifatnya negatif yang akan kita jadikan acuan dalam menjalani kehidupan di masa sekarang. Hakim (2009) menjelaskan kenyataan yang tampak pada kehidupan sehari-hari, nilai-nilai baru yang mewarnai gaya hidup khususnya yang tinggal di kota cenderung lebih berorientasi pada nilai-nilai yang sifatnya kebendaan. Hal ini berarti adanya pergeseran orientasi kegiatan minat dan opini ke arah yang lebih mementingkan penampilan fisik, konsumtif, maupun glamour dengan harap

KESIMPULAN

Fenomena konsumtif dikalangan remaja merupakan hal yang lumrah hingga saat ini, sebagai budaya di Manado. Kita bisa melihat bagaimana kondisi kelas menengah di Manado diproduksi dan direproduksi melalui budaya konsumsi. Penulis memberikan perhatian khusus pada proses menjadikan kelas menengah baru di Manado dengan menjelaskan fenomena perilaku konsumtif tersebut. Budaya sebagai media performatif bagi masyarakat menengah. Beberapa orang mungkin mengkategorikan orang sebagai kelas menengah berdasarkan pendapatan atau kekayaan pribadi. Namun demikian kategorisasi statistik tidak serta merta memperhitungkan memperhitungkan budaya konsumerisme yang melaluinya kelas menengah yang muncul menciptakan dirinya sebagai sosio-kultural kesatuan.

Sebaliknya, ini adalah cara prosesusual kelas menengah diproduksi dan direproduksi yang membentuk entitas ini. Dengan demikian, budaya kelas menengah bukan sekadar produk dari determinasi ekonomi, namun juga cerminan dari peran besar yang dimainkan budaya dalam memproduksi dan mereproduksi hierarki hak istimewa ekonomi. Kebudayaan dan ekonomi saling bersifat konstitutif dan tidak dapat dipahami secara terpisah. Namun, mereka juga demikian tidak dapat direduksi satu sama lain.

REFERENSI

- Basri, M. C. (2012). *Rumah Ekonomi Rumah Budaya*. Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya)*. Kencana.
- Fitria, T. N. (2016). Kontribusi Ekonomi Islam Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2(03).
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 1–14.
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh kemudahan transaksi non-tunai terhadap sikap konsumtif masyarakat kota makassar. *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 239–250.
- Hidayati, K. B., & Farid, M. (2016). Konsep diri, adversity quotient dan penyesuaian diri pada remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 5(02).
- Hurlock, E. B. (1997). *Psikologi perkembangan: suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Erlangga.
- Laowo, U. G. D., Br, L. S. I., Laia, G. P., Sihotang, I. N., & Nainggolan, I. D. (2023). Gambaran Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Prodi Manajemen Informasi Kesehatan STIKES Santa Elisabeth Medan. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 7(1), 53–67.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku konsumtif di kalangan remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2).
- Mutmainah, D., & Rachmawati, N. (2014). ASEAN sebagai Instrumen Adaptasi Singapura terhadap Globalisasi. *Transformasi Global*, 1(1).
- Rasyid, A. (2019). Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam. *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi*, 5(2), 172–186.
- Riani, L. P., Fikri, A. A. H. S., & Supriyanto, M. S. (2017). *Literasi Keuangan Kaum Millennial: Tinjauan Faktor Anteseden dan Konsekuensi*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Triyaningsih, S. L. (2011). Dampak online marketing melalui facebook terhadap perilaku konsumtif masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(2).
- Violita, M. D. (2023). *Konsumerisme Masyarakat Urban: Konsep, Sejarah, dan Pengaruhnya terhadap Pola Gaya Hidup (Kajian Kritis Etika Deontologi Immanuel Kant)*. Nilacakra.