

Apakah Media Sosial mendorong masyarakat menjadi konsumtif ?

Muhammad – 111510076

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung Malang

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini khususnya teknologi informasi sudah dapat mengubah cara pandang, cara kerja dan sekaligus implementasi dalam segala bidang, karena pada hakikatnya teknologi dibuat untuk mempermudah hidup manusia. Salah satu teknologi yang dimaksud yaitu teknologi internet.

Zaman sekarang internet juga merupakan kebutuhan banyak orang karena dengan internet kita bisa mengakses dan menemukan segala macam informasi sampai ke seluruh dunia. Internet tidak dapat dipisahkan dari kehidupan karena internet sekarang bukan hanya sebagai trend semata melainkan sudah menjadi kebutuhan manusia.

Salah satu layanan di internet yang dapat mengubah cara pandang manusia yaitu media social. Media Sosial adalah bagian dari internet yang memiliki pengguna lebih dari 192 juta pengguna di Indonesia, ini menjadi angka pengguna terbesar dan terbanyak di antara konten-konten yang berada di internet.

Hadirnya media social ini selain untuk menjalin hubungan atau sebagai sarana untuk berkomunikasi, kini media social sudah menjadi sarana untuk mempromosikan suatu usaha yang telah terbukti keefektifannya untuk mendorong masyarakat atau pengguna media social menjadi lebih konsumtif.

Kata kunci: media social, perilaku konsumtif

ABSTRACT

Current technological developments, especially information technology has been able to change the way of view, how to work and also implementation in all fields, because in essence teknologi made to simplify human life. One of the technologies in question is internet technology.

Nowadays the internet is also a requirement of many people because with the internet we can access and find all sorts of information all the way to the world. The Internet can not be separated from life because the internet is now not just a mere trend but has become a human need.

One of the services on the internet that can change the way of view of human social media. Social Media is part of the internet that has users more than 192 million users in Indonesia, this becomes the largest and largest number of users among the content that is on the internet.

The presence of social media is in addition to establishing relationships or as serana to communicate, now social media has become a means to promote a business that has proven its effectiveness to encourage people or users of social media to be more consumptive.

Keywords: social media, consumptive behavior

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini khususnya teknologi informasi sudah dapat mengubah cara pandang, cara kerja dan sekaligus implementasi dalam segala bidang, karena pada hakikatnya teknologi dibuat untuk mempermudah hidup manusia. Salah satu teknologi yang dimaksud yaitu teknologi internet. Interconnection network atau internet adalah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung. Munculnya internet sejak awal tahun 1990-an berawal dari riset untuk pertahanan dan keamanan, sekarang berkembang menjadi perangkat pendukung bisnis yang sangat berpengaruh. Zaman sekarang internet juga merupakan kebutuhan banyak orang karena dengan internet kita bisa mengakses dan menemukan segala macam informasi sampai ke seluruh dunia. Internet tidak dapat dipisahkan dari kehidupan karena internet sekarang bukan hanya sebagai trend semata melainkan sudah menjadi kebutuhan manusia.

Kemajuan teknologi yang semakin pesat saat ini membuat hampir tidak ada bidang kehidupan manusia yang bebas dari penggunaannya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Seiring berkembangnya teknologi, perkembangan di segala sektor kehidupan mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat tak terkecuali pada sektor ekonomi. Semua kemudahan yang didapat membawa pengaruh pada perubahan sikap dan perilaku masyarakat. Perkembangan teknologi telah menyebabkan keinginan atau hasrat untuk mencari pemuas kebutuhan ikut bertambah. Hal tersebut dikarenakan kecanggihan teknologi membuat tampilan

barang-barang pemuas kebutuhan semakin menarik dan mudah ditemui sehingga dorongan untuk terus mencari pemuas kebutuhan semakin mudah dipengaruhi.

Selain itu internet memang memiliki keunggulan sebagai alat dan tujuan bisnis yang sekaligus memiliki daya jangkau pasar hingga ke seluruh dunia. Kebutuhan internet sangat penting sehingga selalu mengalami peningkatan di tiap tahunnya. Salah satu Negara pemakai internet yang mengalami peningkatan adalah Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA

Media Sosial

Sekarang banyak sekali akses layanan internet yang dapat kita pilih. Salah satu layanan di internet yang dapat mengubah cara pandang manusia yaitu media social. Definisi media social menurut Caleb T. Carr yaitu Media media yang berbasis Internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi, baik secara langsung ataupun tidak langsung , dengan khalayak umum atau luas maupun tidak. Banyak sekali media social yang dapat di akses masyarakat dunia, antara lain yaitu Pinterest, Youtube, Facebook, BBM, Line, Whatsapp, Instagram, Olx, Tokopedia, dan masih banyak lainnya.

Media social memiliki beberapa ciri-ciri khusus yaitu pesannya bisa di kirim ke bebrapa pengguna, bukan hanya ke satu orang pengguna. Dapant menyampaikan pesan dengan cepat juga merupakan ciri khusu yang dimiliki media social jika di bandingkan media lainnya.

Fungsi bagi masyarakat pengguna media social adalah sebagai alat ataupun media promosi, menyampaikan pesan yang cepat dan tentunya luas tentunya membuat pengguna media social tertarik untuk memasarkan bisnisnya. Kemudian media social juga berperan dalam membangun hubungan ataupun relasi, bahkan dari jarak jauh karena media social memiliki jangkauan global.

Menurut data dari tetra Pak Index tahun 2017 ada Sekitar 132 juta pengguna internet di Indonesia, Sementara hampir setengahnya adalah penggila media sosial,

atau berkisar di angka 40% di tahun 2017. Jika di bandingkan pada tahun sebelumnya pengguna internet di Indonesia kisaran 51% atau sekitar 45 juta pengguna, diikuti dengan pertumbuhan sebesar 34% pengguna aktif media social, dengan data ini dapat disimpulkan pengguna internet maupun media social di Indonesia meningkat. Sementara pengguna yang mengakses sosial media melalui mobile berada di angka 39% .

Kemajuan teknologi informasi termasuk di dalamnya media komunikasi terjadi sangat cepat dan pesat. Kemajuan di bidang media komunikasi ini tak dapat dipungkiri lagi telah membawa berbagai kemudahan bagi manusia khususnya dalam berinteraksi dengan sesamanya. Salah satu media yang digunakan untuk berinteraksi antar manusia tersebut adalah melalui iklan.

Perilaku Konsumtif

Definisi perilaku konsumen yaitu proses yang berkaitan erat dengan keputusan dengan pembelian, yang mana prosesnya memiliki aktifitas di dalamnya, antara lain pencarian, pemilihan, pengevaluasian yang berujung pada keputusan pembelian produk ataupun penggunaan jasa demi memenuhi kebutuhannya.

Perilaku konsumen akan diperlihatkan dalam beberapa tahap diantaranya tahap sebelum pembelian dan tahap setelah pembelian barang atau jasa, sebelum pembelian konsumen akan mencari informasi tentang produk ataupun jasa yang akan di beli, Dan pada tahap setelah pembelian, konsumen akan melakukan konsumsi atau penggunaan produk, evaluasi kinerja produk atau jasa tersebut merupakan tahapan

terakhir setelah proses pembelian selesai dan suda menggunakan produk ataupun jasanya.

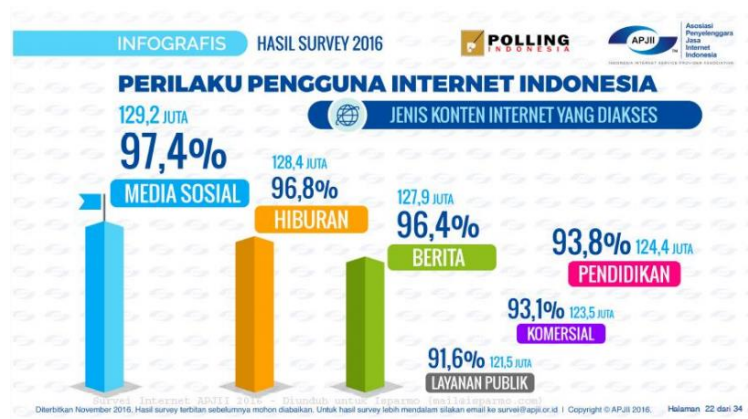
(Sumartono, 2002: 45) mengatakan perilaku konsumtif yang ditandai oleh pola hidup manusia yang dikendalikan oleh kehidupan yang mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan hasrat kesenangan semata-mata.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas di mana seseorang lebih mementingkan faktor keinginan semata dari pada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mewah yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Menurut Suyasa & Fransisca (2005: 42) faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif yaitu: a. Hadirnya iklan Iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Iklan juga mengajak agar mengonsumsi barang atau jasa hanya berdasarkan keinginan dan bukan kebutuhan serta harga yang tidak rasional (Widiastuti, 2003: 12).

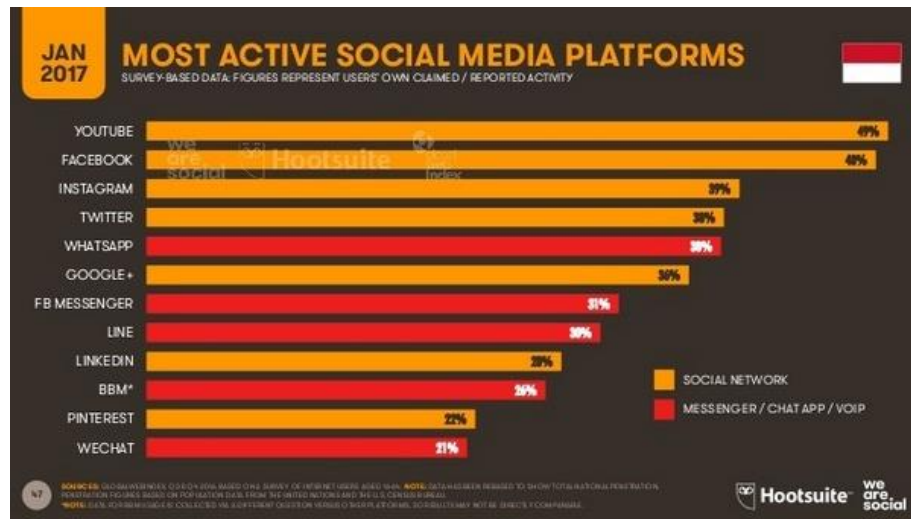
PEMBAHASAN DAN HASIL

Pada dasarnya perilaku konsumtif terhadap pengguna media social ini dikarenakan fitur tambahan seperti iklan. Iklan adalah suatu pesan tentang barang/jasa yang dibuat oleh produser yang disampaikan lewat media social berbasis online maupun offline yang di tujukan kepada masyarakat. Tujuan iklan adalah agar masyarakat tertarik untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut. Secara sederhana iklan adalah pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Menurut Kasali (2007:9). Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa iklan adalah semua bentuk presentasi yang tidak personal untuk mempromosikan gagasan, atau memberikan informasi tentang keunggulan dan keuntungan suatu produk ataupun jasa yang dibiayai pihak sponsor tertentu. Berikut data pengguna aktif media social tahun 2017 versi Hootsuite.



Gambar I : Penggunaan Internet Indonesia Tahun 2016

Berdasarkan data di atas (Gambar I) terbukti jenis konten pengguna internet terbanyak di Indonesia pada tahun 2016 yaitu pengguna media social yang memiliki pengguna sebesar 129,2 juta pengguna disusus oleh konten berisi hiburan dan berita.



Gambar II : Data Statistik Pengguna Sosial Media di Indonesia 2017

Menurut data di atas (Gambar II) Youtube menduduki posisi puncak jenis pengguna media social yang aktif sebesar 49% di Indonesia yang disusul oleh pengguna Facebook dan Instagram di posisi ke 2 dan ke 3. Otomatis dengan data di atas masyarakat Indonesia telah menjadikan media social menjadi kebutuhan hidup.

Pengguna media social di Indonesia memang sangatlah besar apalagi di semua jenis media social sudah memiliki fitur promosi ataupun iklan seperti Whatsapp for Business dan Fans Pages yang fitur ini dimiliki Facebook. Sehingga pengguna selain bisa memanfaatkannya sebagai media berkomunikasi melainkan juga dapat dimanfaatkan menjadi media promosi bisnisnya. Dengan pengguna yang sangatlah

banyak, pembisnis dapat memilih segmen pasar yang tepat untuk bisnisnya dengan sangat mudah dan murah jika di bandingkan dengan strategi promosi offline.

Akan tetapi, tidak sedikit orang yang tidak dapat memahami internet apalagi mengakses internet, contohnya masyarakat lansia yang sudah berumur 50 sampai 60 tahun ke atas yang sudah tidak mampu untuk mengikuti zaman terkini.

Ada juga masyarakat yang takut untuk membeli produk maupun jasa, dikarenakan banyak pembeli yang tidak jujur mulai dari foto dan juga deskripsi produk atau jasa yang ditawarkan tidak sesuai dengan produk aslinya. Sehingga banyak masyarakat yang dirugikan maupun kecewa dengan barang atau jasa yang telah dibelinya.

Selain itu banyak penjual online yang mengemas lapaknya dengan sangat baik seperti ulasan pembelian, screenshot struk bukti transfer yang telah di palsukan atau di buat-buat hanya semata untuk menyakinkan konsumen untuk percaya kepada produk atau jasa yang dijual di lapaknya.

Perilaku penipuan berbasis online inilah yang membuat pengguna internet khususnya media social yang memanfaatkan fitur promosi ataupun iklan untuk mempromosikan bisnisnya tidak lagi mendorong masyarakat menjadi konsumtif. Hal-hal ini terbukti dengan hasil penelitian yang di kemukaan oleh majalah berita online Tempo.com, yaitu Sebanyak 26 persen konsumen Indonesia kehilangan uang karena menjadi sasaran tindak penipuan daring (online) menurut hasil penelitian terbaru Kaspersky Lab dan B2B International.Indonesia menjadi negara dengan korban

penipuan daring tertinggi menurut hasil penelitian itu, disusul negara Vietnam sebanyak 26 % dan India sebanyak 24 %.

KESIMPULAN

Teknologi Informatika khususnya internet, merupakan teknologi yang sudah hampir tidak bisa ditinggalkan oleh manusia di zaman sekarang ini. Kecanggihan, kenyamanan dan kecepatan merupakan fasilitas yang diberikan internet untuk penggunaannya.

Media Sosial adalah bagian dari internet yang memiliki pengguna lebih dari 192 juta pengguna di Indonesia, ini menjadi angka pengguna terbesar dan terbanyak di antara konten-konten yang berada di internet.

Hadirnya media social ini selain untuk menjalin hubungan atau sebagai sarana untuk berkomunikasi, kini media social sudah menjadi sarana untuk mempromosikan suatu usaha yang telah terbukti keefektifannya untuk mendorong masyarakat atau pengguna media social menjadi lebih konsumtif.

Daftar Pustaka

- Hidayatun, U. (2015). • PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN DUKUNGAN TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWA KELAS XI SMA MUHAMMADIYAH 3 YOGYAKARTA. • *PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN DUKUNGAN TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWA KELAS XI SMA MUHAMMADIYAH 3 YOGYAKARTA.*
- Nuraeni, S. D. (2017). • ANALISIS EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA PT.NIION INDONESIA UTAMA.
- Triyaningsih. (2011). DAMPAK ONLINE MARKETING MELALUI FACEBOOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT. *DAMPAK ONLINE MARKETING MELALUI FACEBOOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT.*
- Triyaningsih. (2011). DAMPAK ONLINE MARKETING MELALUI FACEBOOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT . 3-5.
- Welsch, Hilton, Gordon. (2000). *PENGERTIAN MEDIA SOSIAL MENURUT PARA AHLI.* JAKARTA.