

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, tidak hanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saja yang semakin pesat melainkan juga pada gaya hidup masyarakatnya yang semakin canggih dan modern. Tak heran jika di era ini, perkembangan teknologi komunikasi dan informasi melalui internet juga melaju begitu pesat setiap tahunnya. Adanya teknologi berbasis internet membuat para penggunanya menjadi semakin mudah untuk mendapatkan informasi terkini untuk berkomunikasi satu sama lain. Bukan hanya itu saja, perkembangan internet di Indonesia sendiri merupakan bagian terpenting dalam bidang ekonomi untuk memenuhi kebutuhan manusia. Penggunaan internet juga semakin meningkat, tidak hanya dikalangan remaja seperti pelajar sekolah ataupun mahasiswa, melainkan juga bisa dari kalangan anak-anak hingga kaum lanjut usia pun mulai menggunakan internet sebagai sarana hidup sehari-hari. Akibatnya, segala informasi yang bersifat positif maupun negatif dapat juga dengan mudah diakses seluruh masyarakat. Dan diakui atau tidak, internet sendiri saat ini perlahan-lahan mulai mengubah gaya hidup dan pola pemikiran masyarakat (Fitria, 2015).

Salah satu media sosial yang sangat diminati dikalangan anak-anak, remaja maupun mahasiswa saat ini yaitu Instagram. Instagram sendiri merupakan sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, membuat video serta menerapkan filter digital yang mana nantinya dapat dibagikan ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk di aplikasi Instagram itu sendiri. Kegunaan aplikasi Instagram itu sendiri yaitu, untuk mengunggah dan berbagi foto ataupun video kepada pengguna lainnya oleh karena itu, banyak orang yang berlomba-lomba untuk mengunggah foto sedemikian rupa agar dapat mendapatkan banyak like dan perhatian para pengikutnya. Oleh karena itu, tak heran jika Instagram sendiri merupakan suatu aplikasi yang cukup komplis dan juga membuat para penggunanya tidak merasa bosan untuk sekedar

melihat-lihat apa saja yang sedang terjadi maupun apa saja yang sedang populer dari seluruh dunia (Atmoko, 2012). Instagram sendiri juga merupakan salah satu bentuk dari berkembangnya teknologi pada saat ini yang telah menjadi kebutuhan bagi para peminatnya. Sehingga pada saat ini Instagram tidak hanya dimanfaatkan sebagai media informasi saja melainkan juga sebagai transaksi jual beli. Adanya *Online Shopping* atau toko online merupakan salah satu *implementasi* teknologi dalam meningkatkan bisnis atau sarana jual beli produk dengan menggunakan *electronic commerce (e-commerce)* yang mana lebih mempermudah para penggunaanya untuk memperoleh barang yang diinginkan sebagai penunjang kebutuhan hidup maupun gaya hidup.

Gambar 1.1 Tampilan Produk Fashion yang ada di Aplikasi Instagram



(sumber: Dokumentasi Peneliti)

Dalam setiap kehidupan kita mungkin sudah mengenal apa yang namanya gaya hidup. Gaya hidup itu sendiri yaitu sesuatu yang selalu ada dan dipraktikkan oleh manusia disekelilingnya, karena dengan seperti itu akan Nampak cara hidup yang mereka inginkan, sesuai kebutuhan mereka tanpa harus memikirkan orang lain. Sehingga, gaya hidup juga bisa dirasakan oleh beberapa remaja terutama dikalangan para perempuan dengan melihat trend-trend fashion sekarang maupun dimasa yang akan datang, atau bisa juga dikatakan dengan gaya hidup modern. Dimana gaya hidup tersebut membuat para penganutnya menjadi lebih tahu tentang fashion atau trend apa yang sedang populer saat ini (Fitria, 2015). Untuk mengetahui adanya trend fashion terkini tentunya para pengguna social media tersebut mengetahuinya melalui tayangan sebuah iklan maupun promosi produk. Tayangan produk tersebutlah yang membuat para pengguna aplikasi Instagram ini sendiri mengetahui bahwa barang apa saja yang sedang dijual maupun sedang trending dan tertarik untuk dibeli oleh konsumen. Tak heran, jika para pengguna Instagram ini sendiri sangat mudah mengetahui barang apa saja yang sedang *sale* maupun sedang trending.

Online Shopping sendiri telah menjamur di Instagram searah dengan semakin berkembangnya bisnis dan semakin meningkatnya kebutuhan dimasyarakat. *Online Shopping* atau belanja online lewat platform internet merupakan suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjualnya di internet melalui salah satunya aplikasi Instagram. Para pembeli hanya perlu terhubung dengan internet untuk melakukan transaksi jual beli secara online melalui situs web yang sudah dibuat. Web tersebut nantinya akan terhubung dengan aplikasi Shopee, Tiktok Shop, Tokopedia ataupun Whatsapp yang mana konsumen hanya tinggal memilih dan mengklik saja. Sehingga dengan adanya kemajuan teknologi seperti sekarang ini, gadget atau smartphone pun sudah bisa digunakan untuk mengakses internet dimana saja dan kapan saja (Fitria, 2015).

Kemudahan teknologi tersebut membuat para penggunanya dapat membeli barang yang diinginkan mereka melalui online dengan cara mengklik dan memasukkan barang tersebut ke dalam keranjang yang mana nantinya akan dengan mudah dibayar oleh pembeli (Amiruddin, 2018). Hal tersebut membuat para remaja terutama perempuan yang gemar berbelanja tidak perlu lagi harus keluar rumah. Karena dengan begitu, mereka hanya perlu membayarnya melalui ATM atau Supermarket terdekat. Sehingga, apabila sudah terbayar maka barang tersebut akan dikirim ke alamat yang dituju. Kemudahan teknologi itu sendiri membuat para perempuan memiliki gaya hidup konsumtif dalam berbelanja terutama dalam hal fashion.

Kegiatan berbelanja melalui online tersebut tentunya sangat digandrungi oleh berbagai kalangan baik itu, anak-anak, mahasiswa ataupun ibu rumah tangga. Menurut survey penelitian yang dilakukan oleh Kompas menunjukkan pada tahun 2012 mahasiswa sendiri memiliki minat untuk berbelanja online dengan angka sebesar 19,9% yang mana pada umumnya mahasiswa berbelanja bukan hanya pada kebutuhan saja, melainkan juga demi kesenangan semata. Sehingga, menyebabkan seseorang tersebut menjadi boros atau lebih dikenal dengan sebutan konsumtif (Hasugian, 2005).

Gaya hidup konsumtif sendiri juga diindikatori oleh perilaku konsumtif yang mana mereka membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk hanya karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status, memakai produk karena unsur konsformitas terhadap model yang mengiklankan, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi dan mencoba lebih dari dua produk sejenai walaupun dengan merk yang berbeda (Sumartono, 2002).

Contoh kasus yang saat ini diteliti yaitu pada para perempuan di Desa Bulukagung yang sangat gemar sekali berbelanja melalui online shop. Mereka yang gemar berbelanja yaitu perempuan yang masih berkuliah ataupun hanya sebagai ibu

rumah tangga, dengan kata lain mereka masih masuk ke dalam golongan perempuan kelas menengah. Perempuan kelas menengah ini sendiri masuk pada kategori di tengah yang mana mereka cukup mampu untuk membeli kebutuhan hidupnya sendiri. Dari latar belakang di atas, perempuan di Desa Bulukagung sendiri lebih aktif dan tertarik berbelanja secara online melalui media sosial berbasis *Online Shopping*. Ketertarikan berbelanja melalui daring tersebut bermula ketika melihat sebuah tayangan produk fashion di Instagram. Tayangan produk tersebut bisa berupa iklan sponsor maupun *sale*. Kegiatan berbelanja daring tersebut membuat para perempuan memiliki gaya hidup konsumtif. Jika hal tersebut dilakukan secara terus menerus akan membuatnya menjadi ketergantungan. Hal inilah yang memotivasi peneliti untuk mengkaji ”Dampak tayangan produk fashion di Instagram terhadap perubahan gaya hidup konsumtif pada perempuan kelas menengah di Desa Bulukagung, Kecamatan Klampis, Kabupaten Bangkalan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka, dapat dirumuskan rumusan masalah yang akan dibuat dan dibahas yaitu:

“Bagaimana dampak tayangan produk fashion di Instagram terhadap perubahan gaya hidup konsumtif pada perempuan kelas menengah di Desa Bulukagung, Kecamatan Klampis, Kabupaten Bangkalan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian tersebut yaitu:

“Untuk mengetahui Bagaimana dampak dari adanya tayangan produk fashion di Instagram itu sendiri terhadap perubahan gaya hidup konsumtif pada perempuan kelas menengah di Desa Bulukagung, Kecamatan Klampis, Kabupaten Bangkalan”

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian tersebut yaitu:

- Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai dampak dari adanya produk fashion di instagram secara berlebihan yang mana akan menimbulkan gaya hidup yang konsumtif khususnya bagi para perempuan kelas menengah di Desa Bulukagung, Kecamatan Klampis, Kabupaten Bangkalan.

- Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian tersebut yaitu untuk memberikan suatu pandangan agar tidak terlalu berlebihan dalam berbelanja online sehingga tidak memiliki perubahan gaya hidup yang konsumtif bagi para perempuan kelas menengah di Desa Bulukagung, Kecamatan Klampis, Kabupaten Bangkalan.