

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan teknologi, maka banyaknya media yang dapat digunakan manusia untuk dijadikan alat dalam berkomunikasi, demikian pula dengan media sosial yang dapat dengan mudah diakses melalui jaringan internet. Pada umumnya fungsi dari media sosial diantaranya untuk berbagi pesan dengan banyak pengguna media sosial itu sendiri, yaitu berupa berita (informasi), gambar (foto) dan juga tautan video. Media sosial tidak hanya dapat di akses di perangkat komputer, tetapi dengan adanya aplikasi di *smartphone* atau telepon pintar, maka semakin memudahkan masyarakat untuk mengakses media sosial secara mobile sehingga dapat diakses kapanpun dan di manapun.

Kegiatan berbelanja melalui online tersebut tentunya sangat di gandrungi oleh berbagai kalangan baik itu. Anak-anak, mahasiswa ataupun ibu rumah tangga menurut survei 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 demi kesenangan semata. Sehingga menyebabkan seseorang tersebut menjadi boros atau lebih dikenal dengan sebutan konsumtif (Hasugian, 2005).

Dengan hadirnya internet dan media sosial tentunya dapat memudahkan penggunaanya dalam mendapatkan informasi sekaligus hiburan. selain itu pengguna media sosial oleh remaja dinggap salah satu wadah yang bisa membantu penemuan identitas diri, melalui media sosial remaja memiliki komunitas yang memberikan kesempatan untuk melakukan interaksi secara sosial dengan orang lain Media sosial selain berfungsi sebagai alat komunikasi bisa digunakan sebagai macam tujuan. Salah satunya menggunakan instagram dan lain sebagainya berbagai aplikasi media sosial dapat digunakan sebagai sarana melakukan strategi marketing bisnis. Salah satunya adalah Tiktok, Aplikasi ini memiliki fitur yang membantu para penjual online dalam

memasarkan produknya. Dengan adanya penggunaan aplikasi Tiktok di dalam konsep jual beli maka meningkatkan kaum remaja itu mengalami pergeseran dalam tingkat konsumtif.

Berbagai macam konten yang dibuat oleh pengguna Tiktok menumbuhkan tren-tren terbaru. Tren yang diciptakan beragam dan salah satunya tren yang selalu diciptakan oleh pengguna Tiktok adalah tren Fashion. Hal ini tentu di manfaatkan oleh pelaku usaha untuk memasarkan produk fashionnya melalui aplikasi tiktok. Adanya tren fhasion yang selalu *up date* membuat banyak masyarakat khususnya perempuan tergiur untuk belanja hanya untuk memiliki barang yang sering ramai dipasaran atau dengan kata lain tren *booming* (Levy, 2009). Tren tersebut di manfaatkan oleh anak-anak remaja untuk menambah penghasilan diluar dari kegiatan mereka. Tren ini digunakan untuk pemasaran produk fashion melalui live striming Tiktok yang saat ini sedang marak digunakan oleh para penjual untuk mempromosikan produk mereka. Tidak hanya itu saja Tiktok juga menyediakan banyak fitur yang mendukung para penjual untuk mempromosikan produk yang mereka miliki, dari penyediaan iklan maupun pembuatan video promosi berbayar dan kemudian penjual membuat video maupun iklan semenarik untuk menjangkau Konsumer. rata-rata fitur yang digunakan oleh remaja saat ini yaitu live striming maupun iklan berbayar, karena hal tersebut lebih efektif di banding dengan pembuatan video tiktok biasa.

Masyarakat modern adalah masyarakat konsumtif. Masyarakat yang terus menerus berkonsumsi. Namun konsumsi yang dilakukan bukan lagi sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar dan fungsional manusia. Masyarakat modern tidak cukup hanya mengkonsumsi sandang, pangan, dan papan saja untuk dapat bertahan hidup. Meskipun secara biologis kebutuhan makanan dan pakaian telah cukup terpenuhi, namun untuk kebutuhan dalam tatanan pergaulan sosial dengan sesama manusia lainnya, manusia modern harus mengkonsumsi lebih dari itu. Dapat dikatakan bahwa masyarakat modern saat ini hidup dalam budaya konsumsi. Sebagai suatu budaya, Konsumsi sangat mempengaruhi kehidupan sehari-hari dan mampu

menstruktur kegiatan keseharian di masyarakat. Nilai-nilai pemaknaan dan harga diri menjadikan sesuatu yang dikonsumsi menjadi semakin penting dalam pengalaman personal dan kehidupan sosial masyarakat. Konsumsi telah masuk ke dalam rasionalitas berpikir masyarakat dan teraplikasikan dalam kehidupan sehari-hari (Ulfa, 2014 : 34).

Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian pada remaja pengguna aplikasi Tiktok Bergesernya pola Konsumsi dari barang-barang kebutuhan pokok ke gaya hidup. Hasrat untuk membeli sebuah produk muncul karena mengikuti tren dan ingin mengikuti gengsi agar tidak ketinggalan zaman, maka dari itu banyak konsumen yang semakin loyal dalam berbelanja terlebih lagi pada produk fashion. Terkadang mereka memang sengaja membeli barang tersebut hanya untuk terlihat lebih menarik atau menunjang penampilan Dan banyak remaja pengguna aplikasi tiktok hanya untuk terlihat aksis saja.

1.2 Permasalahan

Adapun latar belakang diatas terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pola Konsumsi Remaja Perempuan Pengguna aplikasi Tiktok di desa kwanyar Barat Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan,?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pola konsumsi Remaja Perempuan pengguna tiktok kaum remaja di desa kwanyar Barat Kecamatan Kwanyar Kabupaten Bangkalan

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, terdapat manfaat penelitian sebagai berikut :

Secara teoritis proposal ini diharapkan peneliti dapat untuk memperkaya penelitian dibidang sosial budaya terutama dalam bidang pengaruh perubahan khusus nya yaitu tentang penggunaan aplikasi TikTok.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis proposal ini diharapkan peneliti dapat untuk memperkaya penelitian dibidang sosial budaya terutama dalam bidang

pengeruh perubahan khusus nya yaitu tentang penggunaan aplikasi TikTok.

1.4.2 Manfaat Praktis

- Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi masyarakat, agar mengetahui tentang gaya hidup remaja yang ditampilkan melalui video dalam akun tiktok
- Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk peneliti yang akan meneliti tentang pola konsumsi remaja pengguna tiktok studi fenomenologi Di Desa Kwanyar