
Dampak Media Sosial akan Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Tulungagung

Dian Ayu Nabila, Umi Masitoh, Veni Aprillianti

email: dian59347@gmail.com, umimasitohanap@gmail.com, veniaprillianti@gmail.com

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Tulungagung

Abstract

Social media makes it easier for users to communicate with each other or share content in the form of photos, videos, text or sound just by using a monitor screen. Social media users in Indonesia have reached 210 million users, with the biggest users being young people or students. The use of the internet is not only as a medium of communication but can be used in the industrial sector, education, business, etc. It is undeniable that the development of the internet is very influential in changing human lifestyles. This study aims to determine and describe the impact of social media on the lifestyle of Tulungagung University students. The research method that researchers use is a type of qualitative descriptive research. The results of the study show that social media is media that allows its users to participate in social activities through the internet which is not limited by distance, space or time. Tulungagung University students use social media such as WhatsApp, Instagram, Tiktok and Facebook. Social media has become a necessity and even a lifestyle for Tulungagung University students.

Keyword Social media; Lifestyle; Student

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa kita hindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Teknologi yang sebenarnya merupakan alat bantu/ekstensi kemampuan diri manusia, telah menjadi sebuah kekuatan otonom yang justru membatasi perilaku dan gaya hidup manusia.

Perkembangan teknologi memang sangat diperlukan, setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia serta memberikan cara baru dalam melakukan aktivitas (Nasution, M.S.A., Daulay, M.N.H., dan Susanti, 2017). Di era globalisasi ini, internet menjadi salah satu kebutuhan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Internet seakan-akan menjadi kebutuhan primer karena memenuhi hampir seluruh ruang kehidupan manusia.

Perkembangan internet yang sangat pesat mendorong munculnya berbagai jenis platform yang dapat digunakan untuk berkomunikasi seperti Instagram, Facebook, Twitter dan lain sebagainya. Platform-platform ini disebut media sosial (Nurriska, 2016).

Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2015)

Gaya hidup sendiri menurut (Setiadi, 2008) yaitu bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia

disekitarnya (pendapat). Gaya hidup atau biasa disebut Life Style adalah cara seseorang hidup. Gaya hidup merupakan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Sikap individu, nilai-nilai atau pandangan dunia merupakan cerminan dari gaya hidup seseorang.

Gaya hidup mahasiswa lebih mengarah kepada kepribadian mereka dan bagaimana mereka menempatkan posisinya sebagai insan akademik. Seorang mahasiswa juga harus mampu berfikir secara rasional akan adanya perkembangan media sosial yang ada. Dimana tidak serta merta mementingkan kepuasan atau keinginan saja akan tetapi kebutuhan. Perilaku konsumtif yang lama kelamaan bisa menjadi kebiasaan dan secara tidak sadar akan mengubah gaya hidup mahasiswa. Sekarang ini, banyak dari mahasiswa yang lebih mementingkan penampilan luar karena mengikuti trend di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih berorientasi pada gaya hidup di masa sekarang dan tidak berorientasi di masa depan.

Berdasarkan pengamatan penulis di lapangan, kampus justru sebagai tempat ajang pamer penampilan dan gaya hidup padahal seharusnya kampus digunakan untuk mencari ilmu, bersosialisasi, bertukar pendapat dan lain sebagainya. Mahasiswa yang mempunyainya kemampuan finansial yang cukup baik akan lebih mudah terpengaruh dengan gaya hidup konsumtif.

Menurut (Trimartati, 2014) gaya hidup hedonis cenderung menimbulkan tingkah laku melalui interaksi sosial individu satu dengan yang lainnya guna mendapatkan kesenangan pribadi. Mereka akan dibilang gaul jika mengikuti perkembangan fashion yang lagi viral dan memakai barang-barang merk terkenal. Selain itu, mahasiswa dengan perekonomian menengah juga mengikuti gaya hidup konsumtif karena adanya tuntutan pergaulan di lingkungan sekitar.

Sehingga sebagian mahasiswa kini lebih mementingkan gengsi, trend dan penampilan. Uang saku mahasiswa lebih di prioritaskan untuk membeli sesuatu yang diinginkan daripada kebutuhan untuk menunjang kegiatan perkuliahan. Keadaan seperti ini sangat jelas dan nyata di lingkungan sekitar kita. Akan lebih tepat diberikan data melalui metode kualitatif. Berangkat dari hal tersebut maka peneliti ingin mengetahui bagaimana media sosial mempengaruhi gaya hidup mahasiswa Universitas Tulungagung dan mendeskripsikannya

METODE

Lokasi penulisan dan penelitian dilakukan di lingkungan kampus Universitas Tulungagung. Untuk memvalidasi penelitian maka penulis melakukan observasi dan wawancara kepada beberapa Mahasiswa Universitas Tulungagung sebagai informan yang juga sebagai mahasiswa aktif di beberapa fakultas yang ada di universitas Tulungagung yakni dari Fakultas Hukum, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Fakultas Ekonomi dan Fakultas Pertanian serta pengambilan data-data penelitian dengan dukungan sumber referensi yang berasal dari buku dan jurnal elektronik, serta browsing disitus-situs (website) yang ada di internet sehingga mampu memberikan informasi dan kebutuhan akan data-data yang diteliti.

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu metode yang ada di dalam pengumpulan data dengan menggunakan teknik atau cara yang digunakan oleh para peneliti untuk mengumpulkan data (Riduwan, 2010). Tanpa mengetahui cara pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang sesuai dengan standar yang telah ada.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan

deskriptif. Menurut (Mukhtar, 2013) metode penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu. Dalam kegiatan penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yakni observasi dan wawancara. Secara umum, observasi ialah aktivitas untuk mengetahui sesuatu dari fenomena-fenomena. Aktivitas tersebut didasarkan pada pengetahuan dan gagasan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi dari fenomena yang diteliti. Sedangkan wawancara memiliki tujuan yaitu untuk memperoleh informasi yang akurat dari narasumber dengan menyampaikan beberapa pertanyaan tertentu kepada narasumber dan jawaban-jawaban dicatat atau direkam dengan alat perekam (tape recorder).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berkat teknologi baru seperti internet segala kebutuhan manusia dapat dipenuhi. Mulai dari kebutuhan untuk bersosialisasi, mengakses informasi sampai kepada pemenuhan kebutuhan hiburan. Kini, kehadirannya lebih dimanfaatkan sebagai media sosial oleh masyarakat (Baidu, 2014). Media sosial adalah media yang membuat penggunaannya untuk berperan dalam kegiatan sosial melalui jaringan internet yang tidak dibatasi oleh jarak, ruang, atau waktu.

Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa masyarakat yang berperilaku konsumtif tidak melihat usia, jenis kelamin dan pekerjaan. Mereka bisa saja dari kaum remaja, dewasa dan orang tua namun beberapa penelitian melaporkan bahwa remaja cenderung berperilaku konsumtif (Widyaningrum, D., & Puspitadewi, 2016). Media sosial sudah menjadi hal yang berharga di kalangan mahasiswa. Tetapi masih banyak mahasiswa yang belum bisa

menggunakan media sosial selayaknya, maka dari itu akan berdampak negatif di kalangan mahasiswa. Media sosial yang semakin berkembang memberikandampak yang besar terhadap gaya hidup masyarakat, dan dilihat dari zaman yang serba modern ini, media sosial bukan hanya sekedar media komunikasi, tetapi merupakan bagian dari gaya hidup manusia, terutama di kalangan pelajar dan mahasiswa. Pesatnya perkembangan media sosial juga dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial. Para pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan jaringan internet tanpa biaya yang besar dan dapat dilakukan sendiri dengan mudah (Istiani & Islamy, 2020).

Peneliti melakukan penelitian dengan mahasiswa Universitas Tulungagung untuk mengetahui bagaimana media sosial mempengaruhi gaya hidup mahasiswa. Dalam mengikuti perkembangan zaman, media sosial yang digunakan oleh mahasiswa Universitas Tulungagung yaitu instagram, twitter, facebook dan whatsapp. Dilihat dari segi penampilan mahasiswa Universitas Tulungagung cukup menarik. Penampilan yang menarik tidak jauh dari make-up, perawatan kecantikan beserta model pakaian yang modis dan cenderung mengikuti gaya.

Perubahan gaya hidup pada mahasiswa melekat dengan perkembangan zaman beserta teknologi karena teknologi dan zaman yang semakin berkembang dan canggih akan melahirkan perkembangan dan penerapan gaya hidup yang berbeda dari sebelumnya seperti gaya berpakaian, gaya berbicara, gaya berbahasa, maupun gaya hidup yang berlebihan dalam aktivitas sehari-hari. Perubahan yang berlebihan tidak hanya terhadap produk branded saja melainkan menyukai berwisata kuliner, mencoba makanan dan minuman baru yang

ada di Kota Tulungagung maupun di luar Kota Tulungagung.

Menurut (Kotler, 2002) gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan totalitas seorang yang berhubungan dengan lingkungan. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pandangan hidup seseorang yang dilakukan dalam kegiatan, minat dan pandangan dalam membelanjakan anggarannya dan cara mendistribusikan waktu. Misal pola hidup boros yang terjadi pada masyarakat di kalangan mahasiswa. Sebagaimana hasil wawancara dengan Feni mahasiswa fakultas hukum semester 7 yang mengatakan: “Saya buka aplikasi instagram, whatsapp, Tiktok, facebook itu setiap hari tapi kalo youtube jarang. Ya kan di Instagram, youtube ada banyak akun-akun yang bisa dimanfaatkan, misalnya cara pakai jilbab yang simpel modern. Terus kalau saya terbantu dengan adanya akun olshop. Jadi memudahkan kita kalau mau apa-apakarena ada Instagram. Paling ngebantu itu Instagram, menurut saya wajar kalau mengikuti gaya hidup yang ada di media sosial dan sangat membantu mahasiswa supaya tidak dibilang ketinggalan zaman. Meskipun begitu dengan mahasiswa yang bernama Falin mahasiswa FISIP semester 7 yang mengatakan: “Kalau saya setiap hari saya buka whatsapp sama Tiktok, tapi cuma beberapa jam saja, kalau instagram tidak setiap hari paling cuma liat tips masakan sama fashion. Saya juga memakai medsos untuk melihat berita terbaru, atau yang sedang viral saat ini. Dari hasil wawancara mahasiswa menghabiskan uang untuk memenuhi segala keinginannya, keadaan ini dilakukan mahasiswa secara sadar untuk masuk ke kehidupan dan perilaku yang boros. Menurut (Empati, 2018) konsumtif yaitu menggunakan barang atau jasa dengan cara berperilaku boros dan berlebihan yang lebih mendahulukan keinginan daripada

kebutuhan dalam segi prioritas atau dapat juga dikatakan gaya hidup berlebihan.

Adanya produk alat komunikasi terbaru yang diluncurkan oleh pihak perusahaan yang terkesan lebih canggih dan moderen dari produk sebelumnya, bagi mereka alat komunikasi terbaru tidak susah untuk dimilikinya. Ditambah dengan brand yang melekat di setiap produk yang terbaru, bagi yang memiliki akan muncul kebanggaan tersendiri.

Mahasiswa yang merupakan makhluk kognitif tidak lepas dengan pengaruh tersebut, begitupun sebagian besar dari mahasiswa masih menggantungkan kebutuhan hidup kepada orang tuanya, tetapi untuk urusan produk yang baru dilahirkan beserta brand tertentu menjadi pilihan hidup. Keterkaitan mahasiswa perlu produk baru serta brand tertentu dilandasi adanya keinginan untuk mencoba dengan hal-hal baru, sebagai wadah simbol sosial, dan kebutuhan akan status. Sebagaimana yang dikatan oleh Intan mahasiswa Fakultas Ekonomi semester 7 saat diwawancara bahwa “Kalau saya setiap hari buka Instagram, facebook, whatsapp dan tiktok karena di situ saya bisa melihat model baju yang modern dan model jilbab, saya kalau jilbab kadang mengikuti tren mungkin sekarang kerudung motif bunga-bunga itu sudah banyak di grup whatsapp atau instagram, saya pernah juga beli karena banyak yang memakai jadi tambah percaya diri dengan menggunakan produk baru dan brand tertentu menjadi hal yang harus dimiliki. Lebih lanjut “Saya menggunakan whatsapp, facebook, instagram, kurang lebih 8 jam sehari kadang pake twitter juga tapi jarang di buka. Saya suka mengikuti gaya hidup dari media sosial biar tidak dibilang ketinggalan zaman, apa lagi sekarang zaman udah berkembang sudah serba canggih, saya juga pernah beli di online shop. Mulai dari baju sudah pernah mbak, sepatu juga pernah karena gambarnya

bagus, terus modelnya juga lagi ngetrend, harganya terjangkau juga mbak. Semakin bermerek suatu barang yang digunakan semakin mempengaruhi kepercayaan diri untuk berinteraksi apalagi kalau modelnya yang lagi musimsekarang dan yang paling utama nyaman dipake, rasa nyaman juga meningkatkan kepercayaan diri. Pakaian bermerek yang digunakan saat berkumpul dengan teman-teman dapat menambah percaya diri, kita merasa percaya diri karena barang yang di pakai berkesan, apalagi sesuai dengan perkembangan zaman.

Dari hasil wawancara tersebut sangat jelas bahwa cara yang dilalui mahasiswa untuk menambah kepercayaan diri pada saat bergaul yaitu dengan menggunakan barang-barang yang berkesan meskipun mahal. Gaya hidup moderen yang melanda mahasiswa Universitas Tulungagung tidak lepas dari pengaruh iklan yang ditampilkan dilayar kaca media sosial. Dalam aktivitas yang lagi hits saat ini tayangan iklan di media sosial yang telah membujuk masyarakat khususnya mahasiswa bahwa dalam menjalani aktivitas menjadi lebih bermakna jika menggunakan dan memakai barang dan jasa yang dimaksud. Veni Aprilianti mahasiswa FISIP semester 7 misalnya beliau mengatakan bahwa: "Saya menggunakan instagram dan whatsapp setiap hari untuk berjualan online, dengan adanya media sosial sangat memberikan manfaat dan memberikan kemudahan bagi saya untuk mendapatkan uang tambahan. Saya mempromosikan produk saya dengan tampilan gambar dan video yang menarik. Karena iklan memberikan gambaran pengertian kualitas suatu barang, seperti iklan jilbab secara langsung memberikan gambaran tentang jilbab yang lagi tren saat ini, menjadi referensi sebelum ke pusat perbelanjaan, sementara iklan yang ada memberikan gambaran produk dengan kualitas dan referensi harga yang cocok dengan kondisi keuangan."

Menurut Lilin mahasiswa fakultas pertanian semester 7 mengatakan "Sayapake facebook, tiktok, whatsapp, instagram saya jarang upload foto, tapi kalo buka medsosnya setiap hari, liat-liat model fashion yang lagi hits, make up natural dari iklan yang ditampilkan sangat penting, karna iklan yang membuatnya tertarik membeli barang-barang yang di inginkan, saat melihat iklan yang menarik membuat konsumen tertarik langsung membelinya". Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa faktor penyokong gaya hidup modern yang ditiru oleh mahasiswa yaitu dari media sosial.

Teknologi komunikasi dengan kebudayaan melalui beberapa sudut pandang. Pertama, teknologi komunikasi dianggap sebagai faktor yang determinan dalam masyarakat, independen dan bisa menciptakan perubahan dalam masyarakat. Kedua, teknologi komunikasi sebagai produk industrialisasi yang diciptakan secara massal dalam jumlah yang sangat banyak. Ketiga, teknologi komunikasi melahirkan alat yang baru yang tidak semua orang bisa mengenalnya dengan baik dimana kekuatan saling mempengaruhi antara teknologi komunikasi sendiri dengan kekuatan sosial yang ada dalam masyarakat tidak dapat diprediksi secara tepat (Abrar, 2003). Perkembangan zaman dalam bidang teknologi dan pengetahuan mendominasi perekonomian masyarakat, ditemui dengan semakin mudahnya masyarakat mengakses informasi dan berkomunikasi, sehingga untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya semakin mudah, efektif dan efisien apalagi melihat masyarakat saat ini lebih banyak menggunakan teknologi sehingga muncul orang yang melakukan jual beli yang dapat diakses dengan melalui sebuah layar di smartphone.

Dengan adanya jual beli online memudahkan mahasiswa untuk memilih dan mendapatkan barang yang diperlukan, dengan adanya dukungan teknologi,

seseorang tidak perlu lagi untuk berkunjung ke pusat perbelanjaan tinggal klik langsung datang. Perkembangan ilmu pengetahuan memberikan dampak positif salah satunya adalah efisiensi waktu, manusia moderen tidak perlu harus capek-capek keluar rumah untuk mencari barang yang diinginkan, hanya melalui layar ponsel tinggal klik sudah bisa melakukan transaksi, beli barang online lebih update dengan barang terbaru dan pilihannya banyak. Berbicara mengenai kemajuan teknologi informasi dan ilmu pengetahuan yang telah memberi kemudahan manusia khususnya Titis mahasiswa FISIP semester 3 Mengatakan bahwa; kalau saya pakai whatsapp buat komunikasi dalam sehari-hari, kalau instagram buat liat kuliner yang lagi hits kalo fashion kurang terlalu suka. Untuk mengatur jadwal jalan bersama teman-teman cukup berkomunikasi lewat sosial media yang beragam kadang whatsapp kadang instagram, di media sosial juga saya bisa mencari informasi yang saya butuhkan tidak memerlukan waktu yang lama untuk mendapatkan.

Ada pula mahasiswa mengatakan kurang suka, seperti Elik Mahasiswa FISIP semester 5 “saya pake whatsapp, instagram, tiktok buka seperlunya aja kalo ada waktu santai tapi kurang suka dengan beli online dan saya juga tidak suka dengan gaya yang ada di media sosial karena dengan meniru gaya di media sosial tidak bisa menjadi diri sendiri, tapi kalau mencari informasi ataupun berita media sangat memudahkan saya.

Sedangkan menurut Yuana mahasiswa Fakultas Ekonomi semester 7 “saya pakai instagram, whatsapp untuk komunikasi dengan teman-teman, tapi saya tidak mengikuti gaya hidupnya di media sosial soalnya tidak percaya diri saya lebih senang hidup apa adanya, kalau tidak mengikuti trend di media sosial tidak menguntungkan bagi saya dan jangan terlalu maksain diri

untuk mengikuti tren di media sosial dan tidak harus sama dengan yang lain.

Gaya hidup seseorang tidak hanya ditentukan dari setiap individu, tetapi juga ditentukan oleh lingkungan yang ada disekitar. Kegemaran seseorang memainkan media sosial ini melahirkan sebuah fenomena baru yang menjadi media sosial sebagai panutan gaya hidup seseorang. Karakter seseorang akan gaya hidup bisa berubah merupakan kebutuhan manusianya itu sendiri untuk meningkatkan status di lingkungannya. Timbulnya tanggapan mengenai gaya hidup bahwa jika tidak mengenal mode dan gaya akan ketinggalan zaman dan akan dikucilkan oleh lingkungan sekitar, maka kondisi itulah yang menjadi pengaruh besar bagi mahasiswa untuk selalu mengikuti trend yang ada di media sosial (Oktaviani, 2019)

Keadaan seperti ini membuktikan bahwa media sosial sangat menguasai gaya hidup seseorang. Pengaruh negatif dari media sosial dirasakan oleh kalangan mahasiswa yaitu dengan adanya ketergantungan, karena sering munculnya tren-tren yang tidak baik menimbulkan sifat konsumtif dan ketika berkumpul bersama teman-teman setiap individu akan memainkan handphonenya masing-masing sehingga menyebabkan kurang adanya interaksi. Bukan karena alasan mengikuti tren, adanya pengaruh teman dan iklan dalam media sosial juga menjadi salah satu faktor alasan. Perihal ini dikarenakan adanya rasa segan apabila tidak mengikuti tren dan keinginan untuk diterima di kelompok pertemanan yang membuat mahasiswa menyesuaikan kegiatan konsumsi dengan kelompok pertemanan dan bisa terbawa arus tren yang terus berkembang.

Ada juga dampak positif yang ditimbulkan dalam penggunaan mediasosial di kalangan mahasiswa yaitu sebagai wadah untuk promosi, sebagai wadah memperoleh dan menyebarkan informasi tetapi harus memastikan keabsahan informasi yang

diterima dan memilah informasi yang berguna dan bermanfaat, dan sebagai sarana untuk jual beli online. Dilihat dari sudut pandang perilaku mahasiswa Universitas Tulungagung terlibat ke dalam pembelian yang impulsif. Menurut (Rook, 1987) perilaku pembelian impulsif didasarkan pada stimulan yang mendadak, diikuti oleh ketertarikan, kesenangan dan tidak dapat menolak dorongan untuk membeli. Pembelian impulsif menunjukkan seorang membelisesuatu hanya semata-mata karena dilandasi oleh dorongan yang tiba-tiba menginginkan sesuatu pada sesaat tanpa memikirkan apa yang akan terjadikemudian hari dan bersifat emosional. Pada sudut pandang ini menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Tulungagung apabila membeli suatu kebutuhan untuk fashion semata-mata karena dilandasi oleh keinginan sesaat yang dilakukan tanpa memepertimbangkannya terlebih dahulusehingga tidak memikirkan apa yang akan terjadi dikemudian hari dan biasanya bersifat emosional.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah media yang membuat penggunaanya untuk berperan dalam kegiatan sosial melalui jaringan internet yang tidak dibatasi oleh jarak, ruang, atau waktu. Mahasiswa Universitas Tulungagung menggunakan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Tiktok dan Facebook. Media sosial sudah menjadi kebutuhan bahkan gaya hidup mahasiswa bagi mahasiswa Universitas Tulungagung. Pengaruh media sosial bagi mahasiswa Universitas Tulungagung memiliki dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif yang dirasakan yaitu sebagai sarana untuk jual beli online, mencari dan menyebarkan informasi yang tentunya sudah di pilah-pilah dan pasti akan kebenarannya. Sedangkan dampak negatifnya yaitu adanya ketergantungan untuk terus mengikuti trend-trend yang viral di media sosial sehingga

menyebabkan perilaku boros/konsumtif. Kedua, menyebabkan kurangnya interaksi seperti saat berkumpul denganteman kadang setiap individu malah asik dengan handphonenya sendiri.

Dilihat dari aspeknya perilaku mahasiswa universitas Tulungagung termasuk dalam perilaku pembelian impulsif dimana mahasiswa membeli barang semata-mata hanya didasari oleh keinginan sesaat atau hasrat yang tiba-tiba tanpa memikirkan kebutuhan jangka panjang. Berdasarkan penjelasan tersebut, ada beberapa hal yang bisa dipertimbangkan sebagai masukan untuk meningkatkan kualitas gaya hidup mahasiswa Universitas Tulungagung, yaitu sebaiknya mahasiswa lebih dapat mengatur gaya hidup yang lebih baik, dapat hidup berkelompok untuk melakukan kegiatan-kegiatan positif serta menghindari dampak negatif dari perkembangan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, A N. (2003). Teknologi Komunikasi Perpektif Ilmu Komunikasi. LESFI.
- Baidu, et al. (2014). Jelajah Mobile di Indonesia. Baidu Indonesia.
- Empati, et al. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro, 189-195.
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial di Indonesia. *Asy Syar'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah dan Perbankan Islam*, 5(2), 202-225. <https://doi.org/10.32923.v5i2.1586>
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Milenium). Prehalindo.
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktid Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Refrensi (GP Pres Group)
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosio teknologi*, Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, M.S.A., Daulay, M.N.H., dan Susanti N. (2017). *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. PT. Raja Grafindo Persada.

- Nurriszka, A. F. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Pelajar SMAN 4 Pontianak. Oleh program studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Diera seseorang hidup. Sebuah gaya hidup antar 4.
- Oktaviani, D. (2019). Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metri. 5-10
- Riduwan. (2010). Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian: Alfabeta
- Rook, D.W (1987). "The Buying Impulse. "Journal of Consumer Research, 14, 189-199.
- Setiadi. (2008). Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Kencana
- Trimartati (2014). Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan Psikopedagogia.
- Widyaningrum, D., & Puspitadewi, N. (2016). Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Tipe Kepribadian pada Siswa Sekolah Menengah Atas. Psikologi Teori dan Terapan, 102-106. [Hhttps://doxplayer.info/67563592-Perbedaanperilaku-konsumtif- ditinjau-dari-tipe-kepribadian-pada- siswa-sekolahmenengah-atas.html](https://doxplayer.info/67563592-Perbedaanperilaku-konsumtif-ditinjau-dari-tipe-kepribadian-pada-siswa-sekolahmenengah-atas.html)