

**DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KECENDERUNGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA
USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH (FUAD) INSTITUT AGAMA
ISLAM NEGERI (IAIN) LANGSA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

DINDA SYAFAATI
NIM : 3012017035

**PROGRAM STUDI
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**



**FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
1443 H / 2022 M**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut
Agama Islam Negeri Langsa Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)
Dalam Ilmu Dakwah dan Komunikasi**

Oleh:

DINDA SYAFA'ATI
NIM: 3012017035

**Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,



Zulkarnain, S.Ag, M.A.
Nip.197405132011011001

Pembimbing II,



Dedy Surya, M.Psi
Nip.199107172018011001

Telah dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Langsa
Dinyatakan Lulus dan Diterima Sebagai Tugas Akhir
Penyelesaian Program Sarjana (S-1) Dalam
Ilmu Bimbingan dan Konseling Islam

Pada hari/Tanggal:

Senin, 02 Februari 2022 M
01 Rajab 1443 H

PANITIA SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Ketua

Zulkarnain, S.Ag, M.A
NIP. 197405132011011001

Sekretaris

Dedy Surya, M.Psi
NIP. 199107172018011001

Penguji I

Suparyany, M.A

Penguji II

Danil Putra Arisandy, M.Kom.I

Mengetahui

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Langsa



Dr. Mawardi Siregar, MA
NIP. 19761116 200912 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Syafaati

NIM : 3012017035

Fakultas/Jurusan : Ushuluddin Adab dan Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran
Islam

Alamat : Dusun Abadi Telaga Meuku Sa Banda Mulia

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa”** adalah benar hasil karya sendiri dan original sifatnya. Apabila dikemudian hari ternyata/terbukti hasil plagiat karya orang lain, maka akan dibatalkan dan saya siap menerima sanksi akademik sesuai dengan persyaratan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya.

Langsa, 12 Januari 2022



Membuat Pernyataan

inda syafaati
inda syafaati

NIM: 3012017035

DAFTAR ISI

PNDAHULUAN.....
ABSTRAK.....
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah
B. Identifikasi Masalah.....
C. Rumusan Masalah
D. Tujuan Penelitian
E. Manfaat Penelitian
1. Manfaat Teoritis
2. Manfaat Pratis
F. Sistematika Pembahasan
BAB II TINJAUAN PUSTAKA
A. Penggunaan Media Sosial
1. Definisi Media Sosial
2. Jenis-Jenis Media Sosial
3. Dampak Media Sosial
4. Media Sosial Sebagai Media Komunikasi
5. Penggunaan Media Sosial Dalam Perspektif Teori Uses And Gratification (Penggunaan Dan Kepuasan)
B. Perilaku Konsumtif
1. Definisi Perilaku Konsumtif
2. Dampak Positif Dan Negatif Dari Perilaku Konsumtif
3. Aspek Perilaku Konsumtif
4. Faktor-Faktoryang Mempengaruhi Perilaku Konsmtif
C. Kajian Terdahulu
BAB III METODE PENELITIAN
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian
B. Sumber Penelitian
C. Lokasi Penelitian
D. Teknik Pengumpulan Data
1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi
4. Teknik Analisis Data
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....

1. Visi, Misi, Tujuan	
2. Jumlah Mahasiswa	
3. Jumlah Dosen	
B. Dampak Penggunaan Media Sosial Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah (Fuad) Institut Agama Islam Negeri (Iain) Langsa	
C. Bentuk Kecenderungan Perilaku Konsumtif Dalam Bermedia Sosial Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah (Fuad) Institut Agama Islam Negeri (Iain) Langsa	
D. Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Kecenderungan Perilaku Konsumtif	
E. Analisis	
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	
B. Saran	
DAFTAR PUSTAKA	

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan manusia begitu banyak kenikmatan, selanjutnya shalawat beserta salam disampaikan kepangkuan Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnyasekalian yang telah membawa umat manusia dari alam kebodohan kepada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Alhamdulillah, dengan petunjuk-Nya penulis telah dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul:” **Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Ushuluddin Adab Dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa**”. Yang bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat yang diperlukan dalam memperoleh Gelar Sarjana pada IAIN Langsa.

Dalam proses penyelesaian karya tulis ini, penulis menghadapi berbagai kesulitan dan hambatan, terutama disebabkan kekurangan ilmu dan pengalaman yang penulis miliki, akan tetapi berkat usaha keras, bimbingan, motivasi serta bantuan dari berbagai pihak, kesulitan dan hambatan tersebut insya Allah telah dapat teratasi dengan baik.

Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada bapak pembimbing yang telah menyediakan waktu untuk memberikan masukan-masukan yang sangat berguna bagi penulis dari pertama sampai selesai, do’a kami semoga bantuan tersebut menjadi amal ibadah dan mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Pada kesempatan ini juga penulis sampaikan ucapan terima kasih pula kepada:

1. Kepada kedua orang tua tercinta yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doanya untuk saya agar menyelesaikan skripsi ini dengan segera. Doa tulus darinya selalu menyertaiku hingga saat ini.
2. Bapak Dr. H.Basri Ibrahim, MA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa yang telah memimpin Perguruan Tinggi ini dimana peneliti menimba ilmu pengetahuan didalamnya.
3. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah, Yakni Bapak Dr. H. Muhammad Nasir, MA, para dosen yang mendidik saya, serta seluruh civitas akademik yang banyak membantu penulis dalam menempuh pendidikan tinggi hingga selesai.
4. Bapak Zulkarnaian, S.Ag,M.A selaku Pembimbing I dan selaku ketua jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.
5. Bapak Dedy Surya, M.Psi selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan penelitian dan penyelesaian skripsi ini dengan sebaik mungkin.
6. Terimakasih untuk saudara saudara yang selalu memotivasi dan mendo'akan saya agar selalu semangat.
7. Terimakasih untuk teman teman unit 2 yang terkadang juga menemani.
8. Terimakasih untuk sahabat-sahabat yang juga selalu memotivasi agar tetap semangat dan tidak mudah putus asa.
9. Semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi yang namanya tidak mungkin disebut satu persatu.

Atas segala bantuan, kebaikan dan sumbangsih semua pihak, penulis do'akan semoga Allah jadikan amal ibadah baginya dan pahala yang berlipat ganda.

Akhirnya penulis menyerahkan kepada Allah SWT, dengan harapan semoga skripsi ini akan bermanfaat hendaknya kepada penulis khususnya dan kepada para pembaca umumnya. Amin Ya Rabbal 'Alamin.

Langsa, 12 Januari 2022

Penulis

Dinda Syafaati

Nim: 3012017035

ABSTRAK

Dinda Syafaati, 2022 **Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Ushuluddin Adab Dan Dakwah(FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.**Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Langsa.

Media sosial adalah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Seiringnya zaman dan waktu media sosial fungsinya juga semakin bertambah dahulu media sosial hanya sebagai perantara komunikasi antara 1 orang dengan yang lainnya. saat ini media sosial juga dapat digunakan sebagai media berbisnis sehingga masyarakat dapat dengan mudah untuk berbelanja dan prosesnya juga sangat mudah sehingga sangat banyak orang saat ini tergiur untuk selalu berbelanja melalui media sosial. Karna kemudahan berbelanja di dalam media sosial maka terjadilah seseorang untuk berperilaku konsumtif

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dampak penggunaan media sosial pada mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa dalam berperilaku konsumtif, mengetahui apa saja bentuk kecenderungan perilaku konsumtif pada media sosial pada mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa, dan mengetahui Bagaimana dampak penggunaan media sosial terhadap kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Uses and Gratification* (Penggunaan dan Kepuasan) Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan metode kualitatif dan Penelitian ini mengambil data yang didapat dari lapangan yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti yaitu mengenai tentang Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa FUAD IAIN Langsa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mahasiswa FUAD IAIN Langsa dalam menggunakan media sosial berdampak ketergantungan sehingga mereka cenderung memiliki sikap yang konsumtif karena keinginan berbelanja mereka sangat tinggi sehingga cenderung berperilaku konsumtif. Dalam sebuah trend mahasiswa FUAD IAIN Langsa akan terdorong untuk mengikuti gaya tersebut. Mereka hanya melihat melalui media sosial kemudahan akan cenderung berperilaku konsumtif. Mereka berbelanja bukan hanya karena kebutuhan saja melainkan juga untuk kepuasan diri sehingga berdampak negatif karena gaya hidup yang mengikuti trend untuk kepuasan diri.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kalangan mahasiswa merupakan salah satu kelompok sosial dalam masyarakat yang rentan terhadap pengaruh gaya hidup, tren, dan mode yang sedang berlaku. Bagi mahasiswa sendiri, mode, penampilan, dan lainnya merupakan hal penting yang mendapatkan perhatian khusus. Adanya pergeseran makna dalam pengonsumsian suatu barang yang mana bukan lagi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar manusia namun sebagai alat pemuas keinginan yang di dalamnya terdapat berbagai simbol mengenai peningkatan status, prestise, kelas, gaya, citra-citra yang ingin ditampilkan melalui pengonsumsian suatu barang merupakan adanya indikasi perilaku konsumtif.

Pernyataan sebenarnya yang sengaja digembar-gemborkan oleh berbagai media massa mengenai standar penampilan menjadikan mahasiswa menginginkan gaya yang sesuai dengan tren masa kini dan mendorong mereka untuk memiliki perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah perilaku seorang individu yang menghabiskan barang atau memakai jasa dengan tujuan untuk memuaskan keinginannya saja namun sebenarnya tidak terlalu bermanfaat atau berpengaruh besar bagi kehidupannya.

Makna konsumsi bergeser dari sekedar memenuhi kebutuhan berubah menjadi memenuhi keinginan. Budaya konsumen merupakan budaya baru dalam parameter konsumsi yang banyak menyoroti fondasi dari pergeseran konsumsi. Konsumsi akan barang-barang yang memiliki nilai image beberapa dekade sudah menjadi fenomena.¹Konsumen aktif dari bisnis online tanpa disadari sudah menjadi sebuah kebiasaan dan menjadi sebuah gaya hidup yang

¹ Trigita Ardikawati Java Tresna, *Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Fis Uny Pada Klinik Kecantikan*, Universitas Negeri Yogyakarta, H.8

konsumtif dan dapat menimbulkan rasa ketergantungan pada pembelinya. Salah satu faktor yang membuat orang memilih berbelanja online dibandingkan harus membeli langsung ke toko yaitu dari segi harga. Pembisnis online biasanya akan menawarkan barang dengan harga yang lebih murah dan terjangkau.²

Perkembangan teknologi di bidang komunikasi dalam dua dekade belakangan ini kian pesat. Misalnya di awal tahun 2000-an, telepon kabel hanya dapat dilihat ditempat umum atau hanya dimiliki beberapa kantor maupun rumah tertentu. Begitu juga yang terjadi dengan telepon genggam (*handphone*) pada masa itu. Temuan maupun inovasi terbaru di bidang komunikasi terus terjadi mengikuti kebutuhan manusia. Telepon genggam yang awalnya susah untuk dibawa kemana-mana karena memiliki ukuran yang besar, kini telah berubah menjadi benda yang mudah dan gampang dimasukkan ke dalam saku baju maupun celana. Bahkan kini telepon genggam mampu mengakses internet secara langsung atau saat ini dikenal dengan sebutan telepon pintar (*smartphone*).

Telepon pintar kini seolah menjadi suatu kebutuhan baru bagi setiap orang. Media komunikasi tersebut dianggap mempermudah seseorang untuk mencari dan mendapatkan berbagai informasi dari dunia hanya dengan fasilitas akses internet. Tidak hanya itu, telepon pintar juga sering digunakan sebagai media berinteraksi antar manusia di dunia maya melalui fitur yang dikenal dengan nama media sosial. Media ini sering juga digunakan untuk bertukar maupun berbagi informasi, foto, video, atau hal lainnya.

Menurut Nasrullah, media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual.³ Sosial media

²Waluyo dkk, *Ilmu Pengetahuan Sosial*, (Jakarta, Pusat Perbukuan Departemen Pendidikan Nasional:2008), h.202

³Ahmad Setiadi, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*, Jurnal Cakrawala, Vol 16, No(2016),H.1

sejatinya memang sebagai media sosialisasi dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai bisnis online. Jadi wajar jika keberadaannya dijadikan sebagai media pemasaran yang paling mudah dan murah. Bisnis online tidak lagi menjadi istilah asing dimasa ini. Sebagian orang mendefinisikan bahwa bisnis online adalah suatu aktivitas bisnis baik jasa maupun produk ditawarkan melalui media sosial, mulai dari negosiasi hingga kegiatan transaksinya, seperti menjual pakaian, perhiasan, kosmetik dan lainnya tanpa harus bertatap muka antara penjual dan pembeli. Aktivitas yang dilakukan di media sosial untuk menghasilkan uang, sama halnya dengan kegiatan bisnis yang dilakukan di kehidupan nyata.

Fenomena budaya konsumtif yang tinggi di masyarakat termasuk pada mahasiswa di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa disebabkan karena tingginya tingkat kebutuhan hidup. Ditambah lagi, kehadiran media sosial di era digital yang ada saat ini membuat seseorang bisa dengan mudah melakukan transaksi hanya cukup menggunakan gadget dan tanpa harus keluar rumah atau bepergian kesuatu tempat. Terkait kemudahan-kemudahan itu, apakah menjadikan mahasiswa lebih konsumtif atau tidak. Tentunya ini membutuhkan suatu penelitian untuk membuktikannya.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti berupaya untuk meneliti lebih lanjut tentang **“Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Kecenderungan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa”**.

B. Identifikasi masalah

Identifikasi masalah adalah kumpulan masalah-masalah yang ada dalam penelitian. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka identifikasi masalahnya berupa:

1. Penggunaan media sosial secara signifikan berpengaruh pada kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.
2. Penggunaan media sosial dengan mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa cenderung tinggi.
3. Perilaku konsumtif mahasiswa yang tinggi dapat menimbulkan rasa ketergantungan.

C. Rumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana dampak penggunaan media sosial pada mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa dalam berperilaku konsumtif?
2. Apa saja bentuk kecenderungan perilaku konsumtif pada media sosial pada mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa?
3. Bagaimana dampak penggunaan media sosial terhadap kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa?

D. Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan penelitian ini terbagi menjadi 3 bagian yaitu :

1. Untuk mengetahui dampak penggunaan media sosial pada mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa dalam berperilaku konsumtif

2. Untuk mengetahui bentuk kecenderungan perilaku konsumtif pada media sosial pada mahasiswa Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa
3. Untuk mengetahui dampak penggunaan media sosial terhadap kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa dalam kecenderungan berperilaku konsumtif pada penggunaan media sosial agar lebih mengutamakan kebutuhan yang menjadi prioritas utama bukan berdasarkan keinginan sehingga mahasiswa tidak berperilaku konsumtif.

2. Manfaat Praktis

- Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan penulis mengenai penggunaan media sosial terhadap kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa.
- bagi mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa agar lebih baik dalam menggunakan media sosial sehingga tidak terjadi perilaku konsumtif.

F. Sistematika Pembahasan

Agar di dalam pembahasan skripsi ini terdapat kesinambungan dan sistematis, maka skripsi ini disusun berdasarkan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Agar di dalam pembahasan skripsi ini terdapat kesinambungan dan sistematis, maka skripsi ini disusun berdasarkan sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I. Pendahuluan, memuat uraian tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian kajian teoritis kajian terdahulu dan sistematika pembahasan.**Bab II. Landasan teori**, Bab ini berisi gambaran umum landasan teori. Pembahasan ini dimaksudkan untuk mengetahui teori-teori yang berkaitan dengan masalah-masalah yang akan diteliti.**Bab III Metode penelitian** memuat tentang jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan tempat penelitian, sumber data penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis data. dimaksudkan untuk mengetahui teori-teori yang berkaitan dengan masalah-masalah yang akan diteliti.**Bab IV Hasil penelitian dan pembahasan**, bab ini merupakan hasil penelitian yang terdiri dari gambaran obyek penelitian, Dampak penggunaan media sosial terhadap kecenderungan perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa”**Bab V. Penutup** yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Secara formal, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah pada IAIN Langsa berdiri sejak tahun 2015 yang merupakan penggabungan Jurusan Dakwah dengan Jurusan Ushuluddin sebagai respon konstitusional peningkatan status STAIN ZawiyahCot Kala Langsa menjadi IAIN Langsa yang tertulis dalam Peraturan Menteri AgamaRI Nomor 10 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Langsa. Perubahan ini adalah bentuk upaya Pemerintah untuk mengembangkan lembaga pendidikan tinggi Islam, khususnya bagi yang berstatus sekolah tinggi di daerah menjadi institut. Dalam usia yang relatif muda, kebutuhan terhadap Sarjana Ushuluddin Adab dan Dakwah setiap waktu mengalami peningkatan.

Kebutuhan tersebut semakin mendesak baik dalam peningkatan kuantitas maupun kualitas. Di samping itu, kemajuan zaman dan teknologi menuntut lahirnya sumber daya manusia yang berkompeten tidak saja di bidang Ilmu Ushuluddin Adab dan Dakwah tetapi juga dalam penciptaan media pendukung pembelajaran melalui pemanfaatan teknologi.

Mengacu pada standar kebutuhan dalam peningkatan mutu, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Langsa merancang fakultas dengan baik sehingga pengembangan mutu dapat dilakukan secara terarah. Rencana Strategis (Renstra) Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah akan menjadi dasar kerja umum fakultas dan seluruh program studi dalam pengelolaan kebijakan, sumber daya dan aktivitas yang dibangun berdasarkan visi misi dan standar kebutuhan peningkatan umum sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 53 tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan.³⁷

1. Visi, Misi, Tujuan,

Visi dan misi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Langsa disusun sesuai dengan visi dan misi Institut. Mekanisme penyusunan dilakukan dengan melibatkan seluruh dosen pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Langsa melalui rapat internal program fakultas terlebih dahulu. Selanjutnya Hasil rumusan internal ini difinalisasi dalam workshop pada tingkat Institut. Sampai saat ini, visi, misi, sasaran dan tujuan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Langsa telah dilakukan revisi untuk kedua kalinya setelah diadakan workshop pada bulan November 2014. Workshop tersebut menghadirkan narasumber dari IAIN Sumatera Utara dan IAIN Ar-Raniry dengan peserta para dosen dan mahasiswa serta pimpinan STAIN Langsa (sebelum berubah Status menjadi IAIN). Proses penyusunan visi misi ini juga memperhatikan visi misi dari Rumah besar IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa

Visi yang dirumuskan oleh Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Langsa dengan target pencapaian dalam kurun waktu 20 tahun mendatang (sampai 2035) dan setelah itu akan dievaluasi kembali. Visi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah saat ini adalah :

³⁷Renstra Fuad IAIN LANGSA

“Menjadi pusat kajian dan peradaban Islam dalam bidang Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang unggul dan berkarakter rahmatan lil-‘alamin pada tahun 2035”. Adapun misi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Langsa adalah sebagai berikut :

- a. Melaksanakan kegiatan pendidikan dan pengajaran, penelitian serta pengabdian masyarakat dalam bidang Ushuluddin, Adab dan Dakwah berbasis keislaman dengan karakter rahmatan lil’alamin
- b. Melahirkan dan mempublikasikan karya ilmiah dalam bidang Ushuluddin, Adab dan Dakwah bertaraf internasional;
- c. Membuka kelas internasional dalam bidang Ushuluddin, Adab dan Dakwah;
- d. Mewujudkan perpustakaan dan laboratorium yang representative dalam bidang Ushuluddin, Adab dan Dakwah;
- e. Menciptakan iklim akademik fakultas yang Islami;
- f. Menciptakan kurikulum pendidikan yang mendukung terwujudnya perdamaian dunia dan human rights dalam bidang Ushuluddin, Adab dan Dakwah.

Adapun visi Fakultas ushuludin Adan dan Dakwah adalah:

Menjadi pusat kajian dan peradaban islam dalam bidang Ushuluddin Adab Dan Dakwah yang umggul dan bekarakter Rahmatan Lil-‘Alamin pada Tahun 2035

Adapun Tujuan Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah

- a. Menghasilkan sarjana profesional yang memiliki kompoetensi keilmuan dalam bidang Ushuluddin Adab Dan Dakwah
- b. Menghasilkan sarjana muslim yang mampu memahami ajaran islam dalam bidang Ushuluddin Adab Dan Dakwah secara sempurna dan dapat mengaktualisasi dalam kehidupan sehari-hari
- c. Menghasilkan kualitas penelitian dalam bidang Ushuluddin Adab dan Dakwah yang umggul dan dipublikasikan pada media nasional dan internasional

- d. Menghasilkan kualitas penelitian karya-karya pengabdian kepada masyarakat dalam bidang Ushuluddin Adab dan Dakwah yang berbasis keislami
- e. Mewujudkan kerjasama dengan berbagai lembaga baik perguruan tinggi maupun lembaga lain yang terkait dengan pengembangan pendidikan dalam bidang Ushuluddin Adab dan Dakwah.
- f. Menghasilkan dan menerapkan ilmu hasil riset dalam bidang Ushuluddin Adab dan Dakwah

2. Jumlah Mahasiswa

Fakultas ushuluddin adab dan dakwah (FUAD) terbagi menjadi empat jurusan, yaitu terdiri dari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Bimbingan dan Konseling Islam (BKI), Ilmu Al-Quran dan Tafsir (IAT), dan Ilmu Hadits (IH).

Bedasarkan data yang ada di Fuad jumlah mahasiswa KPI yang laki laki berjumlah 160 mahasiswa dan perempuan 153 dan jika ditotalkan semuanya berjumlah 314, pada jumlah mahasiswa Bki yang laki-laki berjumlah 52 dan yang perempuan 307 dan jika ditotalkan semuanya berjumlah 359 pada jumlah mahasiswa IAT yang laki-laki berjumlah 64 dan yang perempuan 83 jika ditotalkan semua jumlahnya 147, pada jumlah mahasiswa IH yang laki laki berjumlah 40 dan yang perempuan 36 jika ditotalkan semua jumlahnya 76

No	Prodi	Laki-Laki	Perempuan	Total
1	KPI	160	154	314

2	BKI	52	307	359
3	IAT	64	83	147
4	IH	40	36	76

3. Jumlah Dosen

Dosen FUAD IAN langsa berjumlah 41 dosen, 9 dosen KPI, 13 dosen BKI, 10 dosen IAT, 9 Dosen IH.

No	Prodi	Jumlah Dosen
1	KPI	9
2	BKI	13
3	IAT	10
4	IH	9

B. Dampak Penggunaan Media Sosial Pada Mahasiswa Faultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa

Media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog , jejaring sosial, wiki forum dan dunia virtual. Beberapa situs media sosial yang populer saat ini antara lain blog, twitter, facebook, instagram, path dan wikipedia seiringnya waktu media sosial versinya semakin terupragde sehingga membuat penggunanya selalu tertarik. segala sesuatu saat ini lebih lengkap di media sosial sehingga banyak orang orang yang beralih ke sosial media, seperti mahasiswa FUAD, mahasiswa FUAD tidak terlepas dari penggunaan media sosial.

Bedasarkan wawancara bagi mahasiswa FUAD Media sosial merupakan sebagai kebutuhan karena dengan media sosial mereka dapat mengekspresikan dirinya dan menghilangkan kesuntukan pada diri mereka seperti hasil Wawancara dengan Selly mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam ia mengatakan bahwa:

“saya setiap hari menggunakan media sosial, karna lewat media sosial saya dapat mengisi kekosongan waktu saya dan menghilangkan kesuntukan jika tidak ada aktivitas, dan media sosial sudah menjadi sebuah kebutuhan bagi saya untuk mengisi hari-hari saya”³⁸

Saat ini media sosial bukan hanya sebagai pusat informasi semata tetapi sebagai pengisi kekosongan ketika tidak ada kegiatan yang dapat dilakukan, tetapi tidak semua mahasiswa mengantungkan untuk mengisi kekosongan mereka dengan media sosial ada juga yang menggunakan media sosial untuk mencari informasi seperti hasil wawancara dengan Afla

mahasiswa Bimbingan dan Konseling Islam ia mengatakan bahwa

“saya sering menggunakan media sosial dan aktif di beberapa media sosial. Media sosial saya gunakan untuk berkomunikasi dan mencari informasi. Kalau saya lagi suntuk saya membuka media sosial saya untuk mencari hiburan”³⁹

Saat ini media sosial juga menjadi ajang hiburan karna didalam media sosial terdapat fitur fitur lengkap tidak hanya sebatas untuk berkomunikasi atau pusat informasi saja tetapi juga fitur fitur aplikasi yang menarik juga terdapat di sosial media hal ini diciptakan untuk penarik penggunaannya sehingga banyak yang kecanduan untuk selalu menggunakan sosial media seperti hasil wawancara dengan Haris mahasiswa Ilmu AlQuran dan Tafsir ia mengatakan bahwa

“saya menggunakan media sosial sebagai hiburan karena sangat banyak hal-hal yang menarik di media sosial. Media sosial juga saya gunakan untuk mengupdate pembaharuan terbaru, kemudian media sosial juga saya gunakan untuk belajar. Menurut saya media sosial ini adalah sebuah kebutuhan supaya saya tidak ketinggalan informasi berita-berita yang viral, ya kalau saya tidak menggunakan media sosial saya pasti akan ketinggalan terus”⁴⁰

Saat ini media sosial juga dapat memudahkan proses belajar mahasiswa karna bahan bahan pembelajaran yang dibutuhkan selalu terupdate setiap harinya. lewat media sosial juga mahasiswa juga dapat lebih kreatif dan mandiri sehingga kualitas belajar pun dapat semakin meningkat baik dari segi pengetahuan maupun kualitasnya. semenjak masa pandemi ini kebutuhan media sosial sangat banyak dan semakin dibutuhkan oleh penggunanya baik dikalangan orang perkantoran masyarakat biasa sehingga mahasiswa serta murid murid

³⁸ hasil wawancara dengan Mahasiswa KPI Smester 7 pada tanggal 22 November 2021

³⁹ Wawancara dengan mahasiswa BKI Smester 9 pada tanggal 29 november 2021

⁴⁰ Wawancara dengan Mahasiswa IAT Smester 5 pada tanggal 29 November 2021

disekolah juga dikarnakan untuk menjaga jarak dan memutuskan mata rantai covid 19 media sosial dibutuhkan bukan hanya untuk berinteraksi tetapi juga untuk berjalannya proses belajar mengajar bagi mahasiswa dan murid. Sedangkan untuk orang kantoran media sosial selain digunakan sebagai alat perantara komunikasi media sosial juga sebagai perantara kerja dengan atasan atau dapat menjejarkan tugas pekerjaan dirumah. Saat ini pengguna media sosial sangat aktif sehingga memiliki beberapa akun fungsi akun ini berbeda beda seperti hasil wawancara dengan Anggun mahasiswa Ilmu Hadits ia mengatakan bahwa :

“saya aktif di media sosial dan saya juga memiliki 3 akun, dua yang aktif dan satu lagi hanya untuk melihat-lihat saja. Media sosial ini saya gunakan untuk mencari, membagikan informasi atau yang berkaitan dengan perkuliahan saya dan organisasi. Dan biasanya saya menggunakan media sosial ini untuk menguak informasi tentang ilmu dan hal bermanfaat yang bisa saya share terhadap orang yang mempunyai kedekatan dengan saya”⁴¹

Wawancara serupa juga dinyatakan oleh rahmad suriadi mahasiswa IAT semester 9 ia mengatakan bahwa :

“saya memiliki 3 akun yang aktif ke3’3 akun ini selalu saya gunakan. Media sosial ini saya gunakan untuk menjalin silaturahmi dan berkomunikasi”⁴²

Saat ini Media sosial merupakan wadah yang sering digunakan untuk saling berbagi hal-hal yang bermanfaat serta positive sehingga semua orang dapat melihat informasi-informasi yang bermanfaat serta positive, lengkapnya fasilitas media sosial sehingga memudahkan penggunaannya terutama mahasiswa yang selalu menggantungkan kebutuhannya pada sosial media baik untuk pusat informasi serta informasi perkuliahan. seperti hasil wawancara dengan Devi Agustina mahasiwa BKI semester 7 ia mengatakan bahwa :

“saya punya 4 akun dan sering saya gunakan, media sosial ini saya gunakan untuk mencari informasi serta info-info perkuliahan dan untuk berkomunikasi.”⁴³

Kemudian wawancara serupa juga dinyatakan oleh Chofifah Fatwa Arigayo mahasiswa KPI semester 9 ia mengatakan bahwa :

“Setiap hari saya menggunakan sosial media sebagai kebutuhan saya untuk mencari informasi dan berkomunikasi dengan orang orang agar lebih mudah saya juga memiliki 3 akun media sosial”⁴⁴

Media sosial merupakan sebuah kebutuhan bagi manusia untuk berkomunikasi dengan orang-orang terutama mahasiswa yang kuliah diluar kota agar dapat berkomunikasi dengan keluarga yang jauh selain itu media sosial juga merupakan pusat informasi yang cepat sehingga hal ini

⁴¹ Wawancara dengan Mahasiswa IH Smester 5 pada tanggal 29 November 2021

⁴² Wawancara dengan Mahasiswa IAT Smester 9 pada tanggal 10 Desember 2021

⁴³ Wawancara dengan Mahasiswa BKI Smester 7 pada tanggal 10 Desember 2021

⁴⁴ Wawancara dengan Mahasiswa KPI Smester 9 pada tanggal 10 Desember 2021

memudahkan mahasiswa untuk mendapatkan informasi baru yang terupdate seperti hasil wawancara dengan salah seorang mahasiswa KPI semester 9

“saya sering menggunakan media sosial karena media sosial ini merupakan tempat saya mencari informasi dengan cepat media sosial juga merupakan tempat saya berkomunikasi dengan orang-orang yang jauh terutama dengan keluarga”⁴⁵

Seiring berjalannya waktu maka zaman semakin canggih semuanya semakin mudah dan cepat seperti untuk berkomunikasi serta mencari pusat informasi. Jika dahulu berkomunikasi melalui surat menyurat dan harus menunggu berhari-hari maka sekarang semakin mudah dan tidak butuh waktu dan berhari-hari begitupun pusat informasi jika dulu melalui televisi ataupun koran maka sekarang dapat dilihat dan didapatkan dengan mudah cepat melalui media sosial.

Dari beberapa hasil wawancara data menunjukkan bahwa Dampak Penggunaan Media Sosial Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa adalah mahasiswa sangat ketergantungan dengan media sosial dikarenakan media sosial sangat memudahkan mereka baik dari segi komunikasi, mencari pusat informasi atau melaksanakan kuliah daring sebagai proses pembelajaran serta sekedar mengisi kekosongan sehari-hari dikarenakan media sosial menyediakan fitur-fitur yang canggih serta berita-berita terupdate yang dibutuhkan oleh mahasiswa hal ini menyebabkan media sosial menjadi suatu kebutuhan serta ketergantungan bagi mahasiswa.

C. Bentuk Kecenderungan Perilaku Konsumtif Dalam Bermedia Sosial Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa

Kalangan mahasiswa merupakan salah satu kelompok sosial dalam masyarakat yang rentan terhadap pengaruh gaya hidup, trend dan mode yang sedang berlaku. Bagi

⁴⁵ Wawancara dengan Mahasiswa KPI Semester 9 pada tanggal 10 Desember 2021

mahasiswa sendiri, mode, penampilan dan lainnya merupakan hal penting yang mendapatkan perhatian khusus. Saat ini jika ingin berbelanja sangat mudah dan prosesnya cepat pilihannya juga banyak yang menarik sehingga hal ini menyebabkan mahasiswa selalu ingin berbelanja demi hasrat kepuasan proses belanja tersebut dan bisa didapatkan melalui media sosial, media sosial sangat banyak menyediakan situs situs atau aplikasi belanja online yang bukan hanya produknya saja yang menggiurkan tetapi juga harga harga yang ditawarkan. Adanya pergeseran makna dalam pengomsumsian suatu barang yang mana bukan lagi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar manusia namun sebagai alat pemuas keinginan yang di dalamnya terdapat berbagai simbol mengenai peningkatan status, prestise, kelas, gaya, citra-citra yang ingin ditampilkan melalui pengomsumsian suatu barang merupakan adanya indikasi perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah keinginan individu untuk membeli suatu jasa ataupun barang yang merupakan sebagai bentuk kepuasan bukan sebagai kebutuhan. kecenderungan perilaku konsumtif dalam bermedia sosial yakni didalam sebuah trend atau gaya masa kini yang terdapat di media sosial mendorong seseorang untuk mengikuti trend tersebut sehingga cenderung berperilaku konsumtif. Ada 2 point yang menjadi bentuk perilaku konsumtif belanja dan merasa puas

1. Belanja

Belanja adalah aktivitas sehari-hari yang dilakukan oleh semua orang jenis belanja tergantung kebutuhan atau yang diinginkan kegiatan berbelanja bagi perilaku konsumtif merupakan aktivitas yang sudah lumrah di lakukan istilah berbelanja dalam perilaku konsumtif adalah shopaholic , shopaholic berasal dari kata shop yang artinya belanja dan aholic yang artinya suatu ketergantungan yang disadari maupun tidak disadari shopaholic adalah seseorang yang tidak mampu menahan keinginannya untuk berbelanja dan belanja sehingga menghabiskan begitu

banyak waktu dan uang untuk berbelanja meskipun barang barang itu tidak selalu ia butuhkan kesukaan berbelanja menjadikan seseorang terus menerus menjadi manusia konsumtif yakni orang-orang yang suka mengkonsumsi segala sesuatu yang terlihat ataupun dihadapannya memburu segala hal yang baru menjadi kesukaannya.

Seperti wawancara dengan Selly⁴⁶, ia mengatakan bahwa:

“saya selalu aktif di media sosial saya yaitu di instagram , saat ini instagram juga menyediakan akun akun berbelanja yang menarik sehingga saya selalu tertarik untuk berbelanja walaupun barang itu tidak saya butuhkan pertimbangan nya itu di ongkir (ongkos kirim) kalau ongkir nya mahal ya di pertimbangkan apalagi kalau ongkir lebih mahal dari harga barang. Tapi kalau ongkirnya murah ya tidak ada pertimbangan dan kalau barang itu uda ingin sekali saya miliki maka saya tidak mempertimbangkan. Saya sering belanja melalui media sosial seperti belanja baju, snack, sepatu, bodycare dan lainnya. Perbulannya saya bisa mengeluarkan pengeluaran saya sebesar Rp.400.000

Kegiatan berbelanja selalu dilakukan bukan dasar kebutuhan tetapi karna asas keinginan tetapi sifat rasa pertimbangan disaat akan berbelanja hal yang biasanya menjadi pertimbangan saat berbelanja yaitu budget yang dimilikinya dan agar mendapatkan barang yang diinginkan walaupun sebenarnya mereka low budget merupakan bukan penghalang bagi mereka untuk berperilaku konsumtif berbagai cara dilakukan agar dapat memuaskan hasrat mereka.

Wawancara serupa juga dipaparkan oleh sela merlia⁴⁷, ia mengatakan bahwa :

“ saya pernah berbelanja online lewat akun facebook dan instagram dan saya juga memiliki pertimbangan dalam suatu barang agar saya tau barang itu apakah bagus kualitasnya ataupun tidak. Saya sring berbelanja lewat media sosial apalagi sedang banyak promo dan diskon terhadap produk tersebut kurang lebih 2 minggu sekali saya berbelanja lewat media sosial dan pengeluaran saya perbulan mencapai 500.000 Ribu.

Tetapi tidak semua mahasiswa memiliki rasa pertimbangan disaat berbelanja jika dilihat produk itu bagus dan menarik maka bukan jadi penghalang bagi mereka meskipun biayanya mahal seperti hasil wawancara dengan Afla⁴⁸, ia mengatakan bahwa :

“ saya pernah berbelanja melalui akun instagram biasanya saya sering berbelanja pakaian, skincare, tas, dan sepatu. Saya berbelanja ketika lewat sebuah postingan yang

⁴⁶ Wawancara dengan Mahasiswa KPI Smester 7 pada tanggal 22 November 2021

⁴⁷ Wawancara dengan Mahawaswa KPI pada tanggal 09 Desember2021

⁴⁸ Wawancara dengan mahsiwa BKI smester 9 pada tangal 22 November 2021

menurut saya itu bagus maka saya akan membelinya, dan itu semua tidak ada pertimbangan bagi saya Dalam sebulan saya bisa habis 600 ribu untuk belanja barang-barang seperti itu”

Terkadang untuk mencapai suatu kepuasan tidak membutuhkan pertimbangan sesuatu . Hal ini sesuai dengan teori sumartono bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dimana kualitas produk yang akan dibelanjakan seperti hasil wawancara dengan Haris⁴⁹ ,

2. Merasa puas

Sifat merasa puas selalu di rasakan oleh seseorang yang memiliki perilaku konsumtif , perilaku konsumtif bisa dilakukan oleh siapa saja keinginan masyarakat di era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu yang tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan sesungguhnya perilaku konsumtif sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan kebahagiaan serta merasa puas yang di peroleh bersifat semu , konsumen dalam membeli suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata-mata tetapi juga keinginan untuk memuaskan kebahagiaan , dalam mengkonsumsi suatu hal manusia selalu ingin lebih untuk memenuhi rasa puasanya walaupun sebenarnya tidak ada kebutuhan akan barang tersebut.

Seperti hasil wawancara ia mengatakan bahwa :

“saya sering belanja di instagram, saya selalu melihat apa yang lewat di beranda media sosial saya ketika ada produk baru yang menarik saya selalu ingin mencobanya dan membelinya ketika barang sudah sampai di tangan saya maka saya akan merasa senang dan puas karena telah mendapatkan apa yang saya inginkan. Saya bisa menghabiskan biaya belanja saya dalam sebulan itu mencapai 350ribu.”

Produk baru yang menarik merupakan poin utama untuk mencapai suatu kepuasan bagi mahasiswa ketika berbelanja. wawancara serupa juga dipaparkan oleh Chofifah Fatwa Arigayo⁵⁰, ia mengatakan bahwa :

“ketika saya berbelanja sebelum membeli barang tersebut saya melihat terlebih dahulu sebelum membeli barang apakah barang tersebut sudah sesuai dengan ekspektasi saya inginkan atau tidak, jika tidak sesuai maka saya akan mencari toko lain. Saya akan merasa sangat puas ketika barang belanjaan saya itu sudah sampai ditangan saya. Saya sering berbelanja ketika saya melihat suatu barang dan menarik untuk dibeli maka saya akan membeli itu, dalam sebulan pengeluaran saya bisa mencapai 600.000 saya sering belanja di akun instagram dan facebook”

⁴⁹ Wawancara dengan Mahasiswa IAT Smester 5 pada tanggal 22 November 2021

⁵⁰ Wawancara dengan Mahasiswa KPI Smester 9 pada tanggal 09 Desember 2021

Merupakan suatu hal yang lumrah ketika membeli barang berdasarkan berdasarkan ekspektasi hal ini merupakan suatu juga bentuk kepuasan yang akan dirasakan mahasiswa setelah mendapatkan barang . wawancara serupa juga dipaparkan oleh Devi Agustina⁵¹, ia mengatakan bahwa :

“berbelanja lewat wa dan instagram pernah saya lakukan , ketika saya ingin berbelanja maka saya lihat terlebih dahulu apakah produk itu cocok atau tidak dengan yang saya inginkan dalam sebulan pengeluaran saya mencapai 200.000 ribu”

Setiap selera dan ekspektasi mahasiswa dalam menginginkan suatu produk berbeda beda dan selalu ingin lagi dan lagi bisa dikatakan kepuasan sudah terpenuhi dan tercapai apabila suatu produk tersebut cocok dan sesuai dengan apa yang ekspektasikannya , saat ini media sosial memudahkan mahasiswa dalam hal apapun termasuk dalam hal berbelanja karna sangat banyak aplikasi media sosial yang menawarkan produk yang menggiurkan baik dari segi harga baikpun produk sehingga mereka dengan leluasa dan candu terhadap produk yang ditawarkan sosial media tetapi sebelum mahasiswa berbelanja tetap hal yang paling diperhatikan kualitas ukuran dan produk seperti hasil wawancara Rahmad Suriadi⁵², ia mengatakan bahwa :

“ saya sering berbelanja lewat akun instagram dan facebook, karna menurut saya akun instagram dan facebook memudahkan saya untuk hal berbelanja, ketika saya berbelanja saya melihat dulu kualitas dan ukuran barang yang saya pilih apakah sesuai atau tidak , pengeluaran saya dalam sebulan bisa mencapai 600.000 ribu”

Saat ini media sosial berhasil membuat orang-orang khususnya kalangan para mahasiswa untuk selalu berbelanja lewat media sosial Wawancara serupa juga dipaparkan oleh Anggun⁵³ ia mengatakan bahwa

“pernah saya belanja di akun wa, karena sekarang media sosial ini sangat memudahkan saya. Sekarang apa yang saya cari pasti saya mencari di media sosial dulu. Kalau belanja saya ada pertimbangan dengan kualitas barang yang akan saya beli dan harga barang tersebut. Kemudian setelah sampai barang yang saya pesan pasti saya merasa sangat puas karena barang yang saya pesan telah sampai di tangan saya”

⁵¹ Wawancara dengan Mahasiswa BKI Smester 5 pada tanggal 09 Desember 2021

⁵² Wawancara dengan Mahasiswa IAT Smester 9 pada tanggal 09 Desember 2021

⁵³ Wawancara dengan Mahasiswa IH Smester 5 pada tanggal 22 November 2021

media sosial ini dapat memudahkan kita dalam segala hal. Seperti yang kita ketahui saat ini, media sosial sangat memudahkan untuk mencari apapun yang diinginkan. Media sosial ini sudah sangat mendunia jadi tidak ada batasan usia dalam penggunaan media sosial ini, bahkan anak-anakpun sudah mengerti bagaimana mencari sesuatu di media sosial.

Dari beberapa hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa Bentuk Kecenderungan Perilaku Konsumtif Dalam Bermedia Sosial Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri ((IAIN) Langsa adalah mahasiswa sangat sering dan selalu cenderung melakukan proses belanja melalui media sosial yaitu melalui akun facebook wa dan instagram . bagi mereka proses belanja di media sosial lebih mudah dan ini sering mereka lakukan bahkan bisa mencapai pengeluarannya diatas 100.000 setiap bulannya. bagi mereka produk produk yang ditawarkan di media sosial sangat banyak dan menarik terutama saat ada diskon diskon terhadap produk tersebut karna kebutuhan mereka terpenuhi serta memberikan kemudahan dan rasa nyaman, akan tetapi mereka tetap ada pertimbangan tertentu saat berbelanja seperti dari harga ongkir dan kualitas produk tetapi ada juga yang tidak mempermasalahkan harga ongkir tetapi hanya mempertimbangkan kualitas barang apakah barang tersebut sudah sesuai dengan ekspektasi atau tidak hal ini merupakan suatu bentuk kepuasan bagi mereka

D. Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Kecenderungan Perilaku Konsumtif

Media sosial adalah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu . seiringnya zaman dan waktu media sosial fungsinya juga semakin bertambah karna dulu media sosial hanya sebagai perantara komunikasi antara 1 orang dengan yang lainnya. saat ini media sosial juga dapat digunakan sebagai media berbisnis sehingga masyarakat dapat dengan mudah

untuk berbelanja dan prosesnya juga sangat mudah sehingga sangat banyak orang saat ini tergiur untuk selalu berbelanja melalui media sosial. Media sosial yang menawarkan produk produk saat ini sudah sangat beragam sehingga orang dapat dengan mudah dan tertarik untuk selalu belanja terus menerus bukan hanya menjadi kecanduan bahkan mempunyai kepuasan tersendiri sesudah berbelanja

Media sosial merupakan media pemasaran yang paling mudah dan murah. Karena bisnis online merupakan suatu aktifitas bisnis, baik jasa maupun produk yang ditawarkan melalui media sosial. Mulai dari negoisasi dan transaksinya juga sangat mudah sehingga konsumen tidak perlu keluar rumah untuk memilih suatu produk yang diinginkan nya, kini hanya memilih media sosial konsumen akan mendapatkan barang yang ingin dimiliki. Seperti hasil Wawancara dengan Selly⁵⁴ ia mengatakan bahwa :

“saya memilih media sosial untuk belanja karena saya malas keluar rumah apalagi pas cuaca panas. Media sosial ini sangat membantu saya dalam berbelanja. Di media sosial ini banyak sekali pilihannya , kalau di salah satu toko di media sosial ini tidak ada barang yang sesuai dengan keinginan kita maka kita tinggal mencari toko lain tanpa harus keluar rumah”

Bagi mahasiswa media sosial ini sangat memudahkan mereka dalam berbelanja, karena tidak harus keluar rumah mereka sudah dapat berbelanja. Media sosial merupakan media segalanya. Dengan media sosial kita dapat berkomunikasi, mencari informasi, berbelanja, dan berbisnis. Dengan bermodalkan jaringan internet orang-orang dapat mencari sesuatu dengan sangat mudah . hal ini yang membuat orang-orang tertarik berbelanja di media sosial media. Berbelanja di media sosial merupakan suatu hal yang menarik khususnya kalangan mahasiswa yang aktif mengikuti akun akun bisnis di media sosial seperti hasil wawancara Afla⁵⁵, ia mengatakan bahwa :

⁵⁴ Wawancara dengan Mhasiswa KPI Smester 7 pada tanggal 22 november 2021

⁵⁵ Wawancara dengan Mahasiswa BKI Smester 9 pada tanggal 22 November 2021

“Lebih menarik belanja di media sosial, lebih murah dan tidak harus keluar rumah. Tinggal klik barang yang saya suka kemudian pembayaran melalui transfer antar Bank dan bisa juga COD (Cash On Delivery). Di media sosial ini barang-barang sangat murah dari pada harga di toko”

Bukan hanya produk-produknya saja yang menarik tetapi dari segi harga hingga proses pembayarannya juga sudah mudah dilakukan tidak perlu repot repot pergi keluar rumah cukup mengklik barang yang mau diinginkan lalu bayar melalui transfer bank ataupun COD (cash on delivery) . hal ini sangat membantu mereka pada masa pandemi seperti sekarang yang tidak boleh sering sering melakukan aktivitas diluar rumah demi memutuskan mata rantai covid 19. Saat ini mahasiswa rata rata menggandalkan urusan belanja melalui media sosial karna kemudahannya sangat mereka selalu cenderung berbelanja lewat media sosial seperti hasil wawancara dengan Sella⁵⁶ ia mengatakan bahwa :

“ saya sangat cenderung berbelanja lewat media sosial karna kemudahannya dalam urusan belanja selain itu saya tidak perlu repot-repot keluar rumah untuk berbelanja semuanya tersedia dan yang saya inginkan ada di media sosial terakhir saya berbelanja pada beberapa hari yang lalu”

Alasan utama mereka selalu mengadakan urusan belanja mereka media sosial adalah kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial sedangkan jika melalui offline mereka harus lagi keluar rumah , aplikasi media sosial juga menyediakan produk yang setara dengan yang ada di toko toko bahkan juga tersedia brand luar ,bahkan media sosial mampu mencapai jarak tempat alamat toko yang berada jauh di kota konsumennya serta mampu menyesuaikan dengan ekspektasi mereka seperti hasil wawancara dengan Haris⁵⁷ , ia mengatakan bahwa :

“media sosial ini sangat memudahkan saya dalam segala hal terutama dalam berbelanja. Lebih mudah dan praktis dan juga harganya lebih murah. Selain itu media sosial juga menyediakan produk seperti yang ada di toko Bukan hanya brand lokal saja yang bisa saya

⁵⁶ Wawancara dengan Mahasiswa KPI Smester 9 pada tanggal 09 desember 2021

⁵⁷ Wawancara dengan Mahasiswa IAT Smester 5 pada tanggal 22 Desember 2021

dapatkan tetapi brand luar juga bisa saya beli lewat media sosial ini. Apalagi kondisi tempat misalnya tokonya jauh, dan lewat media sosial ini saya ga harus keluar rumah”

Wawancara serupa juga dipaparkan oleh Chofifah Fatwa Arigayo⁵⁸ ia mengatakan bahwa :

“media sosial biasanya lebih mudah dalam urusan transaksinya dan juga murah , cukup di rumah saja saya sudah dapat belanja saya juga melihat kualitas barang di toko juga sama kualitas yang ada di media sosial , kemudahan berbelanja di sosial media yang membuat saya cenderung selalu berbelanja lewat media sosial”

Kemudahan dalam urusan berbelanja dan mendapatkan produk yang bagus merupakan ajang kecenderungan seseorang ingin selalu berbelanja meskipun barang tersebut bukan suatu keharusan atau keperluan yang mereka butuhkan tapi hal ini untuk memenuhi hasrat kepuasan , serta hal praktis tidak harus lagi keluar rumah juga menjadi ajang kecenderungan mereka untuk lebih memilih belanja lewat media sosial. Seperti hasil wawancara dengan Anggun⁵⁹, ia mengatakan bahwa :

“belanja melalui media sosial ini mudah sekali. Ini media sangat tepat menurut saya praktis dan harganya juga terjangkau. Ketika saya malas keluar rumah ujung-ujungnya media sosial yang akan saya cari karena di dalamnya ada segala hal yang saya butuhkan”

⁵⁸ Wawancara dengan Mahasiswa KPI Semester 9 pada tanggal 09 Desember 2021

⁵⁹ Wawancara dengan mahasiswa IH Semester 5 pada tanggal 22 November 2021

Media sosial saat adalah solusi yang sangat tepat bagi mereka yang cenderung berbelanja di media sosial karna hanya dengan media sosial kemudahan dalam berbelanja sudah bisa di dapatkan seperti hasil wawancara dengan Rahmad Suriadi⁶⁰ ia mengatakan bahwa :

“saya menggunakan media sosial dalam melakukan proses belanja karna praktis belanjanya kemudahan belanja melalui media sosial ini yaitu saya tidak lagi repot repot keluar rumah”

Wawancara serupa juga dipaparkan oleh Devi Agustina⁶¹ ia mengatakan bahwa :

“ saya memilih belanja di media sosial karna selain prosesnya sangat mudah , saya juga tidak lagi repot repot keluar rumah cukup memantau barang dan mengscrol melalui handpone saya dapat berbelanja dengan mudah”

Kecenderungan berbelanja lewat media sosial bukan lagi hal baru bagi pengguna media sosial hal ini membuat pembisnis yang berbisnis melalui media sosial berlomba lomba untuk menghadirkan produk produk yang menarik serta menghadirkan cara yang praktis agar konsumennya mudah untuk selalu berbelanja , alasan kondisi juga mendukung konsumen untuk selalu belanja melalui media sosial.

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Kecenderungan Perilaku Konsumtif adalah alasan mahasiswa berbelanja lewat media sosial adalah karna kemudahan yang diperoleh dari belanja lewat media sosial seperti tidak lagi harus keluar rumah apabila ingin berbelanja cukup hanya melalui aplikasi

⁶⁰ Wawancara dengan Mahasiswa IAT Smester 9 pada tanggal 09 Desember 2021

⁶¹ Wawancara dengan Mahasiswa BKI Smester 7 pada tanggal 09 Desember 2021

media sosial mereka sudah dapat berbelanja sesuai dengan ekspektasi mereka , kualitasnya juga sama seperti yang ada di toko sehingga tidak lagi harus keluar rumah harga yang ditawarkan juga murah serta sistim pembayarannya juga mudah serta prosesnya juga cepat media sosial juga membantu konsumennya untuk menempuh jarak alamat toko yang berada di luar kota sehingga ini juga memudahkan mereka untuk mendapatkan yang diinginkan berawal dari masa pandemi yang mengharuskan menjaga jarak dari keramaian termasuk aktivitas jual dan beli sehingga mereka beralih ke media sosial untuk proses berbelanja , tetapi hal ini lama kelamaan menimbulkan dampak perilaku konsumtif bagi pengguna aktif media sosial aplikasi jual beli berawal dari kemudahan proses belanja , pembayaran , menempuh jarak serta produk yang selalu menggiurkan , serta selalu mengikuti dan mengutamakan fashion ataupun trend yang menimbulkan kecanduan sehingga menjadi perilaku konsumtif.

E. Analisis

Dari deskripsi hasil penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti akan menganalisis dan menguraikan mengenai Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fuad Iain Langsa.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli sesuatu yang berlebihan sebagai usaha untuk memperoleh kesenangan diri. Seseorang akan dikatakan konsumtif ketika dia memiliki barang yang lebih disebabkan karena pertimbangan status. Orang yang konsumtif membeli barang yang diinginkan bukan yang dibutuhkan. Kebiasaan dan gaya hidup seseorang juga dapat berubah dalam waktu yang singkat menuju ke arah yang cenderung berlebihan yang pada akhirnya jatuh kepada perilaku konsumtif.

Arti dari konsumsi kini telah bergeser dari hanya sekedar memenuhi kebutuhan menjadi memenuhi keinginan. Kebiasaan konsumen ini merupakan kebiasaan yang baru

dalam keseluruhannya. Hal ini telah menjadi sebuah kebiasaan dan sudah menjadi sebuah gaya hidup yang konsumtif dan dapat menjadikan sebuah ketergantungan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah media sosial, karena di dalam media sosial terdapat sebuah ketertarikan. Media sosial merupakan media sosialisasi dan interaksi, bahkan dapat menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai sebuah bisnis. Jadi media sosial ini sangat wajar digunakan sebagai ladang bisnis yang dapat menguntungkan satu sama lain.

Media sosial merupakan sebuah kemudahan bagi masyarakat, terutama pada mahasiswa FUAD IAIN Langsa. Dengan adanya media sosial mahasiswa sangat mudah mendapatkan sesuatu yang diinginkan. Media sosial juga merupakan wadah bisnis yang tepat. Karena para konsumen dapat dengan mudah untuk membeli, mulai dari harganya yang lebih miring dari harga toko media sosial juga sangat memudahkan transaksi pembayarannya, hanya dengan mentransfer via bank ataupun COD (Cash On Delivery). Karena kemudahannya lah orang-orang bisa menjadi konsumtif. Mereka sangat mudah dalam memesan barang dan dengan cepat mendapatkan apa yang mereka inginkan.

Mahasiswa FUAD IAIN Langsa cenderung memiliki sikap yang konsumtif karena keinginan berbelanja mereka sangat tinggi sehingga cenderung berperilaku konsumtif. Dalam sebuah trend mahasiswa FUAD IAIN Langsa akan terdorong untuk mengikuti gaya tersebut. Mereka hanya melihat melalui media sosial kemudahan akan cenderung berperilaku konsumtif. Mereka berbelanja bukan hanya karena kebutuhan saja melainkan juga untuk kepuasan diri sehingga berdampak negatif karena gaya hidup yang mengikuti trend untuk kepuasan diri.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka berikut ini peneliti akan memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang diberikan sehubungan dengan masalah yang telah diteliti sebagai berikut:

1. Dampak Penggunaan Media Sosial Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa. sangat berpengaruh besar sehingga menyebabkan ketergantungan. Media sosial saat ini sudah menjadi kebutuhan pokok bagi semua kalangan terutama kalangan mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah (FUAD) institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa segala sesuatu saat ini selalu berkaitan dengan media sosial dikarenakan media sosial merupakan sangat membantu mereka untuk berkomunikasi baik dengan teman ataupun dengan keluarga yang jauh, mencari pusat informasi atau melaksanakan kuliah daring sebagai proses pembelajaran serta sekedar mengisi kekosongan sehari-

hari dikarenakan media sosial menyediakan fitur fitur yang canggih serta berita berita terupdate yang dibutuhkan oleh mahasiswa. Hal ini menyebabkan media sosial menjadi suatu kebutuhan serta menyebabkan dampak ketergantungan bagi mahasiswa FUAD IAIN Langsa , sehingga semua mahasiswa aktif dalam menggunakan media sosial.

2. Bentuk Kecenderungan Perilaku Konsumtif Dalam Bermedia Sosial Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri ((IAIN) Langsa. Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah (FUAD) Institut Agama Islam Negeri (IANI) Langsa selalu cenderung mengadakan dalam urusan belanja melalui media sosial dikarenakan belanja lewat media sosial lebih mudah serta terjangkau, baik dari kualitas produk, proses pembayarannya hingga bisa sampai barangnya langsung kerumah. Pengeluaran mereka untuk biaya belanja online bisa mencapai diatas 100.000 setiap bulannya. Bagi mereka produk produk yang ditawarkan di media sosial sangat banyak dan menarik terutama saat ada diskon diskon terhadap produk tersebut. Walaupun mereka sering belanja lewat media sosial mereka tetap ada pertimbangan tertentu saat berbelanja, seperti dari segi harga, ongkos kirim (ongkir) dan kualitas produk, tetapi ada juga yang tidak mempermasalahkan harga ongkir tetapi hanya mempertimbangkan kualitas barang apakah barang tersebut sudah sesuai dengan ekspektasi atau tidak hal ini merupakan suatu bentuk kepuasan bagi mereka. Kemudahan media sosial sangat membantu mereka dalam urusan belanja sehingga mereka sering berbelanja lewat media sosial.
3. Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Kecenderungan Perilaku Konsumtif dalam berbelanja melalui media sosial saat ini sangat memudahkan dan membantu mahasiswa untuk urusan berbelanja mereka. Mereka tidak harus lagi keluar rumah hanya untuk sekedar belanja karna hanya melalui aplikasi media sosial mereka sudah

dapat memilih barang dan mencari barang yang diinginkan. media sosial juga mampu menyetarakan dengan produk yang ada di toko selain itu media sosial juga dapat membantu menempuh jarak alamat produk yang berada di luar kota. Proses pembayarannya juga sangat mudah , kemudahan berbelanja di media sosial membuat mahasiswa selalu cenderung berbelanja lewat online, hal ini secara tidak langsung membentuk perilaku konsumtif bagi kalangan mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah (FUAD) institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa

B. Saran

Bedasarkan hasil penelitian yang dilakukan ada beberapa saran yang akan peneliti sampaikan. Saran yang akan dipaparkan diberikan kepada mahasiswa FUAD. Adapun saran-saran yang penulis berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah:

1. Harapan penulis terhadap mahasiswa yang menggunakan media sosial adalah media sosial saat ini sangat membantu media komunikasi ataupun mencari pusat informasi secara cepat. selain itu banyak yang mengisi waktu luangnya lewat media sosial . hal ini menyebabkan kecanduan terhadap media sosial sehingga menimbulkan juga sisi negatif seperti interaksi secara tatap muka cenderung menurun, kurangnya aktivitas yang berbaur lingkungan di luar rumah , mahasiswa lebih menggadalkan atau ketergantungan dengan internet, terjadinya permasalahan privasi yang disebabkan selalu membagikan aktivitas melalui media sosial . sebaiknya mahasiswa mampu mengurangi aktivitas di media sosial karna walaupun media sosial memiliki sisi positif, media sosial juga memiliki sisi negatif . ketika mahasiswa sudah mampu mengurangi aktivitas lewat media sosial

maka mahasiswa memberikan arahan kepada orang-orang disekitarnya terhadap dampak positif dan negatifnya media sosial bagi mereka.

2. Harapan penulis terhadap mahasiswa yang cenderung lewat media sosial adalah Belanja melalui media sosial memang sangat mudah hal ini menyebabkan pengeluaran mereka tidak terkontrol. Karna media sosial sangat menyediakan produk produk belanja yang menarik sehingga mereka selalu terus cenderung untuk berbelanja lewat media sosial, sebaiknya aktivitas berbelanja lewat media sosial bisa dikurangi dengan cara tidak sering sering mengadakan belanja lewat media sosial dan memikirkan terlebih dahulu kebutuhan apa yang paling diutamakan yang diperlukan sehingga hal ini mampu mengontrol keuangan yang dimiliki.
3. Harapan penulis bagi mahasiswa terhadap mahasiswa yang menggunakan media sosial yang berperilaku konsumtif adalah media sosial seiring zamannya waktu sudah berubah manfaatnya. jika dahulu media sosial hanya dapat digunakan sebagai media komunikasi saat ini media sosial sudah dapat digunakan sebagai alat media komunikasi sampai membantu dalam urusan belanja, hal ini menyebabkan perilaku konsumtif karna kecanduan berbelanja online . aktivitas berbelanja lewat media sosial sebaiknya juga harus dikurangi karna untuk mengurangi serta menghilangkan perilaku konsumtif yang dapat merugikan diri sendiri.