

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri
Sultan Syarif Kasim Riau Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

OLEH :

ICHSAN UTAMA
NIM. 11940313971

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2025**



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة والاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Ichsan Utama
NIM : 11940313971
Judul : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 26 November 2025

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 12 Desember 2025
Dekan,



Prof. Dr. Masduki, M.Ag
NIP. 19710612 199803 1 003

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Sekretaris/ Penguji II,

Dr. Elfiandri, S.Ag., M.Si
NIP. 19700312 199703 1 006

Dr. Mardhiah Rubani, S.Ag., M.Si
NIP. 19790302 200701 2 023

Penguji III,

Penguji IV,

Dewi Sukartik, S.Sos., M.Sc
NIP. 19810914 202321 2 019

Darmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 19920512 202321 2 048

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 1 Oktober 2025

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-

Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Ichsan Utama
NIM : 11940313971
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA
ILMU KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU**

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,

Dr. Elfiandri, M.Si
NIP.19700312 199703 1 006

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Musfialdy, M.Si
NIP. 197212012000031003



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-Indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Ichsan Utama
NIM : 11940313971
Judul : PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA UIN SUSKA RIAU

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 12 November 2024

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 12 November 2024

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Yantos, S.IP, M.Si
NIP. 19710122 200701 1 016

Penguji II,

Edison, S.Sos, M.I.Kom
NIP. 19780416 202321 1 009

a. Penugasan ini hanya untuk kepentingan penunjang, penelitian, penyusunan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan naskah atau wujud lain yang sejenis.
b. Penugasan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ichsan Utama
Nim : 11940313971
Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 13 April 1999
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *bodynote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 20 Januari 2026
Yang membuat pernyataan,



Ichsan Utama
NIM. 11940313971

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Penegasan Istilah.....	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Rumusan Masalah.....	5
1.5. Tujuan Penelitian.....	5
1.6. Manfaat Penelitian.....	5
1.7. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
1. Kajian Terdahulu.....	7
2. Landasan Teori.....	13
2.1. Media Sosial.....	13
2.2. Gaya hidup Konsumtif.....	18
2.3. <i>Consumer Behavior Theory</i> (Teori Gaya hidup Konsumen).....	23
3. Konseptualisasi dan Operasional.....	25
3.1. Konseptualisasi Variabel Penelitian.....	25
3.2. Operasional Variabel Penelitian.....	26
4. Kerangka Pemikiran.....	28
5. Hipotesis.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
1. Desain Penelitian.....	38
2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
3. Populasi dan Sampel.....	38

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.1. Populasi Penelitian	38
3.2. Sampel Penelitian.....	38
4. Teknik Pengumpulan Data	40
5. Uji Validitas dan Reliabilitas	41
5.1. Uji Validitas	41
5.2. Uji Reliabilitas	41
6. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV GAMBARAN UMUM	44
1. Gambaran Umum UIN Suska Riau	44
2. Gambaran Umum Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau.....	46
3. Visi, Misi, Karakteristik dan Tujuan UIN Suska Riau	48
4.3.1. Visi.....	48
4.3.2. Misi.....	48
4.3.3. Tujuan	49
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
5.1. Identitas Responden	50
5.2. Hasil Penelitian	52
5.2.1. Pandangan Responden Tentang Pengaruh Penggunaan Media Sosial (X).....	52
5.2.2. Pandangan Responden Tentang Gaya hidup Gaya Hidup Konsumtif (Y)	60
5.3. Pembahasan.....	65
5.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	65
5.3.2. Analisis Data Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau	68
5.4. Uji Hipotesis	84
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	87
1. Kesimpulan	87
2. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 5.1.1	Tabel Respon Demografi Jenis Kelamin Subjek	50
Tabel 5.1.2	Tabel Respon Demografi Usia Subjek.....	51
Tabel 5.1.3	Tabel Respon Demografi Angkatan Subjek.....	52
Tabel 5.2.1	Tanggapan Responden Tentang Berapa lama waktu yang digunakan untuk bermain media sosial dalam satu kali menggunakan	53
Tabel 5.2.2	Tanggapan Responden Tentang Seberapa Sering Menggunakan Media Sosial Dalam Sehari	53
Tabel 5.2.3	Tanggapan Responden Tentang Atensi Media Sosial Yang Digunakan.....	54
Tabel 5.2.4	Tanggapan Responden Tentang Orientasi Informasi dalam Penggunaan Media Sosial.....	55
Tabel 5.2.5	Tanggapan Responden Tentang Orientasi Pendidikan dalam Penggunaan Media Sosial.....	56
Tabel 5.2.6	Tanggapan Responden Tentang Orientasi Hiburan dalam Penggunaan Media Sosial	57
Tabel 5.2.7	Tanggapan Responden Tentang Orientasi Ekspresi dalam Penggunaan Media Sosial.....	57
Tabel 5.2.8	Tanggapan Responden Tentang Kontrol Media Berdiskusi dengan Orang Tua dalam Penggunaan Media Sosial.....	58
Tabel 5.2.9	Tanggapan Responden Tentang Kontrol Media Berdiskusi dengan Teman Sebaya dalam Penggunaan Media Sosial	59
Tabel 5.2.10	Tanggapan Responden Tentang Gaya hidup Gaya Hidup Konsumtif	60
Tabel 5.2.11	Tanggapan Responden Tentang Gaya hidup Gaya Hidup Konsumtif	61
Tabel 5.2.12	Tanggapan Responden Tentang Gaya hidup Gaya Hidup Konsumtif	61
Tabel 5.2.13	Tanggapan Responden Tentang Gaya hidup Gaya Hidup Konsumtif	62
Tabel 5.2.14	Tanggapan Responden Tentang Gaya hidup Gaya Hidup Konsumtif	63
Tabel 5.2.15	Tanggapan Responden Tentang Gaya hidup Gaya Hidup Konsumtif	63
Tabel 5.2.16	Tanggapan Responden Tentang Gaya hidup Gaya Hidup Konsumtif	64
Tabel 5.3.1	Uji Validitas Variabel X	65
Tabel 5.3.2	Uji Validitas Variabel Y	66
Tabel 5.3.3	Uji Reliabilitas Variabel X.....	67
Tabel 5.3.4	Uji Reliabilitas Variabel Y.....	67
Tabel 5.3.5	Interpretasi Koefisien Korelasi Product Moment	68
Tabel 5.3.6	Hubungan Frekuensi (X1) Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UIN Suska ($\sum Y$)	69

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

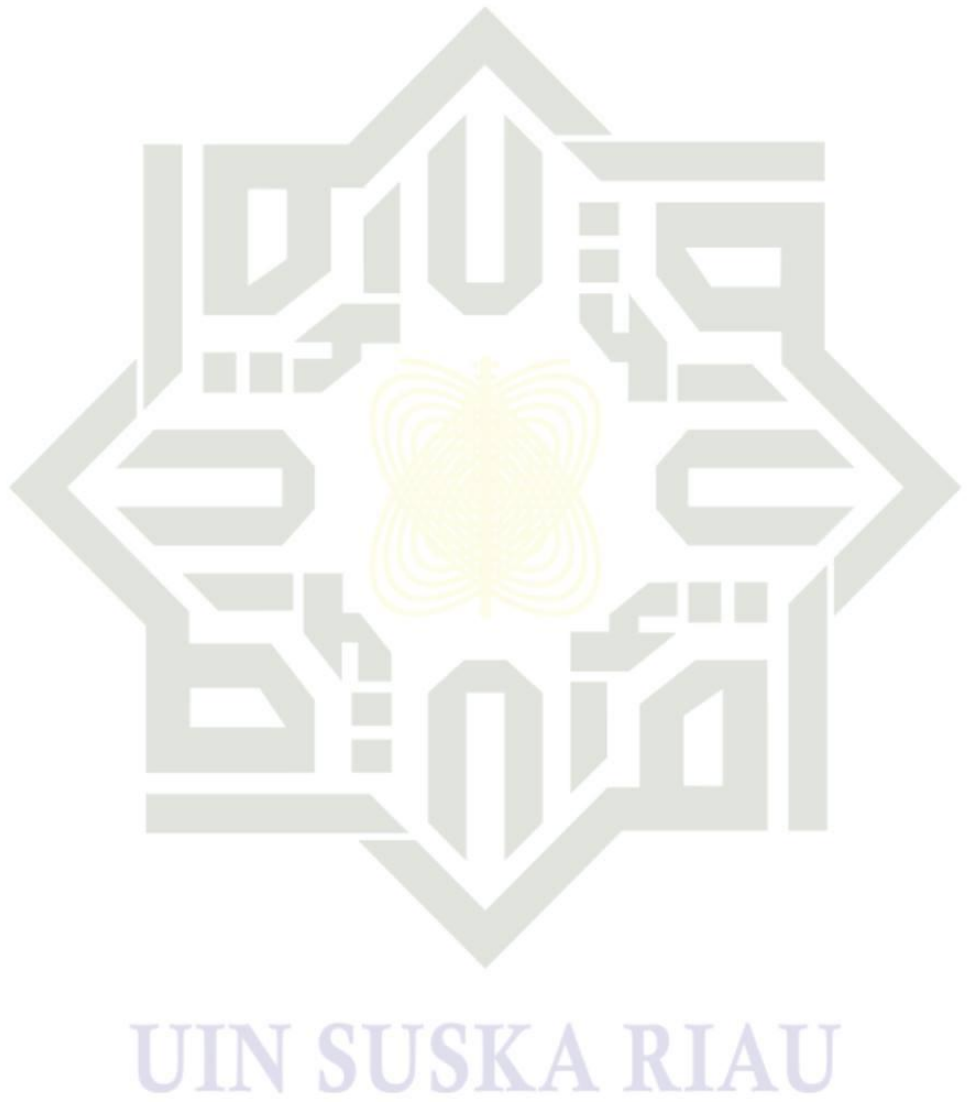
Tabel 5.3.7 Hubungan Frekuensi (X2) Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UIN Suska (ΣY)	69
Tabel 5.3.8 Hubungan atensi akses media (X3) terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Ilmu komunikasi UIN Suska (ΣY)	70
Tabel 5.3.9 Hubungan atensi akses orientasi (X4) terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Ilmu komunikasi UIN Suska (ΣY)	71
Tabel 5.3.10 Hubungan atensi akses kontrol media (X5) terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Ilmu komunikasi UIN Suska (ΣY)	71
Tabel 5.3.11 Hubungan atensi akses kontrol media (X5) terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Ilmu komunikasi UIN Suska (ΣY)	72
Tabel 5.3.12 Regresi Linear Pengaruh Penggunaan Media Sosial (ΣX) Terhadap indikator membeli produk karena suatu hadiah (Y1)	73
Tabel 5.3.13 Regresi Linear Pengaruh Penggunaan Media Sosial (ΣX) Terhadap indikator membeli produk karena kemasan menarik(Y2)	74
Tabel 5.3.14 Regresi Linear Pengaruh Penggunaan Media Sosial (ΣX) Terhadap indikator membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi (Y3).....	75
Tabel 5.3.15 Regresi Linear Pengaruh Penggunaan Media Sosial (ΣX) Terhadap indikator membeli produk atas pertimbangan harga (Y4).....	77
Tabel 5.3.16 Regresi Linear Pengaruh Penggunaan Media Sosial (ΣX) Terhadap indikator membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status (Y5) 78	
Tabel 5.3.17 Regresi Linear Pengaruh Penggunaan Media Sosial (ΣX) Terhadap indikator membeli produk karena unsur konformitas (Y6).....	79
Tabel 5.3.18 Regresi Linear Pengaruh Penggunaan Media Sosial (ΣX) Terhadap indikator membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status (Y7) 81	
Tabel 5.3.19 Uji Regresi Linier Sederhana.....	82
Tabel 5.3.20 Model Summary.....	82
Tabel 5.3.21 Regresi Linear Pengaruh Penggunaan Media Sosial (ΣX) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif (ΣY)	83

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4.1 Kerangka Berfikir.....	28
-------------------------------------	----





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Ichsan Utama
 Prodi : Ilmu Komunikasi
 Judul : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Riau

Perkembangan teknologi komunikasi telah membawa perubahan besar dalam pola interaksi sosial, terutama melalui hadirnya media sosial yang kini menjadi bagian penting dalam kehidupan mahasiswa. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga memengaruhi cara berpikir, perilaku, serta gaya hidup penggunanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel terdiri dari 214 mahasiswa angkatan 2021 dan 2022 yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear sederhana melalui perangkat lunak SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 22–23 tahun, dengan tingkat penggunaan media sosial dan gaya hidup konsumtif berada pada kategori “cukup”. Instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas. Analisis korelasi menunjukkan hubungan positif yang kuat antara penggunaan media sosial dan gaya hidup konsumtif dengan nilai Pearson sebesar 0,699. Sementara itu, hasil regresi menunjukkan nilai koefisien beta (β) sebesar 0,704 dengan signifikansi $p < 0,001$, yang menegaskan adanya pengaruh signifikan dan kuat. Variabel penggunaan media sosial menjelaskan 49,6% variasi gaya hidup konsumtif, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini menegaskan pentingnya literasi media dan kontrol diri dalam penggunaan media sosial agar mahasiswa dapat menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Kata Kunci: Media Sosial, Gaya Hidup Konsumtif, Mahasiswa, Ilmu Komunikasi, UIN Suska Riau

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Ichsan Utama
 Departmen : Ilmu Komunikasi
 Judul : *The Influence of Social Media Usage on The Consumptive Lifestyle of Communication Science Students at UIN SUSKA Riau*

The rapid development of communication technology has significantly transformed social interaction patterns, particularly through social media, which has become an integral part of students' daily lives. Social media not only serves as a communication tool but also shapes users' perspectives, behavior, and lifestyle. This study aims to analyze the influence of social media use on the consumptive lifestyle of students majoring in Communication Studies at UIN Suska Riau. This research employed a quantitative approach with a survey method. A total of 214 students from the 2021 and 2022 cohorts were selected using purposive sampling. Data were collected through a closed-ended questionnaire and analyzed using simple linear regression with the assistance of SPSS version 29. The findings indicate that most respondents were 22–23 years old, with both the level of social media use and consumptive lifestyle falling into the “moderate” category. Validity and reliability tests confirmed that the research instrument met acceptable measurement standards. The results also show a strong positive relationship between social media use and consumptive lifestyle, indicated by a Pearson correlation value of 0.699. Furthermore, the regression analysis revealed a beta coefficient (β) of 0.704 with a significance value of $p < 0.001$, which demonstrates a strong and significant influence. Social media usage explains 49.6% of the variation in consumptive lifestyle, while the remaining portion is influenced by other factors. These findings highlight the importance of media literacy and self-awareness in social media use to prevent students from developing excessive consumptive behavior.

Keywords: *Social Media, Consumptive Lifestyle, Students, Communication Science, UIN Suska Riau*

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, M.S., S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Rektor (Periode 2025–2029), atas kepemimpinan dan kebijakan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di perguruan tinggi ini.
2. Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik, atas dukungan dan fasilitas akademik yang diberikan selama masa perkuliahan.
3. Prof. Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd., selaku Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum dan Keuangan, atas pelayanan dan dukungan administrasi selama proses perkuliahan.
4. Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D., selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama, atas dukungan dalam pengembangan kegiatan kemahasiswaan.
5. Prof. Dr. Masduki, M.Ag., selaku Dekan, atas arahan dan kebijakan yang mendukung kelancaran penyelesaian studi penulis.
6. Dr. Muhammad Badri, S.P., M.Si., selaku Wakil Dekan I, Dr. Titi Antin, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan II, dan Dr. Sudianto, S.Sos., M.I.Kom, selaku Wakil Dekan III, atas dukungan dan pelayanan akademik yang diberikan.
7. Dr. Elfiandri, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah dengan sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Dewi Sukartik, M.Sc., selaku dosen pembimbing akademik, atas bimbingan dan arahan yang diberikan selama penulis menempuh masa perkuliahan.
9. Ayah dan Mama, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral, dan materi, serta menjadi sumber kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini.
10. Rafika Nabila, selaku pasangan, yang telah memberikan dukungan, semangat, perhatian, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11. Ahmad Syafii dan Ibnu Akhyar, selaku teman, yang telah memberikan bantuan, diskusi, serta dukungan selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Pekanbaru, 23 Desember 2025

Penulis



UIN SUSKA RIAU



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk sosial yang memiliki kebutuhan, salah satunya yaitu bersosialisasi. Hal ini terjadi ketika individu saling melakukan interaksi dengan individu lainnya agar tercapainya suatu hubungan sosial melalui kontak sosial dan komunikasi. Interaksi sosial ini dilakukan untuk saling memberikan informasi hingga saling mempengaruhi satu sama lain.

Seiring berkembangnya kehidupan manusia sebagai makhluk sosial, mereka mencari cara yang dapat memudahkan mereka untuk berinteraksi satu sama lain sehingga terciptalah kata “teknologi komunikasi”. Teknologi komunikasi disini menekankan pada sebagaimana suatu hasil data atau informasi yang dikumpulkan dapat disalurkan, disebar, dan disampaikan ke tempat tujuan (Gantiano, 2017).

Perkembangan teknologi ini sangat membantu kehidupan manusia menjadi lebih mudah dalam melakukan berbagai aktivitas. Teknologi komunikasi atau peralatan perangkat keras (hardware) yang banyak digunakan oleh masyarakat saat ini adalah penggunaan telepon genggam bernama smartphone. Pada era globalisasi yang serba digital ini membuat Sebagian orang menganggap bahwa smartphone merupakan kebutuhan yang wajib dimiliki, karena dengan adanya smartphone ini sangat memudahkan untuk mengakses serta menerima dan mengirim informasi dengan cara yang cepat dan tak terbatas tempat maupun waktu sehingga banyak yang menggunakannya agar berkomunikasi menjadi lebih praktis (Agianto & Setiawati, et.al, 2020).

Penggunaan smartphone ini sudah menggantikan gaya hidup para penggunanya, dimana ada beberapa orang yang tidak dapat mengendalikan diri dan menggunakan smartphone secara berlebihan hingga tidak lagi mengingat waktu. Smartphone yang seharusnya dikendalikan oleh manusia berubah menjadi sebaliknya yaitu manusia yang sekarang dikendalikan oleh smartphone (Ramadhan, 2018). Hal ini terjadi karena smartphone yang kini kian canggih sudah terhubung dengan internet sehingga pengguna lebih mudah untuk berpartisipasi, berbagi dan mengumpulkan informasi hingga menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia digital yang disebut dengan media sosial (Putri, Nurwati, et al, 2016). Media sosial merupakan platform online untuk berinteraksi dari jauh tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu yang mempunyai berbagai macam bentuk dan fungsi yang dapat digunakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Beberapa contoh media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh berbagai kalangan usia antara lain adalah Instagram, Tiktok, Twitter, Youtube dan lain sebagainya. Setiap media sosial memiliki tujuan masing-masing bagi para penggunanya untuk berbagi pengalaman, ide gagasan maupun momen kehidupan mereka secara sungguh-sungguh (Munawar, 2017). Fenomena yang penulis temukan di lapangan yakni penggunaan media sosial sedikit banyaknya dapat mempengaruhi gaya hidup dan sikap serta gaya hidup mahasiswa, dikarenakan faktor usia dimana mahasiswa senang untuk mengeksplorasi hal-hal baru contohnya di dalam dunia maya yaitu menggunakan media sosial sebagai ajang untuk mengekspresikan diri.

Gaya hidup konsumtif merupakan gaya hidup mengonsumsi barang dan jasa yang mahal untuk mendapatkan sesuatu yang baru, lebih bagus dan lebih banyak serta tidak memperhatikan kebutuhan yang sebenarnya untuk menunjukkan status sosial, prestise, kekayaan dan keistimewaan, serta untuk mendapatkan kepuasan akan kepemilikan. Pola hidup konsumtif terjadi hampir pada seluruh lapisan masyarakat terutama pada kalangan remaja. Sumartono (2002) berpendapat bahwa gaya hidup konsumtif begitu dominan di kalangan remaja. Fase pada masa remaja dibagi menjadi 3 yaitu masa remaja awal (13-15 tahun), masa remaja madya (15-17 tahun), dan masa remaja akhir (17-21 tahun). Pada masa remaja diantaranya mulai mencari identitas diri, sehingga seseorang yang berada dalam masa remaja akan sangat mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekelilingnya, baik itu yang positif maupun yang negatif (Chita, dkk, 2015).

Mahasiswa termasuk bagian dari kalangan remaja yang tidak terlepas dari gaya hidup konsumtif. Mayoritas mahasiswa merupakan anak rantau yang jauh dari orang tua. Segala tanggung jawab harus dilakukan sendiri termasuk dalam mengelola keuangan pribadi. Apabila tidak dapat mengatur keuangan dengan baik maka tidak menutup kemungkinan akan membuat mahasiswa bergaya hidup konsumtif. Saat ini, tujuan membeli suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan melainkan untuk memenuhi keinginan. Gaya hidup konsumtif akan membentuk kepribadian yang hedonis dan membuat remaja beranggapan bahwa kesenangan dan kebahagiaannya hanya dapat diperoleh melalui materi. Menurut Kasih (2017) gaya hidup konsumtif adalah gaya hidup individu yang ditujukan untuk dikonsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

Teori gaya hidup konsumen (consumer behavior theory) yang dicetuskan oleh Kotler & Keller (2016) dijadikan sebagai teori yang mendasari penelitian ini. Teori tersebut digunakan untuk menjelaskan gaya hidup yang dilakukan seseorang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk memenuhi kebutuhan hidupnya meliputi mencari, memilih, membeli, dan menggunakan suatu produk barang maupun jasa harus berdasarkan kebutuhannya bukan berdasarkan pada hasrat atau keinginan.

Menurut Kotler & Keller (2016) gaya hidup konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor budaya yang terdiri dari kultur dan kelas sosial, faktor sosial yang terdiri dari lingkungan keluarga dan teman sebaya, faktor pribadi yang terdiri dari pengendalian diri, gaya hidup, konsep diri, dan pekerjaan, dan faktor psikologi yang terdiri dari motivasi, persepsi, dan pembelajaran. Berdasarkan pada teori gaya hidup konsumen (consumer behavioral theory) dari Kotler & Keller (2016) dan beberapa penelitian terdahulu serta fenomena diatas, maka dapat diperoleh faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2017 dan 2019 yaitu konsep diri, penggunaan media sosial instagram, dan gaya hidup.

Hal ini sejalan dengan penelitian dari Khansa dan Putri (2021) yang memiliki responden sebanyak 69 orang, disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Negeri Jakarta setuju bahwa media sosial sudah menjadi hal yang penting dalam kehidupan mereka dan hal ini mendorong mereka untuk lebih bebas meng-update dan mengekspresikan dirinya di media sosial sehingga munculnya analisis bahwa gaya hidup mahasiswa tersebut dipengaruhi oleh penggunaan media sosial.

Sedangkan dalam penelitian Ulfa (2019), disimpulkan bahwa penggunaan media sosial Instagram pada remaja dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang dimana ada yang kreatifitasnya bertambah, tampil lebih menarik, hingga ada juga orang yang selalu memamerkan barang-barang yang ia punya sebagai ajang kompetisi untuk mendapatkan likes dan komentar dari orang lain sebagai validasi atau pengakuan atas dirinya di dunia maya. Lalu dampak negatif yang dapat terjadi karena penggunaan Instagram secara berlebihan pada remaja yakni krisis kepercayaan diri, persaingan kehidupan mewah dan tidak mau menerima kenyataan. Menurut penjelasan dalam penelitian Azis dan Salam (2018), dalam hal ini remaja zaman sekarang berusaha untuk selalu mengikuti trend yang sedang berlangsung di dunia dan kalangan mereka karena mereka tidak mau dikatakan ketinggalan zaman oleh teman-temannya.

Maka berdasarkan dari pemaparan diatas yang menjadi latar belakang permasalahan dan alasan penulis mengangkat tema berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.2. Penegasan Istilah

Penulis ingin memberikan penjelasan mengenai istilah-istilah yang terdapat dalam judul penelitian ini agar tidak terjadi kesalahpahaman dan pembaca dapat memahami maksud dari penulis dengan baik. Berikut ini adalah penjelasannya:

a. Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata pengaruh merupakan daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk gaya hidup, kepribadian, kepercayaan, atau perbuatan seseorang (Abdillah & Prasetya, 2009). Pengaruh yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu daya yang timbul akibat adanya media sosial di kalangan mahasiswa yang memunculkan perubahan gaya hidup dan menjadikan media sosial sebagai gaya hidup baru di masa kini.

b. Media Sosial

Media sosial merupakan platform digital yang terhubung dengan internet dan memfasilitasi para penggunanya untuk dapat saling berkomunikasi, mengumpulkan berbagai informasi, hingga membagikan informasi tersebut secara cepat dan mudah tanpa batasan jarak dan waktu (Adi & Prabawati, 2019).

c. Gaya Hidup

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), gaya hidup merupakan pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat. Gaya hidup atau yang biasanya disebut dengan *lifestyle* merupakan gambaran tingkah laku, cara dan pola hidup yang menunjukkan bagaimana aktivitas, minat dan ketertarikan serta apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga hal tersebut dapat membedakan statusnya dengan orang lain dan lingkungan melalui lambang-lambang sosial yang mereka miliki (Lauer, 2003). Gaya hidup saat ini berkaitan erat dengan seiring berkembangnya zaman dan teknologi, sehingga memunculkan gaya hidup baru dimana seseorang mengikuti berbagai *trend* dengan upaya membuat diri menjadi eksis dengan cara tertentu dan berbeda dari orang lain (Yudha, 2023).

1.3. Batasan Masalah

Agar dalam pembahasan ini tidak terlalu meluas dan keluar dari tema persoalan, maka dalam hal ini peneliti membatasi hanya pada media sosial yang didominasi oleh mahasiswa dan apakah media sosial memberikan pengaruh kepada mahasiswa serta bagaimana bentuk pengaruh yang terjadi pada mahasiswa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan, dan memperkuat pengetahuan, serta mengetahui tentang pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa ilmu komunikasi UIN Suska.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini yaitu :

- Manfaat bagi penulis

Penelitian ini dilakukan oleh penulis dengan harapan dapat menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan serta wawasan yang penulis dapatkan selama proses perkuliahan mengenai ilmu dan teori yang telah dipelajari untuk memperoleh sebuah fakta atau hasil dari fenomena yang penulis temukan ketika melakukan penelitian di lapangan.

- Manfaat bagi akademi

Penulis mengharapkan hasil dari penelitian ini dapat berguna dan menjadi referensi atau tambahan ilmu bagi peneliti selanjutnya khususnya pada bidang Ilmu Komunikasi.

1.7. Sistematika Penulisan

Agar lebih memahami mengambil dalam penulisan ini, maka penulis mengelompokkan menjadi 6 (enam) bab. Berikut adalah ringkasan dari masing-masing bab yang akan dibahas didalam penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

: Penulis menguraikan dan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan pada bab pendahuluan ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

: Pada bab ini penulis menguraikan kajian teori mengenai variable-variabel yang dibahas didalam penelitian ini. Penjelasan tersebut didukung oleh teori dan penelitian terdahulu yang menjadi referensi penelitian ini. Bab ini juga menjelaskan tentang konseptualisasi dan operasional variabel penelitian, kerangka pemikiran, dan juga hipotesis dari penelitian ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB III
METODOLOGI
PENELITIAN**

: Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

**BAB IV
GAMBARAN
UMUM DAN
LOKASI
PENELITIAN**

: Pada bab ini, penulis memberikan gambaran umum mengenai lokasi penelitian dan jumlah mahasiswa Ilmu Komunikasi.

**BAB V
HASIL
PENELITIAN DAN
PEMBAHASAN**

: Penulis membahas dan mengaitkan hasil dari penelitian dengan hipotesis yang ada serta menguraikan tentang bagaimana pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau yang sudah dilakukan didalam bab ini.

**BAB VI
PENUTUP**

: Penutup merupakan bagian akhir dari penelitian yang berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya untuk dijadikan sebagai masukan, pertimbangan, tambahan ilmu serta referensi khususnya mengenai pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa. Bab ini juga diakhiri dengan daftar pustaka dan juga lampiran yang diperlukan sebagai pendukung dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu yang relevan sangatlah penting untuk menjadi dasar pemikiran serta referensi dalam penyusunan penelitian ini. Kegunaannya ialah untuk mengetahui hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu dan menjadikannya sebagai perbandingan dan gambaran untuk mendukung penelitian penulis. Berikut adalah kajian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jurnal penelitian Shazrin Daniyah Khansa dan K.Y.S. Putri (2021) berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta”

Dengan responden sebanyak 69 mahasiswa. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa 50,7% responden menyatakan setuju bahwa media sosial memiliki peran penting dalam kehidupan mereka. Lalu mayoritas 62,3% responden juga setuju bahwa media sosial memberikan dampak yang lebih positif terhadap hidupnya, namun sebagian responden lainnya sebanyak 29% orang kurang setuju dengan pernyataan ini. Selanjutnya, sebanyak 45 orang mahasiswa mengatakan mereka setuju dengan pernyataan bahwa media sosial mempengaruhi gaya hidup mereka sehari-hari. Berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini, maka kesimpulannya adalah Bagi Sebagian besar mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta setuju bahwa media sosial merupakan hal yang penting di dalam kehidupan mereka. Hal tersebut juga mendorong mereka untuk selalu update di media sosialnya. Menurut hasil analisis, gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta dipengaruhi oleh penggunaan media sosial. Berdasarkan hasil analisis bivariat juga diketahui bahwa ada pengaruh media social terhadap gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Rifqi Agianto, Anggi Setiawati dan Ricky Firmansyah (2020) dengan judul “Pengaruh Media Sosial *Instagram* Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja”

Berdasarkan data tersebut ternyata rata-rata penggunaan intagram dari segi waktu sudah bisa dikatakan baik karena dalam penggunaanya mereka tidak terlalu banyak menghabiskan waktu dalam bermain instagram. Namun ada pula yang mampu menghabiskan waktu untuk bermain instagram melebihi 5 jam. Penggunaan instagram bagi remaja saat ini membawa dua pengaruh yang berbeda yaitu pengaruh positif dan pengaruh negatif. Pengaruh positif yang terjadi dikalangan remaja yaitu mereka menjadi lebih kreatif dalam membuat suatu konten, menjadikan instagram sebagai media untuk mencari informasi dan referensi. Adapun pengaruh negatif yang terjadi diantaranya yaitu jadi memiliki sifat hedonisme atau menghambur-hamburkan uang, mudah terpengaruh dengan apa yang mereka lihat, mengikuti gaya hidup orang lain. Melanggar etika bermedia sosial yang pernah terjadi oleh remaja ini adalah dengan berkomentar jahat, mengambil karya orang lain, menyebarkan karya orang lain tanpa mencantumkan sumbernya, menyebarkan informasi yang hoax dan mengandung unsur SARA, pornografi, dan kekerasan.

- c. Ari Asmawati, Adinda Firdhiya Pramesty, dan Tasya Restiatul Afiah berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja” (2022)

Menunjukkan dari 52 responden, sebanyak 32 orang (63%) memilih Instagram sebagai media sosial yang sering digunakan. Faktor yang mempengaruhi diantaranya adalah karena media sosial instagram mudah di akses dimana pun kita berada. Selain itu, instagram memiliki fitur pengunggah foto dan video berdurasi pendek. Melalui fitur yang disediakan oleh media sosial instagram, para remaja pun dapat menggunakannya untuk menambah wawasan atau ilmu yang mungkin di dapatkan dari infomasi-informasi yang di lihat melalui instagram dan kemudian di terapkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut yang membuat instagram diminati oleh remaja. dari 52 responden, sebanyak 48 orang (92%) menyetujui bahwa media social dapat berpengaruh dengan gaya hidup para remaja. dari 52 responden, sebanyak 23 orang (45%) menjadi lebih konsumtif. Kesimpulannya, dari hasil analisa data yang ditentukan dengan melihat koefisien (R Square) itu menunjukkan bahwa pengaruhnya sebesar 92% yang mempunyai pengaruh kuat. Sisanya yaitu 8% yang dimana factor lain yang memberi pengaruhnya, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial mempunyai korelasi yang kuat dengan gaya hidup remaja masa kini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Jurnal penelitian Elsa Puji Juwita, Dasim Budimansyah, dan Siti Nurbayani berjudul “Peran Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Siswa SMA Negeri 5 Bandung”

Perkembangan teknologi semakin canggih. Dari tahun ke tahun, temuan hasil karya-karya yang inovatif semakin memudahkan pekerjaan manusia. Teknologi tersebut sangat memudahkan manusia, terutama dalam hal berkomunikasi. Beberapa media sosial yang dimiliki kalangan remaja di SMA Negeri 5 Bandung yaitu facebook, twitter, instagram, dan line. Para informan siswa merupakan remaja pengguna aktif dari beberapa media sosial yang berkembang saat ini. Fenomena chatting, videocall, comment, update status, tweet, yang selalu melekat di kehidupan sehari-hari seolah-olah sangat penting. Tak jarang jika seseorang bertemu dengan sesama teman menggunakannya secara langsung untuk meminta balasan pesan, “like statusku”, “balas commentku”. Para siswa mengungkapkan bahwa media sosial merupakan bagian dari kecanggihan teknologi yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan sehari-hari yang mereka lakukan. Media sosial juga dipergunakan untuk mencari sarana hiburan misalnya bermain game atau menyalurkan hobi seperti fotografi atau minat seputar gadget terkini. Masa pencarian identitas diri remaja tidak terlepas dari gaya hidup yang dikembangkan masyarakat terutama dalam mengisi waktu luang, misalnya yang dilakukan para remaja untuk mengakses media sosial. Sebagai contohnya adalah Facebook. Situs pertemanan ini bisa membawa pengaruh negatif jika tidak menyikapinya dengan benar. Adanya media sosial berdampak terhadap gaya hidup remaja baik positif maupun negatif di SMAN 5 Bandung. Dampak positif yang dirasakan melalui adanya media sosial mudahnya komunikasi serta arus informasi yang semakin cepat. Sedangkan, dampak negatif tersebut dapat terlihat dari munculnya sifat konsumtif, individualistik, kurang peka terhadap lingkungan, menginginkan segala sesuatu didapatkan dengan instan, serta sebagai tolak ukur seorang individu dapat dikatakan sebagai remaja yang memiliki keeksistensian diri di lingkungannya.

- e. Jurnal penelitian oleh St Muthahharah dan Dita Wahyuni (2023) berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Peserta Didik Di Mts Lembang Bau Desa Bonea Timur Kecamatan Bontomanai Kepulauan Selayar”

Besarnya pengaruh penggunaan media sosial terhadap Kefasihan gaya hidup Siswa MTs Lembang Bau dapat dilihat dari koefisien determinasinya. koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.271 atau 27,1%. Jadi dapat dikatakan bahwa 27,1% gaya hidup Siswa Mts Lembang Bau dipengaruhi oleh penggunaan media sosial. Sedangkan sisanya 73,9% dipengaruhi variabel lain

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan tabel 4.10, bahwa nilai $F_{hitung} = 25.628$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka variabel Penggunaan media sosial (X) berpengaruh terhadap variabel gaya hidup Siswa (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap gaya hidup Peserta didik MTs Lembang Bau dimana Sebelumnya rajin belajar menjadi malas, kurang tidur, atau suka begadang, menjadi anak yang lebih gengsi, diakibatkan karan kebanyakan menghabiskan waktu bermain media sosial hal tersebut berpengaruh sebanyak 27,1 Sedangkan 73,9% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

- f. Jurnal penelitian Ahmad Nasir Ari Bowo, Paryanto, dan Muhamad Iqbal (2023) yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Gaya Hidup Mahasiswa”.

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram terhadap Mahasiswa Universitas Cokroaminoto Yogyakarta; (2) untuk mengetahui gaya hidup Mahasiswa Universitas Cokroaminoto Yogyakarta. Jenis penelitian kuantitatif deskriptif analisis statistik. Populasi penelitian adalah Mahasiswa PPKn Universitas Cokroaminoto Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, dokumentasi, penyebaran angket dan wawancara. Universitas Cokroaminoto Yogyakarta di peroleh melalui uji hipotesis menggunakan regresi Linear sehingga didapatkan hasil angka signifikan menunjukkan nilai 0,000 yang berarti $< 0,05$ sehingga H_a diterima berarti terdapat pengaruh media sosial Instagram terhadap gaya hidup Mahasiswa Universitas Cokroaminoto Yogyakarta.

- g. Jurnal “Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Pelajar SMAN 04 Pontianak” oleh Annisa Fitrah Nurriszka (2016)

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana perubahan gaya hidup terhadap pelajar SMA yang di pengaruhi oleh media sosial. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di SMAN 04 Pontianak dengan alasan para siswa dianggap cocok untuk penelitian ini. Metode penulisan skripsi ini yaitu menggunakan metode kualitatif. Komsumtifnya siswa terhadap penggunaan smartphone sebagai alat pengakses media sosial serta terdapat kebanggan bagi beberapa siswa jika mereka mempunyai smartphone yang canggih karena sekarang ini smartphone seolah-olah menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. Serta mereka yang harus mengalokasikan waktu antara belajar dan bermain media sosial dirumah diakui sangat sulit, banyak diantara siswa lebih menghabiskan waktu untuk bermain media sosial dan juga harus membagi pengeluaran untuk membeli kuota internet dan kebutuhan lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hal-hal ini lah juga termasuk didalam perubahan gaya hidup tentunya ini sangat berbeda dengan gaya hidup mereka sebelum mengenal media sosial. Pada dasarnya dalam penelitian ini dijumpai bahwa pengguna media sosial terbanyak adalah perempuan, hal ini berdasarkan pengamatan penulis terhadap para siswa/informan. Walaupun dari hasil penelitian ini di akui siswa mereka aktif menggunakan media sosial pada saat di luar jam sekolah, dikarenakan peraturan sekolah yang melarang siswanya menggunakan alat komunikasi apapun, ini bertujuan agar para siswa bisa lebih fokus belajar disekolah dan tidak terganggu dengan media sosial.

- h. Jurnal penelitian oleh Aditya Yusak Tewal, Norma N. Mewengkang, dan J.W Londa yang berjudul “Pengaruh Media sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja di Desa Raanan Baru Kecamatan Motoling Barat Kabupaten Minahasa Selatan”.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa media sosial instagram tentunya membawa pengaruh terhadap penggunanya. Pengaruh yang terjadi tentunya berbeda-beda tergantung bagaimana cara pakai instagram oleh penggunanya. Penggunaan instagram bagi remaja saat ini membawa dua pengaruh yang berbeda yaitu pengaruh positif dan pengaruh negatif. Pengaruh positif yang terjadi dikalangan remaja yaitu mereka menjadi lebih kreatif dalam membuat suatu konten, menjadikan *instagram* sebagai media untuk mencari informasi dan referensi. Adapun pengaruh negatif yang terjadi diantaranya yakni remaja menjadi memiliki sifat hedonisme atau menghambur-hamburkan uang, mudah terpengaruh dengan apa yang mereka lihat, mengikuti gaya hidup orang lain. Sebagai penutup dari hasil penelitian ini adalah perolehan skor yang tinggi yang menunjukkan bahwa besar pengaruh media sosial terhadap gaya hidup remaja di Desa Ranaan Baru adalah 54.16% dengan tingkat pengaruh yang kuat, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki korelasi yang kuat dengan gaya hidup remaja di Desa Ranaan Baru.

- i. Jurnal penelitian Shalika Fajrin Triananda, Dinie Anggraeni Dewi dan Yayang Furi Furnamasari (2021) yang berjudul “Peran Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja”

Teori yang menjadi pendukung dalam penelitian ini antara lain, Komunikasi, Media Sosial, dan Gaya hidup. Media sosial merupakan sebuah media yang dapat dengan mudah diakses oleh siapapun dan kapanpun, sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa media sosial akan berpengaruh terhadap perubahan gaya hidup remaja. Sebagian informan mengatakan bahwa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mereka tidak pernah meniru atau erpengaruh oleh apa yang mereka lihat di media sosial. Artinya, tidak semua remaja dapat terpengaruh oleh media sosial dalam perubahan gaya hidupnya. Seperti yang dikatakan oleh informan Paul dalam bab sebelumnya, ia menggunakan media sosial hanya sebagai media untuk hiburan saja, tidak sampai berpengaruh ke dalam perubahan gaya hidupnya. Hal yang sama dikatakan oleh informan Ghaitsa pada bab sebelumnya. Ia menggunakan media sosial secukupnya, sebagai sarana komunikasi dan hiburan saja. Ia tidak sampai ke tahap kecanduan bermain media sosial atau sampai meniru apa yang ia lihat di media sosial tersebut. Yang dilakukan oleh informan Ghaitsa dan Paul tidak dapat dikatakan sebagai sesuatu yang memicu terjadinya perubahan gaya hidup pada diri mereka. Karena informan tidak menirukan apa yang dilihatnya di media sosial.

- j. Jurnal penelitian oleh Roza Karmila, Azwar Ananda, dan Junaidi Indrawadi (2018) berjudul “Pengaruh Media Sosial dan Konsep Diri Terhadap Gaya Hidup Siswa SMAN 3 Kota Solok”

Bertujuan untuk mendeskripsikan pengaruh penggunaan media sosial dan konsep diri terhadap gaya hidup siswa konsumtif SMA Negeri 3 Kota Solok. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 3 Kota Solok yang berjumlah 1086 dan sampel penelitian ini berjumlah 181 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini yaitu Fenomena perubahan gaya hidup merambah di kalangan remaja seperti menginginkan agar gaya berpenampilan, gaya tingkah laku, dan cara bersikap akan menarik perhatian orang lain, terutama kelompok teman sebaya. Gaya hidup merupakan pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain, yang berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh yang tidak hidup dalam masyarakat modern. Pada perkembangannya, gaya hidup saat ini tidak lagi merupakan persoalan di kalangan tertentu.

- k. Jurnal penelitian oleh Ari Asmawati, Adinda Firdhiya, dan Tasya Restiatul (2022) yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja”.

Menurut hasil penelitian ini yang dilakukan kepada 52 remaja yang menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, ditemukan bahwa ada kelebihan dan juga kelemahan dari penggunaan media sosial pada remaja tersebut yakni kelebihanannya dapat mempermudah seseorang dalam menjalin silaturahmi dengan orang yang dituju, bisa menjadi sarana promosi dalam usaha bisnis, bisa mendapatkan banyak teman dengan menggunakan media sosial, kemudian kelemahannya adalah Sering kali digunakan oleh oknum-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

oknum yang tidak bertanggungjawab untuk menipu seseorang dan kejahatan kriminal lainnya, lalu Banyak sekali akun palsu atau fake account yang mengatasnamakan seseorang sehingga terjadinya pencemaran nama baik. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, terdapat sebanyak 23 orang (45%) dari 52 responden menjadi lebih konsumtif. Karena sebagian orang menggunakan media sosial untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari ataupun kebutuhan yang lainnya.

2.2.Landasan Teori

2.2.1. Media Sosial

2.2.1.1.Pengertian Media Sosial

Media sosial saat ini dapat dikatakan sudah menjadi kebutuhan hidup setiap orang di berbagai belahan dunia. Banyaknya informasi dan fungsi yang disediakan oleh media sosial menjadikan media sosial sebagai hal yang bersifat primer dalam menghadapi era globalisasi saat ini agar kita tidak tertinggal oleh kemajuan teknologi. Media sosial sendiri berasal dari dua suku kata yaitu media dan sosial. Media dapat di artikan sebagai sebuah sarana atau alat komunikasi yang bisa digunakan oleh setiap orang. Sedangkan arti kata sosial berasal dari kata “*socius*” yang merupakan bahasa latin yang mempunyai arti tumbuh, berkembang dalam kehidupan bersama (Kurnia *et.al*, 2018).

Pada saat kemunculannya, awalnya media sosial hanya sebagai alat atau perantara untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan setiap orang. Media sosial dahulu digunakan untuk sebatas bertegur sapa secara daring dan membagikan sebuah informasi atau suatu hal yang kebanyakan berupa hiburan semata. Hingga saat media sosial berkembang dengan memberikan fitur dan fasilitas lainnya yang membuat penggunaan media sosial menjadi lebih beragam. Pada saat ini, setiap orang memiliki motifnya masing-masing dalam menggunakan media sosial seperti menggunakan media sosial, contohnya untuk berdagang, melakukan promosi pemasaran atau iklan, menjadikan media sosial sebagai media pembelajaran, dan lain sebagainya. Terdapat juga media sosial yang bisa memberikan kita penghasilan hanya dengan membuat konten-konten pada media tersebut, seperti media sosial *Youtube*, *Instagram*, *Facebook* dan masih banyak lainnya. Hadirnya media sosial di masyarakat benar-benar memberikan dampak yang besar baik dari segi perubahan komunikasi maupun dari segi kehidupan lainnya yang membuatnya lebih efektif (Setiadi, 2014).

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content". Media sosial adalah media online pendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain : Blog, Twitter, Facebook, Instagram, dan lainnya. Definisi lain dari sosial media juga di jelaskan oleh Van Dijk bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna dan memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2017).

Menurut Ardianto dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Massa, tingkat penggunaan media dapat dilihat dari frekuensi dan durasi dari penggunaan media tersebut. Sedangkan Menurut Lometti et al (dalam Rahmani, 2016) penggunaan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal, yaitu:

- a. Jumlah waktu, hal ini berkaitan dengan frekuensi, intensitas, dan durasi yang digunakan dalam mengakses situs;
- b. Isi media, yaitu memilih media dan cara yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan baik.
- c. Hubungan media dengan individu dalam penelitian ini adalah keterkaitan pengguna dengan media sosial..

2.2.1.2.Fungsi Media Sosial

Fungsi dari media sosial dapat kita ketahui melalui sebuah kerangka kerja honeycomb yang diperkenalkan oleh Jan H. Kietzmann, Kristopher Hermkens, Ian P McCarthy dan Bruno S. Silverstre pada tahun 2011 (Sanggabuwana et. al, 2017) menggambarkan definisi media sosial menggunakan tujuh kotak bangunan fungsi yaitu :

- a. Identity, menggambarkan pengaturan identitas pada pengguna dalam sebuah media sosial menyangkut nama, usia, jenis kelamin, profesi, lokasi serta foto
- b. Conversation, menggambarkan pengaturan para pengguna berkomunikasi dengan penggunanya dalam media social
- c. Sharing, menggambarkan pertukaran, pembagian, serta penerimaan konten berupa teks, gambar, atau video yang dilakukan oleh para pengguna
- d. Presence, menggambarkan apakah para pengguna dapat mengakses pengguna lainnya
- e. Relationship, menggambarkan para pengguna terhubung atau terkait dengan pengguna lainnya
- f. Reputation, menggambarkan para pengguna dapat mengidentifikasi orang lain serta dirinya sendiri
- g. Group, menggambarkan para pengguna dapat membentuk komunitas dan sub-komunitas yang memiliki latar belakang, minat atau demografi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun fungsi secara umum dari media sosial adalah sebagai berikut :

- a. Memperluas interaksi sosial manusia melalui jaringan internet
- b. Mampu menghasilkan komunikasi dialogis antara banyak audiens
- c. Mentransformasi manusia yang awalnya hanya pemakai isi pesan berganti menjadi pembuat pesan itu sendiri
- d. Membuat personal branding bagi pengusaha atau pun masyarakat
- e. Sebagai media komunikasi

2.2.1.3. Karakteristik Media Sosial

Menurut Nasrullah (2015), media sosial memiliki enam karakteristik yakni:

- a. Jaringan (Network) : Infrastruktur yang dapat menghubungkan antara perangkat keras dengan pertukaran informasi.
- b. Informasi (Information) : Informasi merupakan bentuk utama dari media sosial karena dalam melakukan komunikasi dibutuhkan informasi. Contohnya seperti konten dari pengguna, profil yang dituju, dan lain sebagainya.
- c. Arsip (Archive) : Media sosial dapat menjadi salah satu tempat atau media penyimpanan data yang berisi informasi pribadi pengguna.
- d. Interaktivitas (Interactivity) : Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak hanya sekedar memperluas hubungan pertemanan semata, namun juga harus membangun interaksi antar penggunanya.
- e. Simulasi Sosial (Social Simulation) : Media sosial memiliki karakter sebagai media dalam berlangsungnya kehidupan masyarakat di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang berbeda dalam banyak kasus yang biasanya tidak dijumpai dalam kehidupan nyata.
- f. Konten Pengguna (User-generated Content) : Di Media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2.1.4. Macam-Macam Media Sosial

Ada berbagai macam media sosial, mulai dari

- 1) Jejaring social
 - a. Facebook
 - b. LinkedIn
 - c. Whatsapp
 - d. Instagram
 - e. Tiktok
- 2) Jejaring sosial pribadi
 - a. Yammer
 - b. Social Cast
 - c. Jive
- 3) Situs berbagi konten
 - a. Youtube
 - b. Flickr
- 4) Blog wiki
 - a. Wikipedia
 - b. Blogger
 - c. Word press
- 5) Blog mikro
 - a. Twitter

2.2.1.5. Dampak Positif dan Negatif Media Sosial

Menurut Putri *et.al* (2016), dampak positif dan negatif media sosial yakni:

- 1) Dampak positif:
 - a. Tempat promosi yang baik dan murah
 - b. Dapat memperluas jaringan pertemanan
 - c. Media komunikasi yang mudah
 - d. Tempat untuk mencari informasi yang bermanfaat secara mudah
- 2) Dampak negatif
 - a. Mengganggu kegiatan belajar remaja
 - b. Bahaya terhadap kejahatan
 - c. Bahaya terhadap penipuan
 - d. Mengganggu kehidupan dan komunikasi keluarga
 - e. Mayoritas pengguna sosial media kurang sopan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.1.6. Pemanfaatan Media Sosial

Media sosial merupakan bagian dari sistem relasi, koneksi dan komunikasi. Berikut ini sikap yang harus kita kembangkan terkait dengan peran, dan manfaat media sosial:

- 1) Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan

Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya. Pada aspek lain, media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten-konten di dalam media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi dan tendensi. Oleh karena itu, benar jika dalam arti positif, media sosial adalah sebuah ensiklopedi global yang tumbuh dengan cepat. Dalam konteks ini, pengguna media sosial perlu sekali membekali diri dengan kekritisannya, pisau analisa yang tajam, perenungan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan dan emosi yang terkontrol.

- 2) Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi

Berbagai aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, reportase kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasil-hasil riset kajian. Dalam konteks ini, organisasi, lembaga dan perorangan dapat memanfaatkannya dengan cara membentuk kebijakan penggunaan media sosial dan pelatihannya bagi segenap karyawan, dalam rangka memaksimalkan fungsi media sosial sesuai dengan target-target yang telah dicanangkan. Beberapa hal yang bisa dilakukan dengan media sosial, antara lain membuat blog organisasi, mengintegrasikan berbagai lini di perusahaan, menyebarkan konten yang relevan sesuai target di masyarakat, atau memanfaatkan media sosial sesuai kepentingan, visi, misi, tujuan, efisiensi, dan efektifitas operasional organisasi.

- 3) Sarana perencanaan, strategi dan manajemen

Akan diarahkan dan dibawa ke mana media sosial, merupakan domain dari penggunaannya. Oleh sebab itu, media sosial di tangan para pakar manajemen dan marketing dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas customer, menjajaki market, mendidik publik, sampai menghimpun respons masyarakat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4) Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran

Media sosial berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan. Ingat, respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Sejauh mana masyarakat memahami suatu isu atau persoalan, bagaimana prosedur-prosedur ditaati atau dilanggar publik, dan seperti apa keinginan dari masyarakat, akan bisa dilihat langsung melalui media sosial. Pergerakan keinginan, ekspektasi, tendensi, opsi dan posisi pemahaman publik akan dapat terekam dengan baik di dalam media sosial. Oleh sebab itu, media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana preventif yang ampuh dalam memblok atau memengaruhi pemahaman publik.

2.2.1.7. Indikator Penggunaan Media Sosial

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini sesuai pendapat Mayfield (2008) dalam Miranda (2017) yang menyatakan sebagai berikut:

- 1) Partisipasi, dimana media sosial memberikan kontribusi atau umpan balik (feedback) dari setiap orang yang tertarik menggunakannya.
- 2) Keterbukaan, media sosial terbuka untuk umpan balik (feedback) dan partisipasi melalui saran, komentar, dan bermacam informasi.
- 3) Percakapan, dalam media sosial terjalin komunikasi antara pengguna secara dua arah.
- 4) Komunitas, media sosial mendorong terbentuknya komunitas secara cepat dan komunikasi yang efektif dan saling berbagi isu atau informasi.
- 5) Keterhubungan, media sosial mampu melayani keterhubungan antara penggunanya, dengan membuat tautan (links) pada situs-situs, sumber-sumber informasi, dan pengguna lainnya.

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Mayfield (2008) dalam Miranda (2017) yang terdiri dari lima indikator yaitu partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, dan keterhubungan.

2.2.2. Gaya hidup Konsumtif

2.2.2.1. Pengertian Gaya hidup Konsumtif

Menurut Gumulya & Widiastuti (2013) gaya hidup konsumtif merupakan tindakan membeli barang dengan pertimbangan emosional yang lebih didominasi oleh keinginan-keinginan di luar kebutuhan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata. Saat ini, membeli sesuatu sering dilakukan secara berlebihan sebagai usaha untuk memenuhi kesenangan. Sama halnya pendapat Komalasari (2013) bahwa gaya hidup konsumtif merupakan suatu keinginan untuk mengonsumsi sesuatu secara berlebihan yang dapat membuat seseorang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjadi konsumtif. Disamping itu, menurut Mowen & Minor (2002) bahwa gaya hidup konsumtif adalah suatu gaya hidup yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan membeli produk atau jasa tertentu untuk memperoleh kesenangan atau hanya emosi.

Aprilia & Hartoyo (2014) berpendapat bahwa gaya hidup konsumtif merupakan gaya hidup individu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologis dalam kehidupannya yang ditunjukkan untuk mengonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang atau bahkan tidak diperlukan. Gaya hidup konsumtif adalah pembelian suatu barang yang berlebihan yang didasarkan pada keinginan untuk mencari kepuasan, kesenangan fisik, atau hanya mencoba sesuatu yang baru bukan didasari oleh faktor kebutuhan (Ermawati & Indriyati, 2011). Selain itu, menurut Sukari, dkk (2013) gaya hidup konsumtif adalah gaya hidup yang bersifat individu yang mengonsumsi hasil produksi pihak lain berupa barang dan jasa yang kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan seperti yang diinginkan dan bukan menjadi kebutuhan pokok. Berdasarkan beberapa pendapat di atas mengenai gaya hidup konsumtif, maka dapat dikatakan bahwa gaya hidup konsumtif merupakan suatu tindakan seseorang yang didasarkan atas pemenuhan keinginan dan kepuasan tanpa mempertimbangkan kebutuhan sesungguhnya. Gaya hidup konsumtif sangat terlihat pada era modern saat ini, terutama pola gaya hidup anak muda.

2.2.2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya hidup Konsumtif

Menurut Kotler & Keller (2016) ada beberapa faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumen sehingga membentuk gaya hidup konsumtif yaitu faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis.

1) Faktor Kebudayaan

- a. Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap gaya hidup konsumen sehingga membentuk gaya hidup yang konsumtif. Faktor kebudayaan terdiri dari budaya, sub-budaya, dan kelas sosial.
- b. Budaya merupakan penentu keinginan dan gaya hidup yang paling mendasar.
- c. Sub-budaya adalah bagian dari budaya. Setiap budaya terdiri dari subbudaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri dan sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub-budaya terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok ras, daerah dan geografis. Banyak subbudaya yang produsennya sering merancang produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.
- d. Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan anggotanya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menganut nilai-nilai dan minat serta gaya hidup yang serupa. Kelas sosial menunjukkan preferensi dalam produk dan merek yang berbeda.

2) Faktor Sosial

Selain faktor budaya, gaya hidup seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status.

- a. Kelompok referensi merupakan seorang individu yang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau gaya hidup seseorang.
- b. Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting di dalam masyarakat. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Kita dapat membedakan antara dua keluarga dalam kehidupan pembelian.
- c. Peran dan status. Kedudukan seorang individu di masing-masing kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan status. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seorang individu. Masing-masing peran menghasilkan status dan mereka akan memilih produk yang dapat mengkonsumsi peran dan status mereka di dalam masyarakat.

3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan faktor yang memberikan kontribusi terhadap gaya hidup konsumen yang nantinya bisa membentuk gaya hidup konsumtif, yaitu usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

- a. Usia dan tahap siklus hidup. Seorang individu akan membeli produk yang berbeda di sepanjang hidupnya. Selera seorang individu terhadap pakaian, perabotan, dan reaksi berhubungan dengan usia. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga bersama dengan situasi keuangan dan minat produk yang berbeda-beda untuk masing-masing kelompok.
- b. Pekerjaan dan keadaan ekonomi. Pekerjaan seorang individu dapat mempengaruhi pola konsumsinya. Pilihan produk juga sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seorang individu seperti penghasilan yang dapat dibelanjakan (level, kestabilan, pola waktu), tabungan dan aktiva (termasuk persentase aktiva yang lancar/likuid), utang, kemampuan untuk meminjam, dan sikap terhadap belanja atau menabung.
- c. Gaya hidup. Seorang individu yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbeda. Gaya hidup merupakan pola hidup seorang individu yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya.

- d. Kepribadian dan konsep diri. Masing-masing seorang individu mempunyai kepribadian yang berbeda sehingga mempengaruhi gaya hidup pembelannya. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri, dan kemampuan beradaptasi.

4) Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seorang konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

- a. Motivasi merupakan kekuatan psikologis yang membentuk gaya hidup seseorang yang sebagian besar dan tidak disadari bahwa seseorang tidak dapat memahami motivasi dirinya secara menyeluruh. Motivasi merupakan suatu dorongan yang menggerakkan seorang konsumen untuk bertindak kearah pencapaian tujuan seperti memenuhi berbagai macam kebutuhan dan keinginan.
- b. Persepsi merupakan proses yang digunakan oleh individu untuk memilih dan mengorganisasi serta menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi akan menentukan gaya hidup seseorang.
- c. Pembelajaran meliputi perubahan gaya hidup seseorang individu yang timbul dari pengalaman, sebagian besar gaya hidup seseorang merupakan hasil dari belajar. Seorang individu bisa dikatakan belajar jika ada perubahan kearah yang lebih baik dalam tiga aspek yaitu kognitif, afektif dan psikomotor yang bersifat relatif permanen.
- d. Keyakinan dan sikap. Melalui bertindak dan belajar, seorang individu akan mendapatkan keyakinan dan sikap, hal tersebut dapat mempengaruhi gaya hidup pembelian seseorang.

2.2.3. Indikator Gaya hidup Konsumtif

Sumartono (2002) menyatakan indikator gaya hidup konsumtif terdiri dari delapan indikator, yaitu:

- 1) Membeli produk karena iming-iming hadiah Konsumen mahasiswa membeli produk bukan berdasarkan kebutuhan karena iming-iming yang ditawarkan pada produk tersebut.
- 2) Membeli produk karena kemasannya menarik Konsumen mahasiswa membeli produk hanya karena terbuju oleh kemasannya yang menarik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dari gengsi Pada umumnya, konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan menarik perhatian orang lain. Konsumen mahasiswa membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.
- 4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaan) Konsumen mahasiswa cenderung bergaya hidup yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status Konsumen mahasiswa membeli suatu produk yang memberi kesan berasal dari kelas sosial lebih tinggi atau produk mahal. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status kelihatan lebih keren dimata orang lain
- 6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan Konsumen mahasiswa cenderung meniru gaya hidup tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen mahasiswa juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan public figure produk tersebut.
- 7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri Konsumen sangat mudah terdorong untuk mencoba suatu produk yang diiklankan, karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.
- 8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda) Konsumen akan cenderung menggunakan produk sejenis dengan merek yang lain, meskipun produk yang sebelumnya dimiliki tersebut belum habis dipakai.

Sembiring (2008) dalam Nurfarika (2015) berpendapat bahwa gaya hidup konsumtif dapat diukur melalui: (1) tidak mempertimbangkan fungsi dan kegunaan; (2) mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan; (3) mendahulukan kepentingan daripada kebutuhan; dan (4) tidak ada skala prioritas. Selain itu, menurut Hidayati (2001) dalam Andin (2016) mengukur gaya hidup konsumtif melalui: (1) pembelian impulsif; (2) pemborosan; (3) mencari kesenangan; dan (4) mencari kepuasan. Sementara itu, menurut Chrisnawati & Abdullah (2011) cara mengukur gaya hidup konsumtif dapat dilakukan melalui: (1) pembelian secara impulsif; (2) pembelian secara tidak rasional; dan (3) pemborosan. Pengukuran gaya hidup konsumtif dalam penelitian Suminar & Meiyuntari (2015) dapat diukur berdasarkan aspek; (1) intensitas; (2) kebutuhan; (3) kepuasan; (4) prestige; (5) status sosial; (6) kekayaan; dan (7) keistimewaan.

Berdasarkan indikator yang telah dijelaskan, maka indikator gaya hidup konsumtif yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu indikator yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

di kemukakan oleh Sembiring (2008) dalam Nurfarika (2015). Indikator tersebut yaitu (1) tidak mempertimbangkan fungsi dan kegunaan; (2) mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan; (3) mendahulukan kepentingan daripada kebutuhan; dan (4) tidak ada skala prioritas.

2.2.3. *Consumer Behavior Theory* (Teori Gaya hidup Konsumen)

Teori utama yang menjadi dasar dalam penelitian ini yaitu teori gaya hidup konsumen atau consumer behavior theory dari Kotler & Keller (2016). Sumarwan (2014) menyatakan bahwa gaya hidup konsumen merupakan semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi. Menurut Kotler & Keller (2016) definisi gaya hidup konsumen yaitu studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Menurut Schiffman & Kanuk (2010) mengartikan gaya hidup konsumen sebagai gaya hidup yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan barang dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Sedangkan menurut Sumarwan (2014) pada hakikatnya gaya hidup konsumen yaitu untuk memahami mengapa seorang konsumen melakukan dan apa yang mereka lakukan. Studi gaya hidup konsumen merupakan suatu studi mengenai bagaimana individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha dan energi).

Sumarwan (2014) berpendapat bahwa secara sederhana, studi gaya hidup konsumen diantaranya meliputi: apa yang dibeli seorang konsumen? kapan mereka membelinya? dimana mereka membelinya? berapa sering mereka membelinya? dan berapa sering mereka menggunakannya?. Sumarwan (2014) menyatakan ada tiga perspektif riset gaya hidup konsumen. Ketiga perspektif tersebut sangat mempengaruhi cara berpikir dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumen.

1) Perspektif pengambilan keputusan

Perspektif ini mengasumsikan bahwa seorang konsumen memiliki masalah dan melakukan proses pengambilan keputusan rasional untuk memecahkan masalah tersebut.

2) Perspektif eksperiensial (pengalaman)

Perspektif ini mengemukakan bahwa seorang konsumen seringkali mengambil keputusan membeli produk tidak selalu berdasarkan proses keputusan rasional untuk memecahkan masalah yang dihadapi tetapi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seringkali membeli produk karena alasan untuk kegembiraan, fantasi, atau emosi yang diinginkan.

3) Perspektif pengaruh behavioral

Perspektif ini menyatakan bahwa gaya hidup konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor luar seperti program pemasaran yang dilakukan oleh seorang produsen, faktor budaya, faktor lingkungan fisik, faktor ekonomi dan undang-undang, serta pengaruh kuat dari lingkungan yang membuat seorang konsumen melakukan pembelian.

Bray (2008) berpendapat bahwa untuk memahami gaya hidup konsumen dapat dilihat dari beberapa pendekatan yaitu Economic Man, Psychodynamic, Behaviourist, Cognitive, dan Humanistic.

1) Pendekatan Economic Man

Pendekatan ini menjelaskan bahwa untuk bergaya hidup rasional, konsumen perlu menyadari semua pilihan konsumsi yang tersedia dan mampu menilai dengan benar setiap tindakan alternatif dalam menentukan pilihan yang optimal.

2) Pendekatan Psychodynamic

Pendekatan ini memandang bahwa gaya hidup konsumen dipengaruhi oleh faktor biologis melalui kekuatan naluriyah yang bertindak di luar pikiran sadar. Prinsip utama pendekatan ini adalah gaya hidup ditentukan oleh dorongan biologis, individual, atau rangsangan lingkungan.

3) Pendekatan Behaviourist

Pendekatan ini menjelaskan bahwa gaya hidup manusia akan berkembang berdasarkan stimulus yang diterima dari lingkungan sekitar.

4) Pendekatan Cognitive

Pendekatan ini mengamati tindakan atau gaya hidup untuk kognisi intrapersonal. Pendekatan ini dipengaruhi oleh lingkungan dan pengalaman sosial. Konsumen secara aktif akan menerima rangsangan dari lingkungan dan sosial sebagai input informasi yang dapat membantu pengambilan keputusan internal.

5) Pendekatan Humanistic

Dalam pendekatan ini dijelaskan bahwa gaya hidup konsumen dipengaruhi oleh peran emosi dalam pengambilan keputusan.

Teori gaya hidup konsumen (consumer behavior theory) oleh Kotler & Keller (2016) relevan untuk dijadikan grand theory dalam penelitian ini, karena mengimplikasikan bahwa seorang konsumen dalam memilih, mengonsumsi dan menggunakan barang dan jasa berdasarkan kebutuhan bukan berdasarkan keinginan. Teori ini apabila diterapkan akan membantu seorang individu dalam mencegah gaya hidup konsumtif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3. Konseptualisasi dan Operasional

2.3.1. Konseptualisasi Variabel Penelitian

1) Penggunaan Media Sosial (Variabel X)

Konsep operasional merupakan suatu hal yang sangat diperlukan pada pengembalian data atau sampel yang cocok untuk digunakan. Sedangkan variable merupakan rumusan yang memiliki perhitungan pasti yang dilambangkan dengan angka-angka dan menggunakan data nominal untuk mempermudah merumuskan data yang akan dihitung. Konseptualisasi penelitian ini berkaitan dengan gaya hidup yang diukur melalui bagaimana seseorang saat menggunakan media social :

a. Durasi

Durasi memiliki arti yaitu seberapa lamanya seseorang dalam menggunakan media sosial, yaitu dapat dihitung dalam jumlah jam atau menit. Menurut penelitian ini, instrument dari indikator durasi yaitu berapa lama (jam) mahasiswa menggunakan media sosial dalam satu kali penggunaan.

b. Frekuensi

Frekuensi maksudnya disini adalah seberapa sering seseorang dalam menggunakan media sosial. Dalam penelitian ini yang diukur adalah berapa kali (dalam sehari) pengulangan atau frekuensi mahasiswa menggunakan media social

c. Atensi

Atensi merupakan tingkat perhatian yang diberikan seseorang dalam menggunakan media sosial. Pengukuran dalam penelitian ini meliputi beberapa hal yaitu media sosial apa saja yang digunakan oleh mahasiswa misalkan ; Instagram, WhatsApp, Tiktok, Youtube dan lainnya. Informasi apa saja yang diterima oleh mahasiswa yang mengakses media sosial tersebut apakah memberikan hiburan, informasi, edukasi ataupun hal lainnya. Kemudian media sosial juga dijadikan sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dengan cara mengunggah kegiatan sehari-hari namun tetap memberikan batasan/kontrol media terhadap penggunaanya seperti berdiskusi dengan keluarga atau teman sebaya sebelum melakukan sesuatu di media sosial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Gaya Hidup Konsumtif (Variabel Y)

Cara atau pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam bentuk kegiatan, minat dan opini, berikut untuk penjelasannya

a. Kegiatan

Kegiatan atau aktivitas (*activity*) mengungkapkan apa yang dikerjakan oleh individu dan kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, namun tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung. Kegiatan ini misalkan seperti mengunggah kebutuhan gaya hidup, mencari atau mengikuti tren gaya hidup yang ada di media sosial, maupun berbagi informasi dengan khalayak di media sosial

b. Minat

Minat atau ketertarikan (*interest*) menunjukkan hal apa yang menjadi minat, kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup individu. Dalam hal ini meliputi keinginan, motivasi untuk mengubah gaya hidup menjadi lebih baik, dan informasi yang dapat diperoleh sesuai dengan minat pengguna media sosial saat ini

c. Opini

Pendapat (*opinion*) berdasar pada pandangan dan perasaan individu dalam menanggapi isu-isu global, lokal, ekonomi, dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa yang akan datang, dan pertimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penilaian, penafsiran dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi dan pertimbangan konsekuensi terhadap hal yang akan dibagikan di media sosial di masa yang akan datang.

2.3.2. Operasional Variabel Penelitian

Konsep operasional adalah penentu konstruk sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Indikator operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasikan konstruk, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan refleksi pengukuran dengan cara yang sama atau pengembangan cara pengukuran konstruk yang lebih baik. Konseptualisasi variabel dalam penelitian “Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau” ini yang pertama yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1) Media Sosial (Variabel X)

Merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya perubahan. Maka, dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) adalah media sosial.

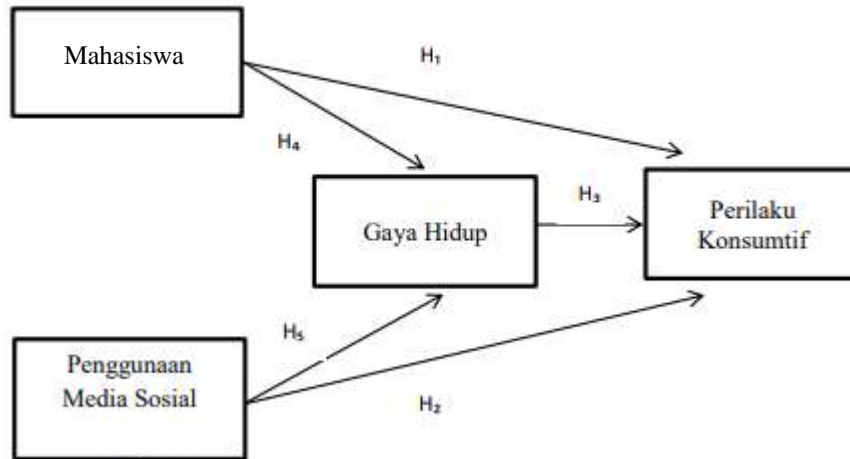
- a. Durasi adalah diukur lamanya seseorang dalam satu kali menggunakan media sosial.
 - > 60 Menit
 - 50 - 60 Menit
 - 40 – 50 Menit
 - 30 – 40 Menit
 - < 30 Menit
- b. Frekuensi diukur dari seberapa seringnya seseorang menggunakan media sosial dalam sehari
 - 10 kali per hari
 - 8 – 10 kali per hari
 - 6 – 8 kali per hari
 - 4-6 kali per hari
 - < 4 kali per hari
- c. Atensi diukur dari 3 cara yaitu,
 - Akses media sosial, seperti whatsapp, Instagram, youtube, facebook, twitter, dan lain lain
 - Orientasi media, seperti informasi, Pendidikan, hiburan, ekspresi, transaksi
 - Kontrol media, mendiskusikan isi media dilihat dengan bagaimana hubungan dengan teman sebaya, keluarga, dan orang lain.

2) Gaya Hidup Konsumtif (Variabel Y)

Merupakan variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah gaya hidup konsumtif Mahasiswa.

- a. Membeli produk karena mendapat suatu hadiah
- b. Membeli produk karena kemasan menarik
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

2.4. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.4.1
Kerangka Berfikir

2.5. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih belum valid kebenarannya dalam menerangkan fakta-fakta atau kondisi yang diamati dan digunakan sebagai petunjuk langkah selanjutnya. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_a: Adanya pengaruh yang signifikan antara media sosial dengan gaya hidup mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

H_o: Tidak adanya pengaruh yang signifikan antara media sosial dengan gaya hidup mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisa dan menyajikannya dalam bentuk angka-angka dan dapat diukur kebenarannya. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi ataupun sampel tertentu. Penelitian kuantitatif adalah jenis kegiatan penelitian yang spesifikasinya tersusun secara sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas mulai dari penyusunan rencana penelitian, tujuan penelitian, sampel, sumber data, hingga metodologi.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Jln H.R Soebrantas No. 155, Km 18, Simpang Baru, Tampan, Pekanbaru. Adapun waktu penelitian yang dilaksanakan pada bulan November 2024 hingga Januari 2025.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Adapun populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau angkatan 2021 yang berjumlah 193 orang dan mahasiswa angkatan 2022 yang berjumlah 269 orang sehingga totalnya adalah 462 mahasiswa.

3.3.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak memungkinkan untuk mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penulis dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan jenis *Non probability* sampling dengan teknik *Purposive sampling*. Sugiyono (2018) mengatakan bahwa *Non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sedangkan teknik *Purposive sampling* menurutnya adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.

Dalam menentukan jumlah sampel penulis menggunakan rumus slovin, karena populasi yang didapatkan sudah diketahui jumlahnya (Kriyatono, 2006).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e^2 = presentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan (*error*).
(pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau yang diinginkan dalam penelitian ini sebesar 5%)

N = 462, e = 5%

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{462}{1 + (462) \cdot 0,05^2}$$

$$n = \frac{462}{1 + (462) \cdot 0,0025}$$

$$n = \frac{462}{1 + 1,155}$$

$$n = \frac{462}{2,155}$$

$$= 214,38515$$

Dari hasil yang diperoleh di atas yaitu 214,38515 yang merupakan bilangan berkoma, maka pada perhitungan yang menghasilkan bilangan berkoma sebaiknya dibulatkan ke bilangan bulat terdekat, sehingga jumlah sampel pada penelitian ini dibulatkan menjadi 214 orang responden penelitian yang dilakukan

kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau Angkatan tahun 2021 dan 2022 yang menggunakan media sosial.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Penulis melakukan pengumpulan data untuk memenuhi kebutuhan penelitiannya. Berikut beberapa metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan :

1) Angket / Kuesioner

Alat ukur berupa kuesioner atau skala akan diberikan kepada subjek penelitian untuk diisi. Menurut Azwar (2014), skala merupakan alat yang membantu peneliti dalam mengumpulkan data melalui daftar yang telah disusun sedemikian rupa sehingga responden dapat mengisi atau menandai secara mudah dan cepat. Tujuannya untuk memperoleh informasi sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Kuesioner dapat dikirim melalui pos atau peneliti mendatangi responden secara langsung, namun dikarenakan perkembangan teknologi yang semakin canggih, kini kuesioner dapat dibagikan melalui link *Google form* untuk kemudian dapat diisi dengan mudah oleh responden melalui *smartphone* ataupun laptop, dan dalam penelitian ini penulis menggunakan *google form* untuk pengisian kuesioner.

Dalam survei proses pengumpulan data dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrument pertama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik (Sugiyono, 2016). Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan jawaban skala likert, yang mana responden menjawab sesuai kriteria yang ditentukan yakni : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Cukup Setuju (CS), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

2) Observasi

Observasi di lapangan dilakukan dalam rangka mengamati pola gaya hidup gaya hidup mahasiswa yang menggunakan media social.

3) Studi Literatur

Studi literatur merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan teori pendukung dan menjadi dasar dalam penelitian ini. Literatur tersebut dapat diperoleh dari buku, jurnal, e-book dan tulisan resmi lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.1. Uji Validitas

Penulis menggunakan validitas wajah (face validity) dalam penelitian ini yang berkaitan dengan apakah alat ukur yang dipakai dapat mengukur konsep yang ingin diukur. Terdapat 2 cara yang bisa digunakan untuk memastikan apakah alat ukur yang digunakan memenuhi validitas ini atau tidak, yakni dengan melihat apakah alat ukur yang digunakan telah diakui oleh pihak ilmiah atau tidak dengan memeriksa buku atau jurnal dari bidang ilmiah yang kita teliti. Validitas menunjukkan sejauh mana kesahihan suatu alat ukur. Terdapat beberapa macam klasifikasi validitas, namun dalam penelitian ini penulis menggunakan validitas konstruk yang cakupannya lebih luas dibandingkan validitas lainnya yaitu konten dan kriteria. Suatu instrument penelitian dapat dikatakan valid bila koefisien korelasi product moment $> r$ table. Berikut adalah rumus yang dapat digunakan untuk uji validitas konstruk dengan Teknik korelasi product moment :

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Pengertian :

n = jumlah data (responden)

X = skor variable (jawaban responden)

Y = skor total dari variable untuk responden ke-n

Pengujian dilakukan pada tiap masing-masing butir pertanyaan dengan Langkah-langkah sebagai berikut :

- 1) Menjumlahkan skor jawaban.
- 2) Uji validitas setiap butir pertanyaan
- 3) Menghitung nilai r table.
- 4) Menghitung nilai r hitung.
- 5) Membuat keputusan.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Selanjutnya dalam buku Eriyanto (2011) menyebutkan pengujian reliabilitas yang artinya adalah angka yang dapat menunjukkan sejauh mana alat ukur penelitian dapat dipercaya atau diandalkan. Teknik reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cronbach's Alpha* dengan bantuan aplikasi SPSS. Menurut Azwar (2012), jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,7$ maka instrument dapat dinyatakan reliabel.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun tahap penghitungan uji reliabilitas dengan Teknik ini adalah :

- 1) Menentukan nilai varian setiap butir pertanyaan.
- 2) Menentukan nilai varian total.
- 3) Menentukan reliabilitas instrument.

3.6. Teknik Analisis Data

- 1) Regresi Linier Sederhana

Data yang sudah diberi kategori/kriteria kemudian dimasukkan kedalam rumus dengan menggunakan rumus regresi linier sederhana dengan metode kuadrat terkecil yang berguna untuk mencari pengaruh variabel predicator (bebas) terhadap variable kriterium (terikat). Uji yang dilakukan pada penelitian ini adalah Uji Regresi Linier Sederhana yaitu alat ukur yang digunakan untuk mengukur ada tidaknya pengaruh antar variable (Kriyantono, 2009). Analisis regresi linier sederhana ini digunakan untuk melihat kelayakan kuat atau tidaknya pengaruh antara variabel-variabel yang diuji. Dilakukannya teknik analisis data menggunakan teknik Analisis Regresi Linier Sederhana, karena dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Dalam pengujian hipotesis ini digunakan uji statistik regresi linier sederhana. Dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Subjek dalam variable dependen yang diprediksikan

a = Harga konstan (ketika harga X = 0)

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variable dependen berdasarkan variable independen

Masing-masing jawaban dari kuesioner akan mendapatkan penilaian sebagai berikut (Sugiyono, 2016) :

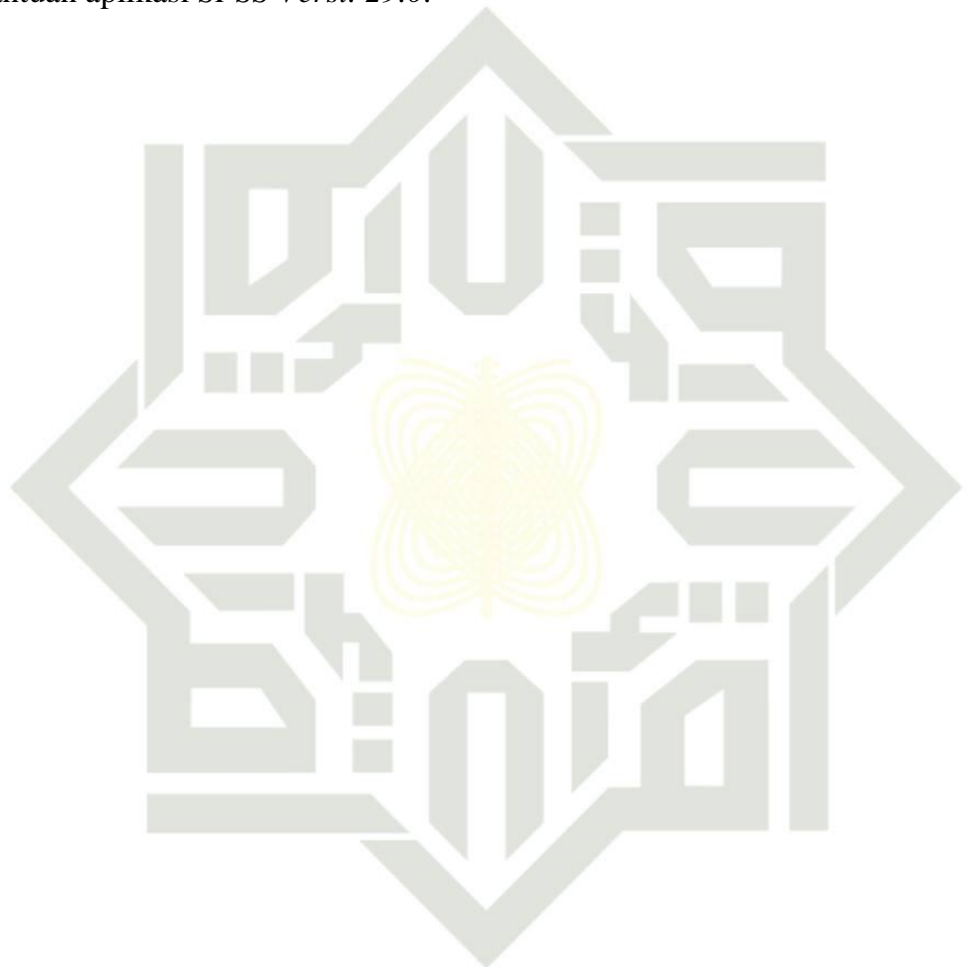
Sangat Setuju (SS)	: 5
Setuju (S)	: 4
Cukup Setuju (CS)	: 3
Tidak Setuju (TS)	: 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Koefisien Korelasi

Metode ini bertujuan untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat pengaruh suatu variabel dengan variabel lain. Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penulisan ini adalah deskriptif kuantitatif, menjelaskan permasalahan yang diteliti dalam bentuk angka-angka dengan rumusan korelasi Pearson Product Moment dengan bantuan aplikasi *SPSS Versi. 29.0*.



UIN SUSKA RIAU

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1. Gambaran Umum UIN Suska Riau

Universitas Islam Sultan Kasim Riau (UIN SUSKA RIAU) dalam bahasa Inggris yaitu Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau merupakan hasil pengembangan / peningkatan status pendidikan dari institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sultan Syarif Kasim Pekanbaru yang secara resmi dikukuhkan berdasarkan Peraturan RI Nomor 2 Tahun 2005 oleh Presiden RI, Bapak Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono sebagai tidak lanjut perubahan status ini, Menteri agama RI menetapkan Organisasi dan Tata Kerja Uin Suska Riau berdasarkan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005. Institut Agama Islam Negeri Sultan Syarif Qasim (IAIN Susqa) Pekanbaru sebagai cikal bakal UIN Suska Riau, didirikan pada tanggal 19 September 1970 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 194 Tahun 1970. Institut ini diresmikan berdirinya oleh Menteri Agama Republik Indonesia K.H. Ahmad Dahlan pada tanggal 19 September 1970 berupa penandatanganan piagam dan pelantikan Rektor yang pertama yaitu Prof. H. Ilyas Muhammad Ali.

IAIN Suska ini pada mulanya berasal dari beberapa Fakultas dari Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta yang kemudian dinegerikan, yaitu Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Riau di Pekanbaru, Fakultas Syariah Universitas Islam Riau di Tembilahan, dan Fakultas Ushuluddin Masjid Agung An-Nur Pekanbaru. Dengan persetujuan Pemerintah Daerah, maka institute Agama Islam Pekanbaru ini diberi nama dengan Sulthan Syarif Qasim, yaitu pejuang nasional asal Riau. Pengambilan nama ini mengingat jasa-jasa dan pengabdian beliau terhadap negeri, termasuk dibidang pendidikan.

IAIN Susqa Pekanbaru ini mengambil tempat kuliah pada mulanya dibekas sekolah Cina di Jl. Cempaka, sekarang bernama Jl. Teratai, kemudian dipindahkan ke masjid Agung An-Nur. Lalu pada tahun 1973, barulah IAIN Susqa menempati kampus Jl. Pelajar (Jl. K.H. Ahmad Dahlan sekarang).

Bangunan pertama seluas 840 m2 yang terletak diatas tanah berukuran 3,65 Ha dibiayai sepenuhnya oleh Pemerintah Daerah dan diresmikan penggunaannya oleh Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Riau, Arifin Achmad pada tanggal 19 Juni 1973. Ketika didirikan, IAIN Susqa hanya terdiri atas tiga Fakultas, Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syariah, dan Fakultas Ushuluddin. Namun sejak tahun 1998, IAIN Susqa mengembangkan diri dengan membuka Fakultas Dakwah. Fakultas ini didirikan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 104 Tahun 1998 tanggal 24 Februari 1998.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta ini milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Pada tahun akademik 1999/2000 IAIN Susqa telah membuka Program Studi Teknik Informatika. Satu tahun kemudian, tepatnya tahun akademik 2000/2001, dibuka pula Program Studi Teknik Industri. Kedua program studi terakhir ini untuk sementara ditempatkan dibawah administrasi Fakultas Dakwah. Tahun akademik 2002/003 program studi umum yang ada pada fakultas diatas dan ditambah beberapa program studi baru, ditingkatkan menjadi fakultas yang berdiri sendiri. Fakultas-fakultas tersebut adalah Fakultas Sains dan teknologi dengan Jurusan/Program Stdi Teknik Informatika, Teknik Industri, Ssitem Informasi, dan Matematika; Fakultas Psikologi dengan Jurusan/Program Studi Psikologi; Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dengan Jurusan/Program Stdi Manajemen, Akuntansi, dan Manajemen Perusahaan Diploma III; dan Fakultas Peternakan dengan Program Studi Ilmu Ternak dengan Konsentrasi Teknologi Produksi Ternak, Teknologi Hasil Ternak, dan Teknologi Pakan dan Nutrisi. Dengan demikian, pada tahun akademik 2002/2003, IAIN Susqa sebagai persiapan UIN Suska Riau telah mempunyai 8 fakultas, yaitu : Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakawah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi, dan Fakultas Peternakan.

Peningkatan status IAIN menjadi UIN dimaksudkan untuk menghasilkan sarjana muslim yang mampu menguasai, mengembangkan, dan menerapkan ilmu ke-Islaman, ilmu pengetahuan dan teknologi secara integral, sekaligus menghilangkan pandangan dikhootmi antara ilmu keislaman dan ilmu umum. Pengembangan UIN Suska tidak hanya dilakukan pada bidang akademik semata, seperti melalui pembukaan fakultas-fakultas dan program-program studi baru, tetapi juga diarahkan pada pengembangan di bidang fisik, sarana dan prasarana.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Saat ini UIN Suska telah mempunyai lahan kampus seluas 84,15 Ha yang terdiri atas 3,65 Ha di Jl. K.H. Ahmad Dahlan dan 80,50 Ha di Km. 15 Jl. Soebrantas Simpangbaru Panam Pekanbaru.

Lahan kampus di Km. 15 Jl. H.R. Soabrantas tersebut dibebaskan pada tahun 1981/1982 yang mulanya seluas 60 Ha dan diperluas pada tahun 2003- 2006 menjadi 80,50 Ha. Pada tahun 1995/1996 pembangunan fisik di lahan ini telah dimulai dan telah berhasil membangun gedung seluas 5.670 m² untuk 70 lokal ruang kuliah. Sesuai dengan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja Uin Suska Riau dan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 56 Tahun 2006 tentang Perubahan atas PMA RI No. 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau, maka UIN Suska Riau memiliki 8 Fakultas, yaitu: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum, Fakultas Ushuluddin, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, dan Fakultas Pertanian dan Peternakan.

4.2. Gambaran Umum Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Berdirinya Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA Riau Universitas Islam Negeri Sultan Kasim (UIN SUSKA) Riau merupakan pengembangan atau peningkatan status institusi dari Institut Agama Islam Negeri Sultan Syarif Qasim (IAIN Susqa) Pekanbaru. Institut ini didirikan berdasarkan surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia N0.94 Tahun 1970 pada tanggal 19 September 1970. Yang terletak di dua tempat, yang pertama kampus Tuanku Tambusai di Jalan K.H Ahmad Dahlan 94 Sukajadi Pekanbaru dan tempat yang kedua adalah kampus Raja Ali Haji di Jalan H.R Soebrantas Km. 15 Simpang Baru. Tampan, Pekanbaru.

Pada awal berdirinya IAIN Susqa hanya memiliki tiga Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syari'ah dan Fakultas Ushuluddin. Masa selanjutnya IAIN Susqa telah berkembang dan bertambahnya fakultas dan berbagai sarana lainnya. Pada tahun 1997 dibuka Program Pasca Sarjana dan pada tahun 1998 didirikan Fakultas Dakwah. Fakultas Dakwah UIN Suska Pekanbaru meskipun secara yuridis telah berusia hampir seperempat abad, karena embrionya bermula dari Jurusan Ilmu Dakwah yang ada pada Fakultas Ushuluddin UIN Suska Riau. Peningkatan status Jurusan Ilmu Dakwah menjadi sebuah Fakultas tersendiri sesungguhnya telah direncanakan sejak lama. Dan usaha-usaha yang lebih intensif kearah itu telah dimulai sejak tahun akademik 1994/1995. Setahun kemudian, yakni 1995/1996, Jurusan Ilmu Dakwah dimekarkan menjadi dua jurusan, yaitu jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kedua jurusan tersebut sampai dengan tahun akademik 1997/1998 telah berusia lebih kurang tiga tahun dan telah memiliki mahasiswa sebanyak 211 orang. Pada tahun akademik 1996/1997 telah dilakukan penjajagan kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung dalam rangka mempersiapkan dan memperluas jurusan pada Fakultas Dakwah yang didirikan, yang kemudian menghasilkan kesepakatan kerjasama antara IAIN Susqa Pekanbaru dengan Unpad Bandung yang direalisir dalam bentuk penandatanganan naskah kesepakatan berupa MOU (Memorandum of Understanding). Pada bulan Januari 1998 dengan Nomor: IN 13/R/HM.01/164/1998 dan 684/706/TU/1998 yang pelaksanaan teknisnya dipercayakan pada Fakultas Usuludin (Pengasuh Ilmu Dakwah) dan Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad Bandung sebagai tindak lanjut dari MOU tersebut adalah disepakatinya pembukaan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi dan Diploma Tiga (D3) Pers Dan Grafika, untuk melengkapi dua Jurusan yang sudah ada (PMI dan BPI) pada Fakultas Dakwah yang akan didirikan.

Untuk mewujudkan pendidikan Fakultas Dakwah pada UIN Suska Riau telah dilakukan berbagai upaya perintisan, diantaranya adalah mengupayakan untuk mendapatkan pengukuhan secara yuridis formal dari berbagai pihak terkait seperti dari Departemen Agama sendiri, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI dan dari hasilnya adalah dikeluarkannya surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia tentang pendirian Fakultas Dakwah nomor 104 tahun 1998 tanggal 28 Februari 1998.

Dalam pada itu telah dilakukan seminar lokakarya (semiloka) tentang penyusunan kurikulum jurusan Ilmu Komunikasi dan Program Studi Pers dan Grafika. Semiloka tersebut dihadiri oleh dua tokoh dan pakar komunikasi Unpad⁴⁵ Bandung yaitu : Dr. H. Dedi Mulyana, MA dan Drs. Elvinaro Enderianto, M.Si menggantikan Drs. Soleh Soemirat Dekan Fikom Unpad Bandung yang berhalangan datang. Semiloka tersebut berhasil merumuskan kurikulum terpadu antara disiplin Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu keislaman yang merupakan ciri khas program studi Ilmu Komunikasi pada IAIN Susqa.

Berbekalan Surat Keputusan Menteri Agama RI nomor 104 tahun 1998 tersebut, maka secara de jure Fakultas Dakwah telah terlahir dan terpisah dari Fakultas Ushuluddin, tetapi secara de facto kelahiran itu baru terealisasi pada bulan September 1998, dalam acara Stadium General pembukaan kuliah akademik 1998/1999. Dalam kesempatan itu yang bertindak sebagai pembicara adalah Drs. Soleh Soemirat, M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad Bandung.

Pada awal pendirian jurusan Ilmu komunikasi akademik 1998/1999 hanya menerima 40 orang mahasiswa yang terdiri dari satu lokal, namun seiring

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perkembangan Jurusan Ilmu Komunikasi mempunyai masa studi 8 (delapan) sementara dengan jumlah total sekitar 160 SKS (Sistem Kredit Semester). Sekarang kurikulum inti berdasarkan kurikulum fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung, Kemudian digabung dengan kurikulum institusional yang bernuansa islami.

Sementara itu Jurusan Ilmu Komunikasi belum mempunyai dosen tetap dengan latar belakang Ilmu Komunikasi. Oleh sebab itu pimpinan melakukan usaha-usaha antara lain dengan memberikan izin belajar kepada dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi untuk meneruskan pendidikannya pada Program Magister Komunikasi di Universitas Padjajaran. Untuk memenuhi tuntutan pengajar di jurusan Ilmu Komunikasi maka ditempuh dengan melakukan kerja sama dengan instansi Pemerintahan, Perguruan Tinggi yang ada di Pekanbaru antara lain, Riau Pos dan RRI Stasiun Pekanbaru. Selain itu jurusan ini mendapat bantuan dosen dari Fakultas Komunikasi UNPAD Bandung dengan sistem dosen terbang.

Adapun dari segi kepemimpinan pada Jurusan Ilmu Komunikasi sejak tahun 1998/1999 sampai kini telah mengalami 7 kali pergantian. Pertama kali dipimpin oleh Hidayat, MA (1998-2001), Suhaimi D, M.Si (2001-2003) kemudian DR. Nurdin A Halim, MA (2003-2005), Drs. Abdul Rachman (2005-2009), DR. Nurdin A Halim, MA (2009-2013), Firdaus Elhadi, S.Sos, M.Soc Sc (2013-2016) dan Mardiah Rubani, M.Si (2016-Hingga sekarang).

4.3. Visi, Misi, Karakteristik dan Tujuan UIN Suska Riau

4.3.1. Visi

Visi UIN Suska Riau adalah mewujudkan Universitas Islam Negeri pada tahun 2023 sebagai lembaga pendidikan tinggi kelas dunia yang mengembangkan ajaran islam, ilmu pengetahuan, teknologi dan/atau seni secara terpadu. Menyelenggarakan pertemuan perguruan tinggi yang otonom, akuntabel, dan transparan untuk memastikan peningkatan kualitas yang berkelanjutan.

4.3.2. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan ke arah pembinaan sumber daya manusia secara akademik, profesional dan jujur yang cendekiawan sebagai sarjana muslim.
- 2) Menyelenggarakan penelitian dan pembelajaran untuk pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau seni dengan model Islami.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat dengan menggunakan ilmu pengetahuan, teknologi dan/atau seni dengan model Islam.
- 4) Menyelenggarakan pertemuan perguruan tinggi yang otonom, akuntabel, dan transparan untuk memastikan peningkatan kualitas yang berkelanjutan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.3.3. Tujuan

- 1) Melahirkan lulusan yang berakhlak mulia dan menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan dan keunggulan akademik dan/atau profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan, dan menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau seni dalam semangat Islam.
- 2) Bekerja untuk mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan, ilmu pengetahuan, teknologi, dan/atau seni keagamaan Islam serta menjamin pemanfaatannya untuk meningkatkan harkat dan martabat kehidupan masyarakat serta memperkaya budaya bangsa.
- 3) Menghasilkan karya ilmiah dan kreatif kelas dunia.
- 4) Menciptakan kinerja kelembagaan yang efektif untuk mencapai pertumbuhan kualitas yang berkelanjutan dalam penerapan tridharma di perguruan tinggi.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Sebagai penutup dan akhir dari rangkaian penelitian yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau”, maka dapat disimpulkan yaitu:

Berdasarkan seluruh hasil tahapan penelitian yang telah dilakukan mengenai respon mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau terhadap pengaruh penggunaan media sosial, maka pada penelitian ini secara parsial penggunaan media sosial ($\sum X$) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap masing-masing indikator gaya hidup konsumtif sebagai berikut:

- 1) ($\sum X$) terhadap Y1 (membeli produk karena suatu hadiah) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 8,140 > t_{tabel}$, menunjukkan pengaruh yang signifikan;
- 2) ($\sum X$) terhadap Y2 (membeli produk karena kemasan menarik) dengan nilai signifikansi $< 0,001$ dan $t_{hitung} 9,932 > t_{tabel}$, menunjukkan pengaruh signifikan;
- 3) ($\sum X$) terhadap Y3 (membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi) dengan nilai signifikansi $< 0,001$ dan $t_{hitung} 8,240 > t_{tabel}$, menunjukkan pengaruh signifikan;
- 4) ($\sum X$) terhadap Y4 (membeli produk karena pertimbangan harga) dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ dan $t_{hitung} 3,011 > t_{tabel}$, menunjukkan pengaruh signifikan;
- 5) ($\sum X$) terhadap Y5 (membeli produk demi simbol status) dengan nilai signifikansi $< 0,001$ dan $t_{hitung} 6,685 > t_{tabel}$, menunjukkan pengaruh signifikan;
- 6) ($\sum X$) terhadap Y6 (memakai produk karena unsur konformitas) dengan nilai signifikansi $< 0,001$ dan $t_{hitung} 7,456 > t_{tabel}$, menunjukkan pengaruh signifikan;
- 7) ($\sum X$) terhadap Y7 (membeli produk mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri) dengan nilai signifikansi $< 0,001$ dan $t_{hitung} 8,862 > t_{tabel}$, juga menunjukkan pengaruh signifikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Secara simultan, berdasarkan uji regresi linear sederhana terhadap keseluruhan indikator gaya hidup konsumtif (ΣY), diketahui bahwa:

1. Nilai F hitung sebesar 208,353 dengan signifikansi $< 0,001$, yang berarti secara statistik model regresi tersebut signifikan;
2. Nilai R sebesar 0,704 menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara variabel penggunaan media sosial dan gaya hidup konsumtif;
3. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,496 menunjukkan bahwa penggunaan media sosial menjelaskan 49,6% variasi dalam gaya hidup konsumtif mahasiswa;
4. Nilai t hitung sebesar 14,434 $>$ t tabel (0,138) dan nilai signifikansi $< 0,001$, menunjukkan pengaruh yang signifikan;
5. Koefisien regresi variabel X sebesar 0,961 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada penggunaan media sosial meningkatkan gaya hidup konsumtif sebesar 0,961 satuan.

Penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska. Nilai koefisien regresi sebesar 0,961 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan penggunaan media sosial akan meningkatkan gaya hidup konsumtif sebesar 0,961 satuan. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,496 mengindikasikan bahwa 49,6% variasi gaya hidup konsumtif dapat dijelaskan oleh penggunaan media sosial. Hasil uji F (208,353) dan nilai signifikansi $< 0,001$ menegaskan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Dengan demikian, semakin intens mahasiswa menggunakan media sosial, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk menjalani gaya hidup konsumtif, yang didukung oleh faktor sosial dan psikologis seperti keinginan menjaga penampilan, gengsi, dan simbol status.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa **penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau**, baik secara parsial pada masing-masing indikator maupun secara general terhadap keseluruhan gaya hidup konsumtif.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6.2. Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau tentang pengaruh penggunaan media sosial terhadap gaya hidup konsumtif, maka berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyampaikan saran-saran berikut:

- 1) Kepada mahasiswa, diharapkan untuk lebih bijak dalam menggunakan media sosial serta mampu mengatur waktu penggunaannya secara efektif dan produktif, sehingga tidak hanya terfokus pada aktivitas konsumtif, tetapi juga dapat memanfaatkan media sosial untuk hal-hal positif seperti pengembangan diri dan kegiatan akademik.
- 2) Kepada pihak kampus, diharapkan untuk memberikan edukasi secara intensif mengenai pentingnya penggunaan media sosial secara bijak, misalnya dengan menyelenggarakan seminar atau pelatihan yang dapat membantu mahasiswa memahami dampak penggunaan media sosial terhadap gaya hidup mereka.
- 3) Kepada peneliti selanjutnya, disarankan agar dapat memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan mahasiswa dari jurusan lain atau menggunakan pendekatan kualitatif, agar diperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswa. Selain itu, dapat pula mengembangkan variabel lain seperti faktor ekonomi atau pengaruh sosial, sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan bermanfaat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, H., & Prasetya, H. (2009). *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Pengaruh dalam Gaya hidup Sosial*. Jakarta: Penerbit Buku Indonesia.
- Agiyanto, A., & Setiawati, E., et al. (2020). *Pengaruh Penggunaan Smartphone terhadap Komunikasi di Era Digital*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 15(2), 123-138.
- Agiyanto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja*. Jurnal Komunikasi Digital, 9(1), 123-135.
- Andreas Kaplan, & Michael Haenlein. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons, 53(1), 59-68.
- Andrian, A. L., & Rostiani, R. (2020). *How does gift with purchase influence your satisfaction in online buying?* Jurnal Siasat Bisnis, 24(3), 219-229. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol24.iss3.art5>
- Ardianto, E. (2013). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Asmawati, A., Firdhiya, A., & Restiatul, T. (2022). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja*. Jurnal Komunikasi dan Media, 9(3), 142-157.
- Asmawati, A., Pramesty, A. F., & Afiah, T. R. (2022). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja*. Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan, 8(2), 45-57.
- Azis, S., & Salam, H. (2018). *Penggunaan Media Sosial dalam Perubahan Gaya Hidup Remaja Zaman Sekarang*. Jurnal Pendidikan dan Sosial, 7(3), 201-210.
- Azwari, S. (2014). *Skala Pengukuran dalam Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwari, S. (2015). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. Sage Publications.
- Budianto, W., & Hamid, A. (2013). *Konsumsi dalam perspektif Baudrillard: Menyikapi tatanan sosial melalui objek konsumsi*. Jurnal Sosial dan Budaya, 5(3), 123-134.
- Burnasheva, R., & Suh, Y. G. (2021). The influence of social media usage, self-image congruity and self-esteem on conspicuous online consumption among millennials. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(5), 1255–1269. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2020-0180> [Emerald](#)
- Cahyaningsih, D. A., Zusrony, E., & Andriana, M. (2022). *The influence of social media, packaging, and online customer reviews on the purchase decision of local perfume brand HMNS*. Jurnal Ilmiah Ekonomi, 16(1), 35–45. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/16739>
- Cleopatra, N. (2015). *Gaya Hidup dalam Masyarakat Modern: Identitas, Status Sosial, dan Media Sosial*. Jakarta: Pustaka Mandiri.
- Darmawan, M. (2020). *Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup Konsumtif Remaja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2005). *Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Suska Riau*. Jakarta: Departemen Agama RI.
- Dhani, A. A., Mahrinasari, M. S., & Ambarwati, D. A. S. (2023). *The influence of product packaging design and social media advertising on purchase intention (Study on users of Kahf branded care products)*. Business Innovation and Journal of Management and Technology, 5(2), 12–24. <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/BIJMT/article/view/2449>
- Enyanto, A. (2011). *Analisis Data dengan SPSS untuk Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Press.
- Fajrin Triananda, S., Anggraeni Dewi, D., & Furnamasari, Y. F. (2021). *Peran Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja*. Jurnal Ilmu Sosial dan Komunikasi, 17(2), 120-133.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau. (1998). *Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 104 Tahun 1998 tentang pendirian Fakultas Dakwah*. Jakarta: Departemen Agama RI.
- Farah Nurrizka, A. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Pelajar SMAN 04 Pontianak*. Skripsi tidak diterbitkan, Universitas Tertentu.
- Gantiano, R. (2017). *Teknologi Komunikasi dan Dampaknya dalam Interaksi Sosial*. Jurnal Teknologi Informasi, 18(1), 25-30.
- Hasan, M. (2019). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Gaya hidup Konsumtif Mahasiswa di Universitas X*. Skripsi tidak diterbitkan. Universitas Y.
- Heliyon. (2024). Social media influencers and followers' conspicuous consumption: The mediation of fear of missing out and materialism. *Heliyon*, 10(16), e36387. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36387>
- Hidayati, N. (2018). *Analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Gaya Hidup Mahasiswa*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 12(1), 45-59.
- Hiriyanti, H., & Nugraha, J. A. (2024). Pengaruh media sosial, konformitas teman sebaya, dan lifestyle terhadap gaya hidup konsumtif pada mahasiswa Institut Agama Islam Tasikmalaya. *La Zhulma: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 1–15. <https://journal.iaitasik.ac.id/index.php/LaZhulma/article/view/357>
- Hiriyanti, H., & Nugraha, J. A. (2024). Pengaruh media sosial, konformitas teman sebaya dan lifestyle terhadap gaya hidup konsumtif pada mahasiswa Institut Agama Islam Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam La Zhulma*, 5(1). <https://doi.org/10.70143/lazhulma.v5i1.357> journal.iaitasik.ac.id
- He, S., Zhu, Z., Wang, M., & Liu, W. (2022). *Effects of social media usage on consumers' purchase intention in social commerce: A cross-cultural empirical analysis*. Frontiers in Psychology, 13, Article 837752. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.837752>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- IAIN Suska Riau. (2005). *Peraturan Menteri Agama RI Nomor 56 Tahun 2006 tentang Perubahan atas PMA No. 8 Tahun 2005*. Jakarta: Departemen Agama RI.
- Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sultan Syarif Kasim Pekanbaru. (2005). *Sejarah Pendirian IAIN Suska Riau dan Perkembangannya*. Pekanbaru: IAIN Suska.
- Juwita, D., Celline, A., Sutini, S., & Keni, K. (2024). Determinan conspicuous online consumption generasi Y: Peran media sosial dan simbolisme kemewahan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 45–60. <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmieb/article/view/30855>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (n.d.). *Pengaruh*. Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- Khansa, M., & Putri, L. (2021). *Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Negeri Jakarta*. *Jurnal Komunikasi*, 9(4), 58-65.
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2021). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta*. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi*, 10(1), 11-23.
- Krishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2023). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram dan konformitas terhadap gaya hidup konsumtif di kalangan Generasi Z. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*. <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/5973> [eJournals Universitas Mulawarman](https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/5973)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*. Prentice Hall.
- Kriyantono, R. (2009). *Analisis Regresi Linier dalam Penelitian Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kurnia, R., Setiawan, A., & Putra, M. A. (2018). *Pengertian media sosial dalam konteks globalisasi*. *Jurnal Komunikasi Digital*, 7(2), 45-58.
- Lauer, R. (2003). *Teori dan Konsep Gaya Hidup dalam Sosiologi*. Bandung: Penerbit Sosiologi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Limetti, F., Rahmani, R., & Sunarto, H. (2016). *Analisis penggunaan media sosial berdasarkan frekuensi, durasi, dan intensitas*. Jurnal Komunikasi Massa, 10(1), 99-110.
- Luthfie, M., & Hayani, N. (2024). Pengaruh penggunaan e-commerce dan social media marketing terhadap gaya hidup konsumtif pada generasi Z di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial (JEIS)*, 3(1), 209–221. <https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/JEIS/article/view/2758>
- Mulyana, D., & Enderianto, E. (1998). *Seminar Lokakarya Penyusunan Kurikulum Jurusan Ilmu Komunikasi dan Program Studi Pers dan Grafika*. Bandung: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran.
- Munawar, D. (2017). *Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Gaya Hidup Remaja di Indonesia*. Jurnal Media dan Masyarakat, 4(3), 201-210.
- Muthahharah, S., & Wahyuni, D. (2023). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Peserta Didik di MTs Lembang Bau Desa Bonea Timur Kecamatan Bontomanai Kepulauan Selayar*. Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial, 10(1), 35-47.
- Nasrullah, S. (2015). *Karakteristik media sosial: Pengaruhnya terhadap hubungan sosial masyarakat*. Jakarta: Pustaka Ilmu.
- Negroho, H., & Sari, D. (2021). *Penggunaan Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Konsumerisme pada Generasi Milenial*. Jurnal Studi Komunikasi, 15(2), 88-99.
- Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia No. 2 Tahun 2005. (2005). *Peraturan Presiden Republik Indonesia tentang Pengukuhan Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau*. Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Putri, F., Widyastuti, M., & Sari, D. (2016). *Dampak positif dan negatif media sosial dalam kehidupan masyarakat*. Jurnal Ilmu Sosial dan Budaya, 5(3), 12-24.
- Putri, N., Nurwati, M., et al. (2016). *Media Sosial dan Dampaknya terhadap Gaya hidup Pengguna Smartphone*. Jurnal Teknologi dan Media Sosial, 5(2), 56-70.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Rahmani, R. (2016). *Media Sosial dan Pengaruhnya dalam Kehidupan Remaja*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- Ramadhan, A. (2018). *Pengaruh Penggunaan Smartphone terhadap Kehidupan Sosial Mahasiswa*. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, 3(1), 89-98.
- Ramadhani, A. T., Zaphira, K. A., & Pitaloka, B. P. D. (2023). Pengaruh media sosial terhadap gaya hidup konsumsi para Gen Z di Palembang dalam membeli produk thrift. *Balance: Media Informasi Akuntansi dan Keuangan*, 17(2), 1–10. <https://e-journal.upr.ac.id/index.php/blnc/article/view/21175>
- Ramdani, F., Anisa, D. C., & Sahara. (2023). The influence of social media marketing, product quality and price on purchase intention. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 5(3). <https://journalkeberlanjutan.com/index.php/jtep/article/view/1495>
- Sakdiyah, N., & Fitriyah, H. (2021). *Social media's impact on global purchasing decisions via key insights*. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 18(2), 45–57. <https://ijins.umsida.ac.id/index.php/ijins/article/view/1092>
- Sanggabuwana, E., Wijaya, D., & Gunawan, S. (2017). *Framework Honeycomb dalam media sosial: Sebuah analisis*. *Jurnal Teknologi dan Media Sosial*, 3(1), 55-69.
- Santoso, R., & Putri, A. (2023). Pengaruh eksposur media sosial terhadap persepsi konsumen mengenai produk premium dan kepercayaan diri. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 15(2), 145-158. <https://doi.org/10.1234/jpk.v15i2.5678>
- Setiadi, N. (2014). *Dampak penggunaan media sosial terhadap komunikasi masyarakat*. *Jurnal Teknologi Komunikasi*, 2(3), 25-36.
- Siepmann, C., Holthoff, L. C., & Kowalczyk, P. (2021). Conspicuous consumption of luxury experiences: An experimental investigation of status perceptions on social media. *Journal of Product & Brand Management*, 31(3), 454–468. <https://doi.org/10.1108/JPBM-08-2020-3047>
- Sudirjo, F., Arubusman, D., Sahala, J., Setiawan, E. B., & Abidin, Z. (2025). The impact of price and social media on buying decisions. *Al-Kharaj: Journal*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

of Islamic Economic and Business,
5(2). <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alkharaj/article/view/3920>

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Al

Sakri, S., Wong, Y. H., Malek, F. A., Abdullah, T. M. K., & Syahputra, S. (2021). *The influence of packaging design on students' purchasing intention*. International Journal of Business and Technology, 9(2), 22–30. <https://ejournal.unimap.edu.my/index.php/ijbt/article/view/967>

Wijaya, T., & Lestari, S. (2022). Persepsi harga mahal sebagai simbol status dalam media sosial: Dampaknya pada kepercayaan diri konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 78–89. <https://doi.org/10.2345/jmp.v10i1.4321>

Winasari, N. M. P. (2022). The influence of social media marketing, product quality, and price on purchase decisions in mid Covid-19 on Ilisproject. *Review of Management, Accounting, and Business Studies*, 2(2). <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/revenue/article/view/4130>

Yucha, N., & Nurindah, R. (2024). Social media advertising, conformity, and environment on hedonist lifestyle through consumptive behavior. *Journal of Applied Management and Business*, 4(1). <https://doi.org/10.37802/jamb.v4i1.398>

Yunus, A., Bajwa, R. S., Mushtaq, S. K., & Hussain, M. M. (2023). Exploring Social Media Usage and Self-Image Congruity as Predictors of Online Conspicuous Consumption. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 11(4), 4317–4324. <https://doi.org/10.52131/pjhss.2023.1104.0695> [iRASD Journals](https://www.ijrasd.com)

Yunus, A., Kaleem, M., & Mushtaq, S. K. (2022). Impact of Social Media Usage and Self-Image Congruity on Online Buying Behaviour: A quantitative Study. *Annals of Human and Social Sciences*, 3(3), 360–369. [https://doi.org/10.35484/ahss.2022\(3-III\)34](https://doi.org/10.35484/ahss.2022(3-III)34) [AHSS Journal](https://www.ahssjournal.com)

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SKALA PENELITIAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan saya Ichsan Utama, mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 UIN Suska yang saat ini sedang melakukan penelitian guna memenuhi tugas akhir yaitu skripsi. Adapun kriteria partisipan yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Mahasiswa aktif angkatan 2021 dan 2022 prodi Ilmu Komunikasi yang berada di UIN Suska
2. Mahasiswa yang menggunakan media sosial (contoh; Instagram, Tiktok, Youtube, Twitter, dan lain sebagainya)
3. Berjenis kelamin laki-laki dan perempuan

Jika anda termasuk dalam kriteria diatas, saya mengharapkan bantuan dari anda untuk dapat mengisi skala yang sudah tersedia. Semua jawaban yang diberikan sesuai dengan keadaan sesungguhnya pada saat ini, untuk itu mohon setiap pertanyaan dijawab dengan baik dan diharapkan menjawab dengan jujur.

Skala penelitian ini diedarkan hanya untuk kepentingan akademik saja sehingga data diri dan jawaban anda akan terjaga kerahasiaannya sesuai kode etik ilmiah.

Atas perhatian dan ketersediaan teman-teman saya ucapkan terimakasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama/Inisial :
Umur :
Jenis Kelamin :
Angkatan :

Jawablah pertanyaan berikut dengan memberi tanda ceklis (✓) pada setiap jawaban yang anda pilih.

Berapa lama waktu yang anda gunakan untuk bermain media sosial dalam sehari?

- > 60 Menit/hari
- 50 - 60 Menit/hari
- 40 - 50 Menit/hari
- 30 - 40 Menit/hari
- < 30 Menit/hari

Berapa kali anda menggunakan media sosial dalam sehari?

- > 10 Kali/hari
- 8 - 10 Kali/hari
- 6 - 8 Kali/hari
- 4 - 6 Kali/hari
- < 4 Kali/hari

Pilihlah media sosial yang paling sering anda gunakan saat membuka smartphone diantara media sosial yang disebutkan berikut: 1. Whatsapp, 2. Instagram, 3. Facebook, 4. Tiktok, 5. Shopee, 6. Google

- Semua
- 1 – 5
- 1 – 4
- 1 – 3
- < dari 3

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pengumpulan bahan pustaka, atau untuk tujuan lain yang wajar

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PETUNJUK PENGISIAN

Saudara diharapkan untuk membaca pernyataan berikut. Kemudian pilihlah salah satu jawaban dari 5 pilihan yang sesuai dengan apa yang saudara rasakan. Beri tanda silang (x) pada kolom yang saudara pilih.

SS : Sangat Setuju

CS : Cukup Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

SKALA 1 INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

Saya mengakses media sosial setiap hari

a. Sangat Setuju

b. Setuju

c. Cukup Setuju

d. Tidak Setuju

e. Sangat Tidak Setuju

Saya menggunakan smartphone sebagai media

informasi

a. Sangat Setuju

b. Setuju

c. Cukup Setuju

d. Tidak Setuju

e. Sangat Tidak Setuju

Saya menggunakan smartphone sebagai media

untuk pendidikan

a. Sangat Setuju

b. Setuju

c. Cukup Setuju

d. Tidak Setuju

e. Sangat Tidak Setuju

Saya menggunakan media sosial sebagai sarana

hiburan

a. Sangat Setuju

b. Setuju

c. Cukup Setuju

d. Tidak Setuju

e. Sangat Tidak Setuju

5. Saya menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mengekspresikan diri

a. Sangat Setuju

b. Setuju

c. Cukup Setuju

d. Tidak Setuju

e. Sangat Tidak Setuju

6. Saya menggunakan media sosial sebagai sarana untuk melakukan transaksi jual beli

a. Sangat Setuju

b. Setuju

c. Cukup Setuju

d. Tidak Setuju

e. Sangat Tidak Setuju

7. Saya berdiskusi dengan orang tua mengenai isi yang saya temukan dalam media sosial

a. Sangat Setuju

b. Setuju

c. Cukup Setuju

d. Tidak Setuju

e. Sangat Tidak Setuju

8. Saya berdiskusi dengan teman sebaya mengenai isi yang saya temukan dalam media sosial

a. Sangat Setuju

b. Setuju

c. Cukup Setuju

d. Tidak Setuju

e. Sangat Tidak Setuju



2. Dianggap mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
1. Saya mengakses aplikasi media sosial untuk melakukan aktivitas yang penting
- a. Sangat Setuju
b. Setuju
c. Cukup Setuju
d. Tidak Setuju
e. Sangat Tidak Setuju
2. Saya suka menirukan gaya kekinian yang sedang trending di media sosial
- a. Sangat Setuju
b. Setuju
c. Cukup Setuju
d. Tidak Setuju
e. Sangat Tidak Setuju
3. Ketika melihat konten di media sosial, saya dengan spontan mempraktikkan isi konten tersebut
- a. Sangat Setuju
b. Setuju
c. Cukup Setuju
d. Tidak Setuju
e. Sangat Tidak Setuju
4. Saya dalam keadaan sadar saat saya terpengaruh dengan konten di media sosial
- a. Sangat Setuju
b. Setuju
c. Cukup Setuju
d. Tidak Setuju
e. Sangat Tidak Setuju
5. Saya suka mengunggah dan meniru aktivitas yang sedang trending di media sosial
- a. Sangat Setuju
b. Setuju
c. Cukup Setuju
d. Tidak Setuju
e. Sangat Tidak Setuju
14. Saya membeli produk yang iklannya sering muncul di beranda media sosial saya
- a. Sangat Setuju
b. Setuju
c. Cukup Setuju
d. Tidak Setuju
e. Sangat Tidak Setuju
15. Saya mengikuti ajakan teman saya yang mengirimkan video untuk berbelanja
- a. Sangat Setuju
b. Setuju
c. Cukup Setuju
d. Tidak Setuju
e. Sangat Tidak Setuju
16. Saya tertarik ketika melihat video di media sosial
- a. Sangat Setuju
b. Setuju
c. Cukup Setuju
d. Tidak Setuju
e. Sangat Tidak Setuju
17. Saya terkadang terpengaruh oleh hal yang kurang bermanfaat di media sosial
- a. Sangat Setuju
b. Setuju
c. Cukup Setuju
d. Tidak Setuju
e. Sangat Tidak Setuju
18. Saya sering meng-upload keseharian saya di media sosial
- a. Sangat Setuju
b. Setuju
c. Cukup Setuju
d. Tidak Setuju
e. Sangat Tidak Setuju

SKALA 2 GAYA HIDUP KONSUMTIF

- | SKALA 2 GAYA HIDUP KONSUMTIF | |
|--|---|
| <p>1. Saya sering mengakses online shop pada media sosial</p> <p>a. Sangat Setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Cukup Setuju</p> <p>d. Tidak Setuju</p> <p>e. Sangat Tidak Setuju</p> | <p>6. Saya pernah membeli produk yang sedang tren di kalangan media sosial</p> <p>a. Sangat Setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Cukup Setuju</p> <p>d. Tidak Setuju</p> <p>e. Sangat Tidak Setuju</p> |
| <p>2. Saya mengakses online shop pada media sosial hanya jika saya membukanya</p> <p>a. Sangat Setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Cukup Setuju</p> <p>d. Tidak Setuju</p> <p>e. Sangat Tidak Setuju</p> | <p>7. Saya termotivasi untuk membeli produk yang ditawarkan di media sosial secara menarik</p> <p>a. Sangat Setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Cukup Setuju</p> <p>d. Tidak Setuju</p> <p>e. Sangat Tidak Setuju</p> |
| <p>3. Saya mengikuti semua akun media sosial yang menawarkan produk</p> <p>a. Sangat Setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Cukup Setuju</p> <p>d. Tidak Setuju</p> <p>e. Sangat Tidak Setuju</p> | <p>8. Saya suka menggunakan produk barang yang asli daripada tiruan</p> <p>a. Sangat Setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Cukup Setuju</p> <p>d. Tidak Setuju</p> <p>e. Sangat Tidak Setuju</p> |
| <p>4. Saya tertarik untuk mengakses akun yang menawarkan produk di sosial media</p> <p>a. Sangat Setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Cukup Setuju</p> <p>d. Tidak Setuju</p> <p>e. Sangat Tidak Setuju</p> | <p>9. Saya membeli produk bermerk untuk menjaga penampilan</p> <p>a. Sangat Setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Cukup Setuju</p> <p>d. Tidak Setuju</p> <p>e. Sangat Tidak Setuju</p> |
| <p>5. Saya membeli produk yang dipromosikan di media sosial karena menarik</p> <p>a. Sangat Setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Cukup Setuju</p> <p>d. Tidak Setuju</p> <p>e. Sangat Tidak Setuju</p> | <p>10. Saya akan tetap membeli pakaian atau tas yang baru karena sedang trend, meskipun yang lama masih layak pakai</p> <p>a. Sangat Setuju</p> <p>b. Setuju</p> <p>c. Cukup Setuju</p> <p>d. Tidak Setuju</p> |



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperjualbelikan atau menyebarkan

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak mengikat dan diperbolehkan untuk memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Dilarang memperjualbelikan atau menyebarkan

e. Sangat Tidak Setuju

16. Saya menjadi percaya diri ketika menggunakan produk mahal yang sedang trend

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Cukup Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

17. Saya sering meng-upload produk yang saya beli di akun media sosial karena sedang trend

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Cukup Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

18. Saya membeli produk karena dipromosikan oleh idola saya

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Cukup Setuju
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

19. Saya suka *scrolling* media sosial untuk mencari informasi apa yang sedang trend dan viral

- f. Sangat Setuju
- g. Setuju
- h. Cukup Setuju
- i. Tidak Setuju
- j. Sangat Tidak Setuju



- Hak Cipta Ditangguhkan UIN Suska Riau
1. Dikatakan membeli sesuatu ketika melihat teman saya mempunyai
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Cukup Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
 2. Menurut saya, tidak apa-apa membeli barang sesuai dengan kualitas yang didapatkan
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Cukup Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
2. Dikarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

20. Saya membeli produk yang disarankan oleh teman saya
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Cukup Setuju
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju



Tabel Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Penggunaan Media Sosial (X)	1	0,764	0,361	Valid
	2	0,781	0,361	Valid
	3	0,762	0,361	Valid
	4	0,757	0,361	Valid
	5	0,751	0,361	Valid
	6	0,759	0,361	Valid
	7	0,754	0,361	Valid
	8	0,762	0,361	Valid
	9	0,754	0,361	Valid
	10	0,757	0,361	Valid
	11	0,759	0,361	Valid
	12	0,763	0,361	Valid
	13	0,758	0,361	Valid
	14	0,760	0,361	Valid
	15	0,763	0,361	Valid
	16	0,757	0,361	Valid
	17	0,760	0,361	Valid
	18	0,762	0,361	Valid
Gaya Hidup Konsumtif (Y)	1	0,538	0,361	Valid
	2	0,590	0,361	Valid
	3	0,699	0,361	Valid
	4	0,590	0,361	Valid
	5	0,497	0,361	Valid
	6	0,664	0,361	Valid
	7	0,479	0,361	Valid
	8	0,511	0,361	Valid
	9	0,593	0,361	Valid
	10	0,776	0,361	Valid
	11	0,813	0,361	Valid
	12	0,686	0,361	Valid
	13	0,559	0,361	Valid
	14	0,776	0,361	Valid
	15	0,727	0,361	Valid
	16	0,759	0,361	Valid
	17	0,844	0,361	Valid
	18	0,756	0,361	Valid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	19	0,627	0,361	Valid
	20	0,560	0,361	Valid
	21	0,844	0,361	Valid

Uji Reliabilitas Variabel X (Intensitas Penggunaan Media Sosial)

Cronbach's Alpha	N of Items
0,871	18

Uji Reliabilitas Variabel Y (Gaya Hidup Konsumtif)

Cronbach's Alpha	N of Items
0,925	21

Tabel Deskriptif

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	99	46.3	46.3	46.3
	Perempuan	115	53.7	53.7	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20	31	14.5	14.5	14.5
	21	43	20.1	20.1	34.6
	22	55	25.7	25.7	60.3
	23	61	28.5	28.5	88.8
	24	12	5.6	5.6	94.4
	25	12	5.6	5.6	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Angkatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2021	123	57.5	57.5	57.5
	2022	91	42.5	42.5	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Durasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>60 Menit/hari	121	56.5	56.5	56.5
	50-60 Menit/hari	88	41.1	41.1	97.7
	40-50 Menit/hari	4	1.9	1.9	99.5
	30-40 Menit/hari	1	.5	.5	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Frekuensi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>10 Kali/hari	62	29.0	29.0	29.0
	8-10 Kali/hari	90	42.1	42.1	71.0
	6-8 Kali/hari	51	23.8	23.8	94.9
	4-6 Kali/hari	9	4.2	4.2	99.1
	<4 Kali/hari	2	.9	.9	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Media_sosial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Semua	110	51.4	51.4	51.4
	1-5	78	36.4	36.4	87.9
	1-4	20	9.3	9.3	97.2
	1-3	5	2.3	2.3	99.5
	<dari 3	1	.5	.5	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	214	45	90	64.53	9.340
Y	214	34	105	75.31	12.892
Valid N (listwise)	214				

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Orientasi_Informasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Sering	10	4.7	4.7	4.7
	Sering	75	35.0	35.0	39.7
	Cukup Sering	54	25.2	25.2	65.0
	Tidak Sering	54	25.2	25.2	90.2
	Sangat Tidak Sering	21	9.8	9.8	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Orientasi_Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sering	8	3.7	3.7	3.7
	Cukup Sering	33	15.4	15.4	19.2
	Tidak Sering	93	43.5	43.5	62.6
	Sangat Tidak Sering	80	37.4	37.4	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Orientasi_Hiburan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Sering	15	7.0	7.0	7.0
	Sering	26	12.1	12.1	19.2
	Cukup Sering	38	17.8	17.8	36.9
	Tidak Sering	107	50.0	50.0	86.9
	Sangat Tidak Sering	28	13.1	13.1	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Orientasi_Ekspresi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Sering	18	8.4	8.4	8.4
	Sering	73	34.1	34.1	42.5
	Cukup Sering	50	23.4	23.4	65.9
	Tidak Sering	51	23.8	23.8	89.7
	Sangat Tidak Sering	22	10.3	10.3	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Kontrol_Media_Orangtua

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Sering	3	1.4	1.4	1.4
	Sering	22	10.3	10.3	11.7
	Cukup Sering	63	29.4	29.4	41.1
	Tidak Sering	87	40.7	40.7	81.8
	Sangat Tidak Sering	39	18.2	18.2	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Kontrol_Media_Teman_Sebaya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sering	9	4.2	4.2	4.2
	Cukup Sering	64	29.9	29.9	34.1
	Tidak Sering	103	48.1	48.1	82.2
	Sangat Tidak Sering	38	17.8	17.8	100.0
	Total	214	100.0	100.0	



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Aspek_A

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Sering	5	2.3	2.3	2.3
	Sering	51	23.8	23.8	26.2
	Cukup Sering	58	27.1	27.1	53.3
	Tidak Sering	71	33.2	33.2	86.4
	Sangat Tidak Sering	29	13.6	13.6	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Aspek_B

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Sering	5	2.3	2.3	2.3
	Sering	20	9.3	9.3	11.7
	Cukup Sering	75	35.0	35.0	46.7
	Tidak Sering	83	38.8	38.8	85.5
	Sangat Tidak Sering	31	14.5	14.5	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Aspek_C

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Sering	8	3.7	3.7	3.7
	Sering	27	12.6	12.6	16.4
	Cukup Sering	75	35.0	35.0	51.4
	Tidak Sering	79	36.9	36.9	88.3
	Sangat Tidak Sering	25	11.7	11.7	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Aspek_D

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Sering	4	1.9	1.9	1.9
	Sering	11	5.1	5.1	7.0
	Cukup Sering	34	15.9	15.9	22.9
	Tidak Sering	77	36.0	36.0	58.9
	Sangat Tidak Sering	88	41.1	41.1	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Aspek_E

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Sering	6	2.8	2.8	2.8
	Sering	36	16.8	16.8	19.6
	Cukup Sering	64	29.9	29.9	49.5
	Tidak Sering	80	37.4	37.4	86.9
	Sangat Tidak Sering	28	13.1	13.1	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Aspek_F

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Sering	4	1.9	1.9	1.9
	Sering	39	18.2	18.2	20.1
	Cukup Sering	75	35.0	35.0	55.1
	Tidak Sering	62	29.0	29.0	84.1
	Sangat Tidak Sering	34	15.9	15.9	100.0
	Total	214	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Aspek_G

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Sering	6	2.8	2.8	2.8
	Sering	38	17.8	17.8	20.6
	Cukup Sering	67	31.3	31.3	51.9
	Tidak Sering	76	35.5	35.5	87.4
	Sangat Tidak Sering	27	12.6	12.6	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Tabel Kategorisasi

Media Sosial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	9	4.2	4.2	4.2
	Rendah	58	27.1	27.1	31.3
	Cukup	88	41.1	41.1	72.4
	Tinggi	41	19.2	19.2	91.6
	Sangat Tinggi	18	8.4	8.4	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Tabel Kategorisasi

Konsumtif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Rendah	10	4.7	4.7	4.7
	Rendah	52	24.3	24.3	29.0
	Cukup	89	41.6	41.6	70.6
	Tinggi	44	20.6	20.6	91.1
	Sangat Tinggi	19	8.9	8.9	100.0
	Total	214	100.0	100.0	

Tabel Hasil Uji r Korelasi

Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.699**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	214	214
Y	Pearson Correlation	.699**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	214	214

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel X dan Y

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17156.626	1	17156.626	208.353	<.001 ^b
	Residual	17456.944	212	82.344		
	Total	34613.570	213			

a. Dependent Variable: Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Media Sosial

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.496	.493	9.074

a. Predictors: (Constant), Media Sosial

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	13.356	4.340		3.077
	Media Sosial	.961	.067	.704	14.434

a. Dependent Variable: Konsumtif

Table analisis uji regresi linier sederhana

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.218	.441		-.494	.622
	X	.055	.007	.486	8.092	<.001

a. Dependent Variable: Aspek_A

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.093	.369		-.252	.801
	X	.056	.006	.564	9.932	<.001

a. Dependent Variable: Aspek_B



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.076	.408		.187	.852
	X	.052	.006	.493	8.240	<.001

a. Dependent Variable: Aspek_C

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.737	.455		6.015	<.001
	X	.021	.007	.202	3.011	.003

a. Dependent Variable: Aspek_D

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.509	.439		1.161	.247
	X	.045	.007	.417	6.685	<.001

a. Dependent Variable: Aspek_E

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.182	.434		.418	.676
	X	.050	.007	.456	7.456	<.001

a. Dependent Variable: Aspek_F

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.244	.413		-.592	.554
	X	.056	.006	.520	8.862	<.001

a. Dependent Variable: Aspek_G