

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Gaya hidup konsumtif telah menjadi fenomena sosial yang sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari, khususnya di kalangan generasi muda. Dengan adanya perkembangan teknologi, media digital dan globalisasi ekonomi telah membawa perubahan yang sangat besar terhadap cara masyarakat memaknai gaya hidup. Hal ini ditandai dengan meningkatnya penggunaan kartu kredit, pinjaman online dan pembelian barang-barang mewah. Adanya keinginan untuk membeli suatu produk yang berlebihan merupakan awal dari perilaku konsumtif. Sehingga secara terus menerus mereka akan membeli sesuatu berdasarkan apa yang mereka inginkan bukan yang mereka butuhkan.<sup>1</sup>

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023 menyatakan bahwa pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia meningkat. Sedangkan menurut data dari Bank Indonesia tentang survei konsumen pada April 2024 menyatakan bahwa Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) mencapai 127,7 yang lebih tinggi dibandingkan 123,8 pada bulan sebelumnya. Masyarakat Indonesia memiliki kecenderungan untuk membeli barang konsumsi seperti

---

<sup>1</sup> Nur Fitriyani, Praseetyo Budi Widodo, and Nailul Fauziah, "Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang," *Jurnal Psikologi* 12, no. 1 (2013): hlm 56.

baju, tas dan sepatu melalui platform digital dan juga konsumsi barang tahan lama seperti barang elektronik.

Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh seseorang cenderung mengutamakan konsumsi barang dan jasa secara berlebihan diluar kebutuhan dasar. Perilaku tersebut tidak hanya didorong oleh kebutuhan diri mereka tetapi juga dorongan emosional, sosial dan budaya. Dorongan emosional seperti stress, keinginan untuk merasa dihargai atau keinginan akan pengakuan sosial sering kali menjadi dorongan seseorang untuk membeli barang mewah dan mengikuti tren tertentu.<sup>2</sup> Konsumtif sering kali identik dengan hedonism dan materialisme, yang mana kebutuhan hidup diukur dengan banyaknya barang yang dimiliki seseorang atau gaya hidup yang ditampilkan.

Saat ini gaya hidup konsumtif telah melanda di semua kalangan masyarakat terutama anak remaja. Menurut survei McKinsey (2023) menunjukkan bahwa lebih dari 70% Gen Z menggunakan media sosial untuk mencari inspirasi gaya hidup dan tren belanja. Media sosial seperti Instagram, tiktok menjadi bagian yang tak terpisahkan oleh anak muda. Mereka sering menggunakan platform tersebut untuk memamerkan gaya hidup, tren atau review barang-barang terbaru. Fenomena tersebut sangat mempengaruhi anak muda untuk membeli barang-barang tersebut demi mendapatkan pengakuan sosial. Anak muda juga sering terpengaruh oleh tren “fear of missing out” (FOMO), yang mana mereka merasa harus mengikuti tren terbaru agar tidak

---

<sup>2</sup> Ranti Tri Anggraini and Fauzan Heru Santhoso, “Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja,” *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)* 3, no. 3 (2019): hlm 131.

tertinggal oleh lingkungannya. Tercatat bahwa 63% anak muda cenderung membeli barang karena terpengaruh oleh lingkungan maupun *public figure* di media sosial.<sup>3</sup>

Gambar 1.1 e-commerce



Sumber : Freepik

Adanya kemudahan akses belanja daring juga mempengaruhi masyarakat Indonesia untuk membeli barang tanpa harus keluar rumah. Dengan adanya platform *e-commerce* atau belanja daring seperti shopee, tokopedia dan lazada, anak muda semakin mudah membeli barang tanpa harus keluar rumah. Apalagi dengan adanya program diskon, *cashback* dan fitur “Buy Now Pay Later” (BNPL) belanja menjadi lebih instan. Data dari Bank Indonesia (2023) menunjukkan bahwa kelompok usia 18-30 tahun merupakan pengguna terbesar fasilitas BNPL dengan adanya 65% transaksi didominasi oleh barang-barang konsumtif seperti pakaian, gadget dan produk kecantikan.

---

<sup>3</sup> Arina Himatul Husna and Desy Mairita, “Gen Z Dan Perilaku Konsumsi Konten Influencer Pada TikTok,” *Jurnal Riset Komunikasi* 7, no. 1 (2024): 86–100.

Perilaku konsumtif yang berlebihan dapat memiliki dampak negatif pada keuangan. Beberapa orang sering kali terjebak dalam hutang yang semakin besar, yang dapat memperburuk keadaan keuangan mereka. Literasi keuangan yang tepat dapat membentuk perilaku yang lebih cermat dalam mengelola keuangan dan memilah pembelian barang atau jasa yang dibutuhkan. Perilaku konsumtif disebabkan karena adanya pola hidup yang didorong oleh keinginan untuk mencapai atau memenuhi hasrat kesenangan mereka semata-mata.<sup>4</sup>

Fenomena gaya hidup konsumtif yang terjadi saat ini semakin relevan ketika kita melihat bagaimana budaya konsumtif sering kali direpresentasikan dalam berbagai media, salah satunya melalui serial drama atau film. Film merupakan suatu gambar yang terkumpul dalam frame, dengan lensa proyektor yang diproyeksikan dan membuat layer menjadikan gambar itu menjadi hidup.<sup>5</sup> Menurut Indawan Seto Wahjuwibowo “Film disebut sebagai suatu media yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan terhadap audiens dengan menggunakan audio visual”. Sebagai salah satu genre populer, serial drama tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga media yang dapat mempengaruhi pola pikir, perilaku dan gaya hidup penontonnya. Serial drama “Pay Later” menjadi salah satu contoh fenomena terkini yang menarik perhatian karena menggambarkan gaya hidup konsumtif.

---

<sup>4</sup> Putri Indar Rahmani, “Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Country of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Wanita Bekerja Di Wilayah Surabaya),” *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 7, no. 2 (2019): 507–515.

<sup>5</sup> Bkti Marga Ningsih and Chr Argo Widiharto, “Peningkatan Disiplin Siswa Dengan Layanan Informasi Media Film,” *Empati: Jurnal Bimbingan dan Konseling* 1, no. 1 (2014).

Gambar 1.2 poster serial Pay Later



Sumber: Wikipedia.org

Serial drama “Pay Later” merupakan drama roman yang diadaptasi berdasarkan novel yang berjudul “Pay Sooner or Pay Later” karya Adrindia Ryandisza. Serial ini di sutradarai oleh Surya ardi Octaviand yang ditayangkan perdana pada tanggal 16 maret 2024 di Vision+ dengan jumlah 8 episode. Serial ini menceritakan tentang seorang perempuan bernama Tika yang dibintangi oleh Amanda Manopo, merupakan seorang pekerja masa percobaan di kantor pajak yang ingin menjadi influencer outfit sampai ia rela menghabiskan gajinya untuk membeli baju-baju mahal dan membayarnya menggunakan layanan cicilan *Pay Later*. Hingga akhirnya ia terlilit hutang dan harus bekerja sebagai penagih hutang untuk melunasi cicilan *Pay Later* nya.

Serial Drama “Pay Later” menggambarkan kehidupan modern yang penuh kemewahan, penggunaan barang-barang bermerek dan kemudahan

mengakses fasilitas keuangan seperti pembayaran *Pay Later*. Representasi ini dapat mempengaruhi audiens terutama mahasiswa dalam memaknai gaya hidup konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan tindakan individu yang dipengaruhi oleh faktor sosiologis, di mana seseorang mengkonsumsi secara berlebihan tanpa perencanaan yang matang.<sup>6</sup> Fenomena perilaku konsumtif pada serial drama tersebut sangat relevan dengan maraknya perilaku konsumtif di kalangan masyarakat.

Mahasiswa sering kali menghadapi tekanan untuk memenuhi kebutuhan akademis dan sosial, yang dapat memicu perilaku konsumtif. Mahasiswa berada pada fase transisi antara remaja dan dewasa muda, di mana mereka mulai membangun kemandirian finansial dan gaya hidup mereka sendiri. Pada saat yang sama, mereka juga rentan terhadap pengaruh eksternal seperti media, iklan, dan tren yang berkembang di masyarakat. Gaya hidup konsumtif yang ditampilkan dalam media masa dapat mendorong perilaku konsumsi berlebihan yang dapat mengakibatkan masalah keuangan, tekanan sosial, bahkan mengubah sistem nilai mereka.

Sebagai audiens, mahasiswa memiliki cara pandang yang berbeda dalam menyikapi gaya hidup konsumtif yang ditampilkan di media. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana mereka menerima dan mengkritisi representasi gaya hidup dalam film seperti pada drama serial “Pay Later”. Serial drama “Pay Later” tidak hanya menampilkan cerita hiburan

---

<sup>6</sup> Iin Ratih Ningcahya and Lilik Rahmawati, “Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim: Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya,” *Al-Iqtishadiyah: Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2020): 52–63.

tetapi juga mempromosikan budaya konsumtif dengan menonjolkan kemudahan transaksi secara online serta gaya hidup mewah yang kerap diidealkan. Dan penggunaan fitur *paylater* (bayar nanti) sudah menjadi kebiasaan sebagian mahasiswa untuk memenuhi gaya hidup mereka yang mempermudah ketika mereka belum memiliki cukup uang.

Saat ini *Pay Later* bukanlah hal yang jarang didengar, seperti menjadi budaya baru bagi masyarakat terutama kalangan millennial dalam bertransaksi. Aplikasi besar penyedia jasa seperti e-commerce, ride hailing, dan platform pemesanan tiket dan hotel memberikan akses *Pay Later* untuk menarik minat konsumen dalam berbelanja. Fitur *Pay Later* seperti Shopee *Pay Later* telah menjadi sangat populer di kalangan mahasiswa. Dengan Shopee *Pay Later*, pengguna dapat menikmati kemudahan berbelanja dengan mengatur pembayaran dalam beberapa cicilan atau pada tanggal jatuh tempo tertentu.<sup>7</sup> Namun, penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan fitur *Pay Later* dapat meningkatkan perilaku konsumtif, karena mahasiswa sering kali mengambil pinjaman di luar batas kemampuan.<sup>8</sup>

Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), piutang pembiayaan Pay Later oleh Perusahaan Pembiayaan (PP) per Agustus 2024 meningkat sebesar 89,20% secara tahunan (yoy), yang mencapai Rp.7,99 triliun. Dampak negatif dari penggunaan Pay Later sangat signifikan. Mahasiswa yang terjebak dalam

---

<sup>7</sup> Lyswidia Andriarsih and Kantih Budiasih, "Tindak Tutur Direktif Dalam Interaksi Penjual Dan Pembeli Online Shop Di Media Sosial Whatsapp," *La-Tahzan: Jurnal Pendidikan Islam* 12, no. 2 (2020): 251–263.

<sup>8</sup> Nada Ayu Abrina, "Analisis Sistem Shopee Paylater Menurut Teori Konsumsi Islam (Studi Mahasiswa IAIN Bengkulu Angkatan 2018)" (UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2022).

siklus pembelian impulsif sering kali mengalami ketidakpuasan jangka panjang meskipun mereka mendapatkan barang-barang baru. Selain itu, tekanan finansial akibat utang juga dapat memengaruhi hubungan sosial mereka, menciptakan ketegangan dalam interaksi dengan teman-teman dan keluarga. Pendidikan literasi keuangan sangat diperlukan dalam mengatasi budaya konsumtif dan penggunaan *Pay Later* yang tidak bijak. Literasi keuangan dapat membentuk perilaku generasi muda agar tidak konsumtif saat berbelanja.

Serial “Pay Later” juga memberikan pesan moral yang penting tentang pentingnya mengatur keuangan dan menghindari gaya hidup konsumtif. Dengan menampilkan kehidupan Tika yang penuh drama dan lika-liku, serial ini mengajak penonton untuk merenungkan dampak negatif dari perilaku konsumtif dan pentingnya pengelolaan keuangan yang bijak. Hal ini diharapkan dapat memberikan edukasi dan hiburan kepada masyarakat tentang bahaya gaya hidup konsumtif dan budaya paylater.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali resepsi mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung terhadap gaya hidup konsumtif yang direpresentasikan dalam media visual terutama dalam serial drama “Pay Later”. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan menarik mengenai bagaimana mahasiswa merespons pesan-pesan yang disampaikan oleh drama tersebut. Apakah mereka menerima dan mengadopsi perilaku konsumtif yang diiklankan ataupun sebaliknya, bersikap kritis terhadap budaya konsumsi yang ditampilkan. Melalui penelitian ini peneliti dapat memahami bagaimana

mahasiswa memaknai dan merespons pesan-pesan konsumtif yang ada dalam serial drama "Pay Later", serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi resepsi mereka. Oleh karena itu, penulis mengambil penelitian yang berjudul "Resepsi Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung terhadap Gaya Hidup Konsumtif pada Serial Drama Pay Later".

## **B. Identifikasi masalah**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya gaya hidup konsumtif dikalangan masyarakat, khususnya para mahasiswa. Salah satu pengaruh gaya hidup konsumtif terlihat dari tayangan serial drama yang merepresentasikan gaya hidup konsumtif, yaitu serial "Pay Later". serial ini menampilkan kemudahan berbelanja melalui layanan *pay later* yaitu "bayar nanti", penggunaan barang-barang mewah serta tekanan sosial untuk tampil sesuai standar gaya hidup modern.

Mahasiswa sebagai audiens memiliki pandangan yang berbeda-beda dalam memaknai serial drama "Pay Later". Resepsi mereka terhadap gaya hidup konsumtif dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengalaman pribadi, lingkungan sosial, paparan iklan, serta perkembangan teknologi digital. Oleh karena itu penelitian ini berperan penting untuk memahami bagaimana mahasiswa memaknai dan merespon gaya hidup konsumtif yang direpresentasikan dalam serial "Pay Later" serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi resepsi atau pemaknaan tersebut.

### **C. Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu;

1. Bagaimana Resepsi Mahasiswa UIN Satu terhadap Gaya Hidup Konsumtif pada Serial Drama “Pay Later”?
2. Faktor Apa Saja yang Mempengaruhi Resepsi Mahasiswa Terhadap Gaya Hidup Konsumtif pada Serial Drama “Pay Later”?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah;

1. Untuk Mengetahui Resepsi Mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Terhadap Gaya Hidup Konsumtif pada Drama Serial Drama “Pay Later”
2. Untuk Mengetahui Faktor Apa Saja yang Mempengaruhi Resepsi Mahasiswa Terhadap Gaya Hidup Konsumtif pada Serial Drama “Pay Later”

### **E. Kegunaan Penelitian**

#### **1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam studi media dan budaya dengan penerapan metode analisis resepsi Stuart Hall. Analisis resepsi

Stuart Hall menunjukkan bagaimana makna yang dibentuk oleh media dapat ditafsirkan oleh audiens, sesuai dengan latar belakang sosial, budaya dan pengalaman pribadi mereka.

## **2. Kegunaan Praktis**

Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat, terutama mahasiswa, tentang bahaya gaya hidup konsumtif. Dengan menampilkan contoh nyata melalui serial drama “Pay Later”, penelitian ini dapat membuat mahasiswa lebih sadar tentang pentingnya mengelola keuangan dengan bijak dan menghindari perilaku konsumtif.

Penelitian ini juga dapat memberikan rekomendasi untuk mengurangi ketergantungan pinjaman online di kalangan mahasiswa. Dengan memahami bagaimana mahasiswa memilih dan menggunakan fitur paylater, penelitian ini dapat membantu dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mengurangi risiko keuangan yang terkait dengan penggunaan pinjaman online.

## **F. Penegasan Istilah**

### **1. Resepsi**

Resepsi merujuk pada proses pemaknaan atau interpretasi yang dilakukan oleh audiens terhadap teks media. Resepsi bukan hanya tentang bagaimana audiens memahami isi tayangan, tetapi juga bagaimana mereka merespons, menegosiasikan, bahkan menolak makna atau pesan yang

disampaikan oleh teks media tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan teori encoding-decoding dari Stuart Hall yang membagi posisi audiens ke dalam tiga kategori yaitu; *pertama*, dominan-hegemonic position, dimana audiens menerima sepenuhnya makna yang disampaikan oleh media atau pembuat pesan. *Kedua*, negotiated position, dimana audiens menerima pesan namun ia juga mengkritik pesan tersebut sesuai dengan pengalaman audiens. *Ketiga*, oppositional position, dimana audiens menolak makna yang disampaikan oleh pembuat pesan.

## **2. Mahasiswa**

Mahasiswa dalam penelitian ini didefinisikan sebagai individu yang sedang menjalani pendidikan tinggi di jenjang sarjana. Mahasiswa dipilih sebagai subjek penelitian karena masuk pada kelompok usia produktif yang berada pada fase pembentukan identitas, nilai, dan gaya hidup. Selain itu, mahasiswa umumnya memiliki tingkat literasi media yang cukup tinggi, serta aktif dalam mengakses dan mengonsumsi tayangan-tayangan digital, termasuk serial drama. Oleh karena itu, mereka menjadi kelompok yang relevan untuk mengkaji bagaimana makna dalam media dikonstruksi dan dipahami secara berbeda-beda.

## **3. Gaya Hidup Konsumtif**

Gaya hidup konsumtif dalam penelitian ini merujuk pada pola perilaku konsumsi yang berlebihan, yang ditandai dengan dorongan untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa bukan karena kebutuhan

fungsional, melainkan demi kepuasan emosional, status sosial, atau tren yang sedang berkembang. Konsumtisme dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti paparan iklan, tekanan lingkungan sosial, gaya hidup selebritas, hingga kemudahan teknologi dalam bertransaksi. Dalam konteks serial *Pay Later*, gaya hidup konsumtif direpresentasikan melalui karakter dan narasi yang menunjukkan penggunaan layanan keuangan digital seperti *pay later*, belanja online, dan pemakaian barang mewah yang dapat menjadi cerminan dari gaya hidup masyarakat saat ini.

#### 4. Serial Drama “Pay Later”

Serial *Pay Later* adalah sebuah karya fiksi visual yang dirilis pada tahun 2024 dan tayang di Vision Plus dengan jumlah 8 episode. Serial ini menggambarkan kehidupan sehari-hari terutama kehidupan anak muda saat ini yang mudah terdorong untuk berbelanja diluar kemampuan finansialnya. Tema utama dalam serial ini adalah penggunaan layanan *Pay Later* (beli sekarang bayar nanti), yang menjadi simbol dari budaya konsumtif berbasis digital. Serial ini tidak hanya menampilkan keadaan sosial yang menggambarkan kemewahan dan kesenangan belanja, namun juga memperlihatkan konsekuensi dari gaya hidup konsumtif seperti tekanan sosial, ketidakstabilan finansial dan berdampak pada hubungan interpersonal. Dengan demikian, serial “Pay Later” tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai teks media yang mengonstruksi nilai-nilai tertentu mengenai gaya hidup, konsumsi, dan identitas.