

**PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PEREMPUAN DI KOTA SURABAYA  
PENGUNA KONTEN TIKTOK #OUTFITIDEAS**

---

**Binta Kayyisa Hummaira<sup>1</sup>, Heidy Arviani<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

E-mail : [bintaka24@gmail.com](mailto:bintaka24@gmail.com)<sup>1</sup> , [heidy\\_arviani.ilkom@upnjatim.ac.id](mailto:heidy_arviani.ilkom@upnjatim.ac.id)<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*Consumptive behavior is a behavioral tendency experienced by humans that prioritizes desires rather than needs. This research aims to find out how the phenomenon of consumer behavior occurs among female teenagers in the city of Surabaya as users of TikTok content #outfitideas. The research was conducted using a qualitative method with a phenomenological approach and in collecting data using the results of observation, documentation and interviews with six teenage female informants aged 13 to 18 years in the city of Surabaya as users of TikTok #outfitideas content. The results of this research show that the TikTok #outfitideas content that is consumed makes teenagers behave consumptively, prioritizing desires (sign value) over needs (use value) and fashion is identified with women, showing various feminine models which invite women to get used to pleasing themselves. which aims to fulfill satisfaction and can become a concern for themselves so that consumer behavior occurs in young women, especially in big cities like Surabaya.*

**Keywords:** *consumer behavior, public consumption, #outfitideas*

## **I. PENDAHULUAN**

TikTok merupakan salah satu media sosial yang memberikan kebebasan kepada para penggunanya untuk mengekspresikan diri dengan kreatif melalui berbagai macam konten menarik yang ada. Konten – konten yang ada pada TikTok memiliki berbagai macam ada yang berisikan tentang rekomendasi produk, informasi produk, cara memilih pakaian yang benar, memadupadankan pakaian, dan lain sebagainya. Konten *#outfitideas* merupakan salah satu konten yang juga muncul pada *For Your Page (FYP)* TikTok dan beberapa penggunapun ada yang memang sengaja mencari, mengikuti konten tersebut.

Konten *#outfitideas* merupakan konten informatif berupa video yang memberikan informasi terkait apa yang digunakan pada konten tersebut, harga atau bahkan toko yang menjual barang tersebut, cara berpakaian, rekomendasi pakaian, pemilihan baju, rok, tas, celana dan lain sebagainya. Konten ini memberikan gambaran serta membantu para pengguna dalam mencari informasi, inspirasi dan rekomendasi untuk berpakaian pada era sekarang.

Konten *#outfitideas* umumnya banyak dicari oleh kalangan remaja perempuan, karena pada konten *#outfitideas* kebanyakan berisikan tentang pakaian wanita, mulai dari pakaian kerja, ke kampus, jalan – jalan, acara keluarga untuk

berhijab ataupun tidak berhijab. Pada konten *#outfitideas* dikemas berupa video yang menarik, unik, dan informatif yang dapat menimbulkan perilaku konsumtif pada remaja. Perilaku konsumtif para remaja ini dilakukan karena adanya kecenderungan untuk mencontoh perilaku tokoh yang diidolakannya, apabila tidak melakukan pembelian secara konsumtif akan dikucilkan oleh temannya (Wati & Suyanto, 2016). Kondisi ini membawa terjadinya perubahan pada gaya hidup maupun gaya berpakaian, yang mendukung terjadinya perilaku konsumtif. Sebagian remaja menganggap bahwa gaya hidup konsumtif pada jaman sekarang menjadi hal yang biasa dan wajar untuk meningkatkan penampilan (Safitri & Arviani, 2023).

Perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang bukan berdasarkan pada kepentingan dalam mencukupi kebutuhan namun untuk memenuhi keinginan dan dilakukan secara berlebihan yang berakibatkan pemborosan biaya (Melinda et al., 2022). Pembelian tersebut bisa didasarkan hanya pada keinginan saja tanpa memikirkan apakah produk tersebut dibutuhkan atau tidak. Keinginan untuk membeli barang-barang atau produk tidak sesuai kebutuhan banyak dialami pada remaja putri.

Dengan adanya fenomena tersebut di kalangan remaja khususnya remaja perempuan berusiakan 13 sampai 18 tahun sebagai pengguna konten *#outfitideas* yang

bertempat tinggal di kota Surabaya dan berperilaku konsumtif. Penelitian ini dianggap penting karena dengan penelitian ini dapat mengetahui bagaimana perilaku konsumtif dapat terjadi pada remaja perempuan zaman sekarang di dukung dengan teori menurut Baudrillard tentang masyarakat konsumsi. Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti ingin mengetahui bagaimana perilaku konsumtif remaja perempuan di Kota Surabaya sebagai pengguna aktif media sosial TikTok pada konten *#outfitideas*.

## **II. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian fenomenologi. Fenomenologi merupakan jenis penelitian yang dilakukan secara kualitatif. Fenomenologi merupakan studi tentang pengetahuan yang bersumber dari kesadaran serta cara memahami suatu objek atau peristiwa dengan mengalaminya secara sadar (Hadi et al., 2021).

Berdasarkan dengan fakta yang ada pada penelitian ini peneliti berfokus pada fenomena sosial tentang perilaku konsumtif remaja perempuan di Kota Surabaya pada konten TikTok *#outfitideas* yang dimana pada fenomena sosial ini banyak terjadi

khususnya di kalangan remaja sebagai pengguna aktif media sosia TikTok yang ada di Kota Surabaya.

Fenomena yang terjadi pada remaja perempuan di Kota Surabaya ini menjadi pengguna TikTok karena mereka menganggap TikTok menjadi media hiburan serta media informasi yang mereka butuhkan.

Dengan mengonsumsi konten *#outfitideas* memberikan refrensi dan gambaran tentang apa yang mereka butuhkan seputar *outfit* seperti baju, celana, rok, *outer*, hijab yang sering mereka beli sehingga mendorong para remaja berperilaku konsumtif.

Informan menganggap sebagai pengguna konten TikTok *#outfitideas* memudahkan mereka dalam membeli keperluan *outfit* karena lebih hemat waktu, lebih terjangkau namun tetap bervariasi dan tentunya *up to date*.

Pada penelitian ini memiliki kriteria informan yang sudah ditentukan berdasarkan pada subjek penelitian ini yaitu, remaja perempuan di Kota Surabaya dengan usia antara 13 – 18 tahun yang menggunakan aplikasi TikTok terutama sebagai pengguna konten *#outfitideas* sehingga timbul perilaku konsumtif pada remaja tersebut. Peneliti ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Serta dilanjutkan dengan analisis data agar

bisa menggambarkan secara naratif atau deskriptif terhadap data yang diperoleh peneliti dari lapangan (Samsu, 2017).

### **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini akan menjelaskan tentang bagaimana perilaku konsumtif remaja perempuan di Kota Surabaya sebagai pengguna konten TikTok *#outfitideas* yang ditimbulkan dari beberapa faktor secara internal maupun eksternal.

#### **1. Penggunaan Media Sosial TikTok**

Pada penelitian kali ini peneliti memulai dengan pertanyaan umum seputar berapa lama penggunaan media sosial TikTok pada remaja perempuan di Kota Surabaya dalam kehidupan sehari-harinya. Sebagian besar remaja perempuan di Kota Surabaya sebagai pengguna TikTok dan dapat mengonsumsi tayangan konten TikTok dengan cukup lama yang dapat menimbulkan berbagai macam perubahan perilaku seperti timbulnya perilaku konsumtif. Sesuai dengan hasil wawancara para informan remaja perempuan di Kota Surabaya menggunakan TikTok sekitar 3 jam sampai dengan 6 jam dalam sehari.

Informan 1 memiliki waktu penggunaan paling lama diantara informan lain yaitu 6-7 jam, walaupun informan

memiliki kegiatan rutin namun memiliki sela – sela waktu dan tetap bisa mengonsumsi TikTok mulai dari saat makan sambil melihat TikTok, waktu luang yang digunakan untuk melihat TikTok, berkegiatan lainnya yang juga diselingi dengan melihat TikTok. Sedangkan informan 2, informan 4, informan 6, informan 7 dan informan 8 merupakan remaja yang memiliki tambahan kegiatan selain sekolah, seperti mengikuti les sehingga rata – rata waktu mengonsumsi TikTok hanya pada waktu malam setelah ia menyelesaikan semua kegiatannya baru informan mengonsumsi TikTok.



**Gambar 3.1 Lama Penggunaan TikTok**

Lebih lanjut informan 3 juga memiliki kegiatan tambahan selain sekolah yaitu mengikuti les dan ekstrakurikuler sehingga waktu yang digunakan untuk mengonsumsi TikTok tidak terlalu banyak dalam sehari dan hanya mengonsumsi

TikTok di malam hari setelah ia menyelesaikan berbagai aktivitasnya.

Berbeda lagi dengan informan 5 yang merupakan pelajar SMP yang masih belum memiliki banyak kegiatan selain sekolah, sehingga waktu yang digunakan untuk mengonsumsi TikTok lebih banyak walaupun informan menjadi anggota karang taruna namun ia juga masih memiliki waktu luang dan bisa diselingi dengan mengonsumsi TikTok. Walaupun kebanyakan informan hanya dalam jangka waktu 2 jam sampai 3 jam penggunaan TikTok yang rutin digunakan setiap harinya juga dapat menimbulkan perubahan perilaku seperti perilaku konsumtif. Namun ketika informan lebih lama mengonsumsi TikTok yang rutin dalam setiap harinya tentunya bisa berdampak pada perubahan perilaku karena lebih banyak dalam menerima apa yang ada pada konten TikTok tersebut.

## 2. Pengguna TikTok *#outfitideas* pada Remaja Perempuan di Kota Surabaya

Pada media sosial TikTok banyak sekali konten yang disajikan, salah satunya adalah konten *#outfitideas* yang dimana konten ini dipilih dan dicari oleh remaja perempuan di Kota Surabaya sebagai konten yang memuat tentang informasi dan berbagai macam referensi penggunaan *outfit* terkini mulai dari memadupadankan

pakaian, informasi terkait *outfit*, referensi atau saran penggunaan *outfit*, dan tentunya dengan harga yang bersahabat dengan para remaja. Konten *#outfitideas* menampilkan *outfit* remaja yang feminim dan simple.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti para informan menjadi pengguna konten TikTok *#outfitideas* karena tentunya para remaja merupakan masa peralihan dari masa anak – anak menuju masa dewasa pada masa seperti itu remaja akan mencoba gaya yang baru dan terutama pada remaja perempuan akan lebih memikirkan penampilannya dan akan berusaha terlihat menarik di lingkungannya terutama pada lingkungan teman sebayanya. Seperti salah satu informan pada penelitian ini, ia ingin selalu dilihat bahkan menjadi pusat perhatian dan tidak mau kalah saing dengan teman lainnya sehingga ia berperilaku konsumtif agar selalu terlihat *up to date* serta berbeda dari teman lainnya. Namun pada informan lainnya pun juga sama yaitu mereka ingin terlihat *up to date* agar tidak dipandang sebelah mata oleh teman lingkungannya walaupun tidak selalu ingin menjadi pusat perhatian tetapi mereka tetap memikirkan penampilan mereka dihadapan umum ataupun dihadapan media sosial.

### **Informan 1**

*“Membantu mbak karena aku kadang suka bingung harus pake baju apa.. apalagi*

*pas bulan kemarin tuh temen temen kartarku buanyak yang nikahan jadinya aku kudu ganti – ganti juga pake bajunya buat ke kondangan ya aku cari refrensinya dari outfitideas itu sih.”*

Sesuai dengan hasil wawancara informan 1, informan 3, informan 4, dan informan 5 menyatakan bahwa konten TikTok #outfitideas merupakan konten yang menarik perhatian mereka karena pada konten tersebut para informan bisa mencari informasi terkait *outfit* masa kini dengan berbagai macam model dan gaya yang berbeda – beda dan menginspirasi mereka dalam berpenampilan menarik saat informan akan sekedar keluar jalan bersama temannya ataupun saat ada acara baik di sekolah ataupun di luar sekolah bersama lingkungannya.

Sedangkan menurut informan 2 dan informan 7 selain menarik karena konten #outfitideas memberikan informasi, model, gaya, inspirasi juga memberikan rekomendasi *outfit* dengan kombinasi yang pas serta menampilkan *mix and match* atau memadupadankan pakaian secara pas dan cocok untuk digunakan saat keperluan atau berkegiatan. Sedangkan menurut informan 6 dan informan 8 konten TikTok #outfitideas menarik karena menampilkan *outfit* yang bagus serta konten tersebut juga menampilkan *outfit* atau pakaian yang sesuai mengikuti jaman yang tentunya

cocok bagi para remaja masa kini. Selain itu konten #outfitideas juga membantu para informan dalam memecahkan kegelisahannya saat memilih atau menggunakan *outfit*.



**Gambar 3.2 Rekomendasi dari Konten**

### #outfitideas

Dari hasil wawancara diatas informan mengatakan bahwa konten TikTok #outfitideas sangat membantu mereka dalam memenuhi informasi apa yang para informan cari dan memudahkan mereka memecahkan masalah kegelisahan *outfit* apa yang akan digunakannya jika akan berpergian menghadiri suatu acara karena pada konten TikTok #outfitideas juga memberikan informasi seputar *outfit* apa yang dipakai pada video tersebut sehingga informan bisa langsung menemukan *outfit* yang akan dibelinya melalui link yang disediakan dan pada konten tersebut juga sudah mencocokkan mana yang cocok untuk dipakai sehingga dengan mudah

informan hanya tinggal memilih dan membeli tanpa berpikir panjang apakah itu cocok jika dipadupadankan atau tidak.

### 3. Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan di Kota Surabaya sebagai Pengguna dari Konten TikTok *#outfitideas*

Pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui tentang perilaku konsumtif remaja perempuan di Kota Surabaya sebagai pengguna konten TikTok *#outfitideas*. Menurut observasi peneliti, para informan termasuk dalam kategori konsumtif berdasarkan indikator atau parameter peneliti yaitu informan 1) Membeli barang secara berlebihan dan terus menerus; 2) Membeli barang hanya berdasarkan keinginan bukan kebutuhan; 3) Membeli barang untuk memenuhi gaya hidup dan gengsi agar tidak tertinggal zaman; 4) Tidak memikirkan kepentingan dari barang yang dibeli.

Dari hasil wawancara beberapa informan memang mengakui bahwa dirinya berperilaku konsumtif namun juga ada informan yang masih belum mengakui kalau dirinya tidak berperilaku konsumtif, namun dilihat dari biaya dan seringnya informan membeli *outfit* yang sesuai dengan indikator peneliti bisa dikatakan bahwa mereka konsumtif. Dalam sebulannya informan 1 dan informan 2

mengeluarkan biaya sebanyak Rp 300.000 dan membeli 3 sampai 4 kali untuk memenuhi keinginan konsumtifnya yaitu berbelanja *outfit*.



**Gambar 3.3 Pembelian Informan**

Sedangkan informan 3, informan 4, informan 5 dalam sebulannya mereka mengeluarkan biaya sebanyak Rp. 100.000 sampai dengan Rp 200.000 dan membeli sekitar 1 sampai dengan 3 kali *outfit*. Sedangkan informan 6, informan 7, dan informan 8 dalam sebulan bisa mengeluarkan biaya sebanyak Rp 500.000 – Rp 1000.000 untuk 3 sampai 10x pembelian, bahkan informan 8 pernah melebihi batas sampai menghabiskan uang sebanyak Rp 1.500.000 dalam sebulan untuk membeli *outfit*.

### 4. Faktor Internal Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan di Kota Surabaya

Adapun hal pendukung yang ikut mendorong terjadinya perilaku konsumtif pada para remaja berdasarkan observasi informan remaja perempuan di kota Surabaya ini tertarik dan ingin membeli produk tersebut karena karena adanya faktor internal yang timbul dari dirinya sendiri atas dasar keinginan yaitu informan sendiri memiliki tujuan dan ingin selaluterlihat up to date, tidak mau kalah saing, adanya gengsi yang membuat tekad membeli informan bertambah tanpa mereka memikirkan apakah itu dibutuhkan atau tidak.

Adanya keinginan yang kuat tentunya sangat menggugah perasaan dan susah untuk menahan diri, sehingga berbagai cara diupayakan untuk bisa memenuhi apa yang menjadi keinginan tersebut. Beberapa informan pada penelitian ini mengakui bahwa pernah mengalami situasi yang dengan munculnya keinginan yang kuat membuat mereka ingin memenuhi keinginan tersebut, walaupun keinginan tersebut terkadang muncul disaat yang tidak tepat. Terlebih lagi bagi informan *outfit* menjadi hal penting bagi dirinya yang tentunya semakin mendorong sebuah keinginan untuk membeli *outfit*, namun saat keinginan yang kuat datang pada kondisi yang tidak tepat yaitu pada saat tidak memiliki budget / uang, maka dari itu

apapun bisa terjadi untuk mengatasi hal tersebut.

### **Informan 3**

*“Aku akhirnya ya tak tahan kak ga beli, karena gatau mau pake uang apa haha dulu aja yang aku melebihi budget itu aku bener bener mohon – mohon banget ke mamaku buat nambahin kak soalnya aku kaya ga sadar lah tiba – tiba kalo ditotal abis segitu kak ahaha kan apalagi kalo aku codkan keliatan banget kerasa ngeluarin uang segitu.”*

### **Informan 4**

*“Minta sama ibu kalo puengen kalo ibu ga ngasih ya ngerayu bapak mbak hehehe.”*

### **Informan 5**

*“Emm ini sih mbak apa namanya mm ak akukan megang uang kas jadi em pernah pinjem dikit buat beli pas dulu tapi habis gitu ya uangnya aku ganti aku cicil pelan – pelan.”*

Pada penelitian ini sesuai dengan hasil wawancara informan 1, informan 3, informan 5, dan informan 7, informan 8 menganggap bahwa sebenarnya keinginan yang muncul ketika mengonsumsi konten TikTok *#outfitideas* dan keinginan yang juga ada dalam dirinya juga bukanlah sebuah kebutuhan melainkan hanya sebuah keinginan karena mereka tidak memikirkan hal itu sebelumnya dan tidak merasa membutuhkan hal itu sebenarnya namun karena adanya hal pendukung yang mendorong rasa inginnya semakin kuat sehingga para informan menjadi membeli.

Berbagai cara dilakukan oleh informan, seperti informan 1, informan 4,



informan 8 yang meminta uang lagi kepada orang tua atau anggota keluarga lainnya dengan cara merayu, walaupun tidak sepenuhnya dituruti namun mereka tetap berusaha membujuk agar keinginannya bisa dituruti. Berbeda dengan informan 3 dan informan 6, dan informan 7 yang memilih untuk menahan dan tidak membeli barang tersebut, sedangkan informan 5 disituasi yang seperti itu ia memilih untuk meminjam sedikit uang kas sementara waktu yang kemudian ia ganti uang tersebut dengan mencicilnya pelan – pelan.

#### 5. Faktor Eksternal (Tuntutan Zaman) Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan di Kota Surabaya

Salah satunya faktor eksternal yang terjadi pada para informan sebagai remaja perempuan yaitu adanya tuntutan zaman yang mendorong remaja untuk berperilaku konsumtif. Terlihat jelas pada zaman sekarang penampilan menjadi hal penting bagi setiap orang mulai dari dewasa maupun remaja dengan berbagai macam profesi penampilan menjadi hal yang harus diperhatikan. Ketika akan bersosialisasi atau berinteraksi dengan lingkungan sekitar terutama pada lingkungan yang memang mengharuskan berpenampilan menarik maka lingkungan sekitar akan melihat penampilan kita.

Bedasarkan observasi yang dilakukan peneliti, melihat kondisi pada lingkungan informan yang memang pada zaman sekarang kebanyakan para remaja sudah berdadang dan menggunakan *outfit* terkini karena adanya perkembangan zaman dan tidak jarang ketika bertemu dengan orang yang menggunakan *outfit* tertinggal ataupun kurang menarik dan bagus maka akan dipandang sebelah mata sehingga para informan menganggap bahwa mengikuti zaman merupakan hal yang diperlukan guna untuk terlihat *up to date* pada lingkungannya karena mereka berpikiran seperti itu juga.

#### **Informan 4**

*“Kalo di zaman sekarang sih bisa dibilang penting mbak.. soalnya meskipun kaya semisal ini ada acara sekolah entah itu Maulid Nabi atau apa mestikan anak-anak di sekolah itu adu outfit.. jadi kaya misalnya ada salah satu anak yang outfitnya itu rada-rada kurang enak dilihat gitu pasti nanti bakal jadi bahan omongan.. jadi omongan sana sini gitu kan gitu itu pastinya ga enak seh mbak.. makanya anak-anak jaman sekarang itu banyak mentingin adu outfit, outfitnya harus kaya gini gini harus keren ga boleh jadul-jadul banget... apalagi pertemanan jaman sekarang kalo mau masuk circle itu pasti dilihat dari outfitnya.”*

Bedasarkan hasil wawancara informan 1, informan 2, informan 3, informan 4, informan 5, informan 7, dan informan 8 mengatakan memang *outfit* menjadi hal yang penting untuk

bersosialisasi ataupun berinteraksi dengan masyarakat lingkungan sekitar karena pada zaman sekarang penampilan menjadi hal yang tidak kalah penting dengan berpenampilan menarik, bagus dan mengikuti zaman informan menyatakan bahwa ketika berpenampilan seperti itu akan lebih mudah untuk diterima pada lingkungan tersebut. Masyarakat lingkungan sekitar akan memandang kita dan merasa nyaman dengan apa yang kita gunakan sehingga membuat proses interaksi atau sosialisasi lebih mudah dijalin dan lebih mudah untuk dipahami karena tidak ada pembatas atau tembok yang menghalangi proses komunikasi.

#### 6. Faktor Eksternal (Lingkungan Pertemanan) Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan di Kota Surabaya

Melihat apa yang terjadi pada lingkungan sekolah dan diluar sekolah pada zaman sekarang yang menurut peneliti merupakan hal yang mengejutkan karena pada lingkungan pertemanan informan menuntut dan mengharuskan informan untuk menggunakan *outfit* terkini atau *up to date* agar mereka bisa berteman dan diterima dalam anggota pertemanannya serta teman – teman sebayanya sangat memperhatikan *outfit* yang digunakan oleh lingkungan sekitarnya. Lingkungan pertemanan

menjadi hal pendorong tambahan bagi informan yang membuat informan harus menjadi remaja yang berpenampilan menarik dengan menggunakan dan mengikuti *outfit* pada masa kini.

Dari observasi yang dilakukan oleh peneliti memang lingkungan pertemana yang ada pada informan 1, informan 3, informan 4 dan informan 5 sangat mementingkan penampilan, diusia remaja saat ini lingkungan pertemanan mereka bukanlah sekedar berbicara tentang pelajaran namun juga berbicara tentang gaya berpakaian dan lain sebagainya, walaupun para informan berada di sekolah dan lingkungan rumah yang terbilang biasa namun ternyata pergaulan disana sangatlah mengerikan.

#### **Informan 3**

*“Kalo di kelompok pertemanan penting banget sih kak outfit karena kalo di sekolahku tuh kalo outfitnya jelek diliatnya kaya bahasa kasarnya ya kampung.. itu biasanya kaya dikatain anak ituloh outfitnya kampung banget.. di sekolahku tuh ya ada sih yang circlenya emang outfit up to date dan ada yang masih kampung.. eh maaf ya kakk, tapi kalo yang kaya gitu tuh buat mereka buat bergaul sama yang up to date ya ga berani.. kalo aku pribadi ya netral kak ga ikut – ikut walaupun ngikutin jaman tapi ga gitu banget ke anak yang ga ngikutin.”*

Pada zaman sekarang kebanyakan dari para remaja juga melihat *outfit* saat berteman, menurut informan 1 menjadi

berperilaku konsumtif terhadap *outfit* karena lingkungan pertemanannya menganggap bahwa jika mereka tidak menggunakan *outfit* yang terkini maka mereka dianggap seperti ibu – ibu dalam artian tidak mengikuti *outfit* remaja terkini. Sedangkan menurut informan 3 dan informan 4 *outfit* menjadi hal penting dalam kelompok pertemanan karena jika tidak mengikuti *outfit* masa kini dianggap kampungan atau bahkan tidak diajak berteman karena pertemanannya melihat dari *outfit*.

Sedangkan menurut informan 2, informan 6, informan 7, dan informan 8 *outfit* tidak menjadi hal penting dalam kelompok pertemanan karena menurut mereka setiap orang memiliki *outfit* yang berbeda beda dan tidak menjadi permasalahan dalam kelompok pertemanan dan *outfit* terkini tidak menjadi penghalang untuk berteman.

#### 7. Dampak Negatif dan Dampak Positif dari Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan di Kota Surabaya

Perilaku konsumtif ternyata menimbulkan berbagai macam dampak negatif bagi para pelakunya salah satunya remaja yang menjadi informan pada penelitian kali ini. Dampak negatif yang dari berperilaku konsumtif yang terjadi

pada para informan yaitu informan menjadi membuang – buang uang, boros untuk hal yang sebenarnya kurang penting dan kurang dibutuhkan, walaupun ada remaja yang menganggap bahwa tindakannya berperilaku konsumtif tidak menimbulkan dampak negatif karena *outfit* tersebut masih bisa digunakan suatu saat.

Selain itu ketika para remaja saling beradu *outfit* dan mengunggulkan dirinya maka dapat menimbulkan kecemburuan sosial yang terjadi pada remaja lain yang tidak bisa seperti dirinya atau tidak mampu membeli *outfit* tersebut maka bisa melakukan hal yang tidak – tidak. Namun sisi lain remaja yang berperilaku konsumtif dapat berdampak positif bagi para industri yang bergerak dibidang pakaian atau *outfit* lainnya karena mereka membeli yang berarti mendukung berkembangnya usaha tersebut.

#### 8. Pembahasan

Dalam pembahasan ini peneliti akan membahas dan menganalisis perilaku konsumtif yang terjadi pada remaja perempuan di Kota Surabaya sebagai pengguna konten TikTok *#outfitideas*. Penelitian ini menggunakan teori Masyarakat konsumsi Jean Baudrillard dengan beberapa teori tambahan yang diharapkan bisa membantu dalam

menjelaskan, menggambarkan serta mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu mengetahui perilaku konsumtif remaja Perempuan di kota Surabaya sebagai pengguna aktif media sosial TikTok pada konten *#outfitideas*.

Konten tersebut dianggap oleh informan sebagai konten yang dapat membantu memecahkan permasalahan dirinya dalam memilih, mencari informasi serta memperbaiki *outfit*nya. Maka dari itu media sosial menjadi tempat yang sangat strategis untuk memasarkan produk dan secara tidak langsung dapat menimbulkan perilaku konsumtif pada para pengguna dan terjadi pada para informan penelitian ini.

Remaja pada penelitian ini yang dijadikan informan merupakan siswa SMP dan SMA yang berusia mulai dari 13 tahun sampai dengan 18 tahun. Seperti yang telah dijelaskan remaja merupakan masa peralihan sehingga remaja akan menggambarkan diri melalui penampilannya, terdapat hal yang mendorong perubahan pada remaja, sebab dukungan sosial sangat besar dan menilai remaja berdasarkan apa yang dimilikinya maka dari itu adanya minat pribadi pada remaja yang merupakan minat terkuat pada diri remaja, dan hal tersebut didukung oleh penampilan diri, minat pada pakaian, dan

minat lainnya (Hurlock, 1980). Seperti yang telah ditunjukkan oleh remaja dalam hal berpakaian, berbicara dan berperilaku remaja akan selalu ingin terlihat sepadan dengan teman – teman sebayanya (Hurlock, 1980).

Hal tersebut ada pada diri informan penelitian ini, yaitu masing – masing informan berusaha untuk memperbaiki dan mengubah penampilan diri melalui *outfit* dan ingin dilihat oleh lingkungan sekitarnya atau teman sebayanya bahwa mereka juga bisa sama atau bahkan melebihi teman – temannya demi mendapatkan pengakuan sosial. Dari adanya tujuan para informan menjadikan informan mengonsumsi apa yang sedang tren kemudian akan berperilaku konsumtif sebagai gaya hidupnya untuk menunjukkan jati dirinya sebagai remaja. Pada masa kini terutama pada masyarakat kota memiliki perubahan sosial yang tinggi, sehingga membuat masyarakat berlomba untuk meningkatkan status sosialnya termasuk pada gaya hidup yang menuntut mereka menjadi masyarakat konsumsi (Ufrida & Harianto, 2022). Didukung dengan tempat tinggal para informan yang berada di kota Surabaya yang merupakan kota dengan nilai konsumsi yang tertinggi se Jawa Timur yang tentunya menciptakan lingkungan yang membentuk masyarakatnya menjadi

mengikuti perkembangan zaman dan berakibatkan konsumtif.

Menurut Grinder dalam Lestarina (Lestarina et al., 2017) menyatakan bahwa pola hidup manusia dikendalikan serta didorong karena adanya keinginan dalam memenuhi kesenangan sehingga dikatakan sebagai perilaku konsumtif. Artinya perilaku konsumtif didasari oleh tingkah laku dalam membeli, berbelanja atau mengonsumsi barang yang kurang dibutuhkan dan tanpa dipertimbangkan. Karena fashion juga bisa diartikan sebagai sebuah ekspresi diri yang bisa ditampilkan dari apa yang dipakai seseorang (Tyaswara et al., 2017) menjadikan *outfit* menjadi tuntutan zaman bagi para informan remaja penelitian ini.

Dari faktor faktor tersebut membentuk informan menjadi konsumtif sebagai gaya hidup demi menunjukkan identitas dirinya karena gaya hidup bisa dikatakan sebagai pola hidup individu dalam minat, kegiatan serta pendapatannya yang digunakan untuk membelanjakan uang dan waktu yang dimilikinya (Azizah, 2020). Hal ini terjadi pada berbagai informan penelitian ini informan mengatakan bahwa mereka bisa membeli *outfit* sekitar 1 sampai 10x setiap bulannya dan mengeluarkan uang mulai dari Rp 150.000 bahkan ada informan yang

mengeluarkan uang sampai dengan Rp 900.000 bahkan 2 informan pernah melebihi sampai dengan Rp 1000.000 dan Rp 1.500.000 dalam sebulan hanya untuk membeli *outfit* agar mereka tidak tertinggal zaman, namun tindakan tersebut menjadikan remaja berperilaku konsumtif karena hanya menuruti keinginan.

#### **IV.KESIMPULAN**

Perilaku konsumtif remaja perempuan di Kota Surabaya sebagai pengguna konten TikTok #*outfitideas* yang terjadi pada informan telah menjadi kebiasaan dan menimbulkan permasalahan yang kompleks karena berjalan secara terus menerus. Demi menuruti keinginan dan memaksakan kehendak agar tetap terlihat *up to date* beberapa informan melakukan berbagai macam cara agar bisa membeli *outfit – outfit* terbaru yang dilihatnya pada konten tersebut. Cara yang dilakukan mulai dari yang biasa saja merayu orang tuanya sampai dengan meminjam uang demi memenuhi keinginan berpenampilan menarik.

Kegilaan yang terjadi pada remaja perempuan ini menjadi kebiasaan dan salah satu informan bisa menghabiskan uang sebesar Rp 1.500.000 dalam satu bulannya. Sesuai dengan penelitian ini peneliti

menyimpulkan bahwa 5 dari 8 informan berperilaku konsumtif tinggi, sedangkan 3 dari 8 informan berperilaku konsumtif rendah. Perbandingan tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif remaja perempuan di Kota Surabaya sebagai pengguna konten TikTok #outfitideas lebih banyak yang berperilaku konsumtif tinggi.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Azizah, N. S. (2020). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP PADA PERILAKU KEUANGAN PADA GENERASI MILENIAL. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02), 92–101.  
<https://doi.org/10.2307/j.ctt1tg5gmg.7>
- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *JISIP : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(2), 77–83.
- Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). *Buku Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi*.
- Hurlock, E. B. (1980). *PSIKOLOGI PERKEMBANGAN : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (Edisi Kelima)* (R. M. Sijabat (ed.); 5th ed.). Penerbit Erlangga.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, & Harlina, D. (2017). PERILAKU KONSUMTIF DIKALANGAN REMAJA. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6.  
<http://jurnal.iicet.org/index.php/jrti>
- Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2022). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Journal Ilmiah Society*, 2(1), 1–12.
- Oktaviana, M., Achmad, Z. A., Arviani, H., & Kusnarto, K. (2021). Budaya komunikasi virtual di Twitter dan Tiktok: Perluasan makna kata estetik. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(2), 173–186.  
<https://doi.org/10.22219/satwika.v5i2.17560>
- Poetri, M. R., Ranteallo, I. C., & Zuryani, N. (2014). Perilaku Konsumtif Remaja Perempuan Terhadap Trend Fashion Korea di Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Sosiologi*, 1(3), 1–12.

- Safitri, Y., & Arviani, H. (2023). Peran Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok pada Perilaku Konsumtif Remaja Putri Surabaya. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(7), 5253–5262. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i7.2372>
- Samsu. (2017). *METODE PENELITIAN (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, MixedMethods, serta Research & Development)* (Rusmini (ed.)). Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Tyaswara, B., Rizkina Taufik, R., Suhadi, M., & Danyati, R. (2017). Pemaknaan Terhadap Fashion Style Remaja Di Bandung. *Jurnal Komunikasi*, 8(3), 293–297.
- Ufrida, K., & Harianto, S. (2022). Konsumerisme Makanan Siap Saji Sebagai Gaya Hidup Remaja Di Kota Surabaya: Studi Kasus Siswi Sma Muhammadiyah 4 Kota Surabaya. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(1), 137–156. <https://doi.org/10.20961/jas.v11i1.57134>
- Wati, M. Y., & Suyanto, T. (2016). FAKTOR YANG MENDORONG PERILAKU KONSUMTIF SISWA SMA DI SURABAYA (Studi Deskriptif di Pusat Perbelanjaan Darmo Trade Center Surabaya). *Kajian Moral Dan Pendidikan*, 1(4), 107–121.









