

DAMPAK APLIKASI INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DALAM BERBELANJA ONLINE DI KALANGAN SISWA-SISWI SMA NEGERI 2 TENGGARONG

Khairunnisa¹

Abstrak

Artikel ini membahas tentang bagaimana dampak Aplikasi Instagram terhadap perilaku konsumtif siswa siswi SMA Negeri 2 Tenggarong. Penelitian dilaksanakan pada bulan September 2014 di SMA Negeri 2 Tenggarong dengan jumlah informan sebanyak 12 orang yang terdiri dari para siswa dan siswi SMA Negeri 2 Tenggarong dilakukan dengan cara wawancara langsung. Penelitian ini menggunakan analisis penelitian deskriptif kualitatif. Instagram merupakan salah satu media yang marak digunakan saat ini. Tetapi setiap penggunaan sebuah media, pastilah terdapat efek dari penggunaan tersebut. Perilaku menjadi konsumtivisme yang dilakukan oleh para pengguna Instagram menjadi sorotan dilakukannya penelitian tersebut. Perilaku konsumtif yang semakin besar setelah menggunakan Instagram inilah yang menjadi dampak negatif dari penggunaan Instagram. Hasil dari penelitian ini bahwa dapat disimpulkan, siswa dan siswi SMA Negeri 2 Tenggarong yang telah aktif menggunakan Instagram menjadi semakin konsumtif dalam hal berbelanja online serta dalam hal paket data yang selalu aktif guna dapat memenuhi kebutuhan selalu mengakses internet di Smartphone tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat diketahui bahwa penggunaan Instagram berdampak negatif bagi perilaku konsumtif remaja dalam berbelanja online. Karena dengan kemudahan yang diberikan oleh Instagram maka dengan gampang remaja semakin gemar mengkonsumsi barang yang tidak menjadi prioritas utama, dengan kata lain bahwa remaja lebih senang membeli barang berdasarkan keinginan bukan berdasarkan kebutuhan lagi.

Kata Kunci : *Dampak aplikasi Instagram, Perilaku Konsumtif Remaja*

Pendahuluan

Komunikasi merupakan suatu proses sosial yang sangat mendasar dan vital dalam kehidupan manusia. Dikatakan mendasar karena setiap masyarakat manusia baik yang primitif maupun yang modern berkeinginan untuk

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: nsanisa1@gmail.com

mempertahankan suatu persetujuan mengenai berbagai aturan sosial melalui komunikasi. Hal ini juga tercantum dalam UUD 1945 pasal 28 (1) “setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapatkan pendidikan dan memperoleh manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni dan budaya, demi meningkatkan kualitas hidupnya dan demi kesejahteraan umat manusia”.

Kemajuan teknologi yang disebabkan oleh meningkatnya kebutuhan akan arus informasi membuat semakin banyak digunakannya teknologi komunikasi. Sebagai contoh kemajuan teknologi yang berkembang saat ini adalah ponsel. Smartphone adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, kadang-kadang dengan fungsi yang menyerupai komputer. Perangkat seluler ini memiliki kemampuan layanan *push e-mail*, telepon, SMS, menjelajah internet, dan kemampuan nirkabel lainnya.

Instagram merupakan salah satu aplikasi atau fitur unggulan yang ada di smartphone yang memudahkan para pengguna untuk berbagi foto. Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya.

Berbelanja secara online memang saat ini sedang dinikmati oleh sebagian besar masyarakat, karena dengan cara baru inilah masyarakat tidak perlu merasa kesulitan lagi untuk memperoleh barang yang diinginkan. Memilih barang apa saja yang diinginkan, cukup dengan memilih gambar yang tersedia di account online shop Instagram tersebut lalu memesannya secara langsung, membayar dengan cara mentransfer langsung, hal ini sangat mudah sekali dilakukan. Inilah yang menjadi daya tarik Instagram selain dari berbagi foto.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, pokok permasalahan yang akan diteliti adalah bagaimana Dampak Aplikasi Instagram terhadap Perilaku Konsumtif Remaja dalam Berbelanja Online ?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui serta dapat menggambarkan perilaku konsumtif siswa-siswi SMA Negeri 2 Tenggara dalam berbelanja online dengan menggunakan aplikasi yang terdapat pada Smartphone yaitu Instagram.

Manfaat Penelitian

1. Segi Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis dan ilmiah pada lingkup psikologi komunikasi, khususnya pada penggunaan

media komunikasi dan teknologi dengan memberikan gambaran yang objektif mengenai Dampak Aplikasi Instagram terhadap Perilaku Konsumtif Remaja dalam Berbelanja Online.

2. Segi Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan literatur oleh peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang masalah yang berkaitan dengan penelitian ini.

Kerangka Dasar Teori

Adanya fenomena Instagram yang berkembang di masyarakat, terlebih remaja saat ini merupakan bagian dari perkembangan media baru yang ada. Perkembangan media baru ini tidak dapat dihindari, karena termasuk dalam perkembangan kehidupan manusia. Banyak penjual maupun distributor penjualan barang beralih menggunakan Instagram sebagai alternatif dalam melakukan *e-commerce* karena dinilai efektif dan murah. Seperti yang dikatakan oleh Manzur (2011 : 6), dengan menggunakan media baru seseorang dapat melakukan aktivitas *e-commerce* dimanapun dan kapanpun tanpa memandang tempat dan waktu. Sehingga seseorang dapat melakukan interaksi dengan pelanggannya baik melalui email, chat, maupun jejaring sosial secara *mobile*. Walaupun demikian, proses transaksi tidak langsung yang terjadi pada instagram tetap menjadi kendala yang menyebabkan terjadinya kegagalan komunikasi dan penipuan. Belanja online adalah kegiatan pembelian barang dan jasa melalui media internet. Melalui belanja lewat internet seorang pembeli bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang hendak ia belanjakan melalui web yang dipromosikan oleh penjual.

Teori Persamaan Media

Teori persamaan media ini ingin menjawab persoalan mengapa orang-orang secara tidak sadar dan bahkan secara otomatis merespon apa yang dikomunikasikan media seolah-olah media itu manusia. Dengan demikian menurut asumsi teori ini, media diibaratkan manusia. Teori ini memperhatikan bahwa media juga bisa diajak berbicara. Media bisa menjadi lawan bicara individu seperti dalam komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang dalam situasi *face to face*.

Jelas teori ini berkenaan sekali dengan penggunaan Instagram saat ini, bahwa dengan media komunikasi seperti Instagram ini kita dapat berinteraksi dengan Smartphone seolah-olah handphone ini adalah lawan bicara kita. Serta penggunaannya yang saat ini sebagai media untuk berbelanja secara praktis, cepat dan tepat waktu. Mengapa teori ini sangat relevan digunakan dipenelitian ini karena sudah sangat jelas, karena sebagai manusia kita sangat membutuhkan informasi serta berkomunikasi. Dalam hal ini media-media seperti handphone lah yang dapat digunakan untuk menunjang proses ini, media inilah yang menjadi lawan dalam komunikasi manusia. Karena itu dalam teori ini media

pun disebutkan sebagai manusia karena mampu memberikan feedback langsung terhadap kita manusia yang mengkomunikasikannya.

Teori Perilaku

Ada beberapa teori mengenai perilaku manusia yang tidak dapat lepas dari keadaan individu itu sendiri dan lingkungan dimana individu itu berada. Salah satu teori perilaku yang berkenaan dengan penelitian ini adalah teori dorongan (*drive theory*). Teori ini bertitik tolak pada pandangan bahwa organisme itu mempunyai dorongan-dorongan tertentu. Dorongan-dorongan ini berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan organisme yang mendorong organisme berperilaku. Bila organisme itu mempunyai kebutuhan, dan organisme ingin memenuhi kebutuhannya maka akan terjadi ketegangan dalam diri organisme itu. Bila organisme berperilaku dan dapat memenuhi kebutuhannya, maka akan terjadi pengurangan atau reduksi dari dorongan-dorongan tersebut (Hull Crider, 1983 : 76).

Dalam hal ini, jelas bahwa manusia yang berperilaku konsumtif mendapatkan dorongan dari lingkungannya untuk mengkonsumsi barang secara berlebihan atau dengan kata lain tidak sesuai dengan kebutuhan dasarnya. Hal inilah yang menjadi motivasi bagi mereka dalam berperilaku konsumtif. Sebagaimana remaja yang selalu mengkonsumsi barang yang berlebihan, perilaku konsumtif mereka ini lah yang mendorong mereka selalu menjadi boros dalam hal berbelanja, setelah mereka mengenal yang namanya Instagram lalu mulai berbelanja online melalui Instagram tersebut mereka akan mulai merasakan dorongan-dorongan dalam diri mereka untuk memenuhi kebutuhan mereka entah itu kebutuhan seperti baju, celana, aksesoris, tas dll. Dan setelah mereka berbelanja online di Instagram dan merasakan kebutuhan mereka terpenuhi maka dorongan-dorongan dalam diri mereka akan berkurang setelah mereka mendapatkan kebutuhan yang mereka inginkan. Mereka tidak berpikir apakah barang tersebut berguna atau tidak untuk mereka, yang terpenting kebutuhan mereka terpenuhi. Inilah yang menyebabkan perilaku konsumtif remaja terjadi dan sesuai dengan penjelasan teori dorongan (*drive theory*) ini.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau melukiskan obyek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada di lapangan. bahwa fokus pada penelitian ini adalah mengenai efek media massa Instagram terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 2 yaitu efek konatif yang bersangkutan dengan niat, tekad, upaya, usaha yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. Karena berbentuk perilaku, maka sebagaimana disinggung diatas bahwa efek konatif sering juga disebut dengan efek behavioral. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, yaitu mendeskriptifkan serta

menganalisis data yang telah diperoleh dan selanjutnya dijabarkan dalam bentuk penjelasan sebenarnya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan informan sebagai sumber memperoleh data untuk penulisan skripsi ini. Pemilihan informan didasarkan pada subjek yang banyak memiliki informasi yang berkualitas dengan permasalahan yang diteliti dan bersedia memberikan data.

Informan menurut Moleong (2004 : 90) adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Informan berkewajiban secara sukarela menjadi anggota tim dengan peneliti walaupun bersifat informal. Pemanfaatan informan bagi peneliti ialah agar dalam waktu yang relative singkat banyak informasi yang diperoleh, karena informasi dimanfaatkan untuk berbicara, bertukar pikiran atau membandingkan suatu kejadian yang ditemukan dari subyek lain.

Dalam riset kualitatif, besarnya sampel bukan menjadi tolak ukur baik tidaknya riset. Karena tujuan riset kualitatif bukan untuk menggeneralisasikan temuan penelitian tetapi lebih bersifat ideologis atau kasuistik (Suharto, 2002 : 58). Pengambilan informan dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini bisa diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak diambil, kemudian pemilihan sampel dilakukan deengan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu, asalkan tidak menyimpang dari cirri-ciri sampel yang ditetapkan. (Sugiyono, 2011 : 67).

Dari 38 informan yang terpilih, didapatkan informasi mengenai berapa banyak yang memiliki Smartphone, berapa banyak yang menggunakan Instagram, serta yang terakhir berapa banyak yang aktif dalam menggunakan Instagram untuk transaksi online. Maka terdapatlah 8 informan yang dinilai sangat memberikan informasi banyak mengenai informasi yang peneliti inginkan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak aplikasi Instagram terhadap perilaku konsumtif remaja dalam berbelanja online di SMA Negeri 2 Tenggarong. Jumlah informan yang digunakan pada penelitian ini adalah 12 orang siswa dan siswi, dari kelas 1 dan 2 SMA Negeri 2 Tenggarong yang telah memenuhi kriteria seperti yang telah dibahas pada bab sebelumnya.

Jumlah pertanyaan yang digunakan pada saat wawancara terdiri dari 15 pertanyaan. Dari hasil penelitian dari 38 responden diketahui bahwa siswa dan siswi SMA Negeri 2 Tenggarong seluruhnya memiliki Smartphone dan aktif menggunakan Instagram. Hal ini disebabkan bahwa smartphone merupakan handphone yang memilki fungsi yang mendukung komunikasi remaja, smartphone juga sedang berkelas di kalangan remaja sehingga menjadi gaya hidup.

Dalam kondisi demikian, hampir seluruh remaja saat ini menggunakan Smartphone sebagai alat komunikasi mereka serta sarana hiburan pula untuk mereka. Terlebih saat ini untuk memperoleh Smartphone bukan sebuah hal yang sulit lagi, karena harga Smartphone saat ini telah bervariasi tergantung dengan tipe Smartphone tersebut. Harga mulai 1.000.000,00 saja sudah dapat memperoleh Smartphone ini. Kebutuhan akan informasi inilah juga yang menjadi alasan dimana siswa dan siswi SMA Negeri 2 Tenggara menjadikan Smartphone sebagai media komunikasi mereka. Sebagai pemenuhan kebutuhan, seperti berbelanja online pun saat ini dilakukan dengan aplikasi Instagram yang terdapat dalam Smartphone.

Dari hasil kesimpulan yang peneliti ambil bahwa siswa dan siswi selalu menggunakan Instagram. Hampir setiap hari dalam pergaulannya remaja ini menggunakan Instagram. Salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah frekuensi untuk menggunakan Instagram karena siswa dan siswi mudah dalam berbagi foto dengan teman-teman lainnya, selain itu juga Instagram memberikan kemudahan untuk menemukan barang-barang baru yang ingin mereka miliki yang tersedia pada Online Shop yang ada di Instagram.

Siswa dan siswi SMA Negeri 2 Tenggara juga telah lama mengenal dan menggunakan Smartphone, dalam jangka waktu lebih dari 1 Tahun telah menggunakan secara aktif. Dalam hal ini juga disebutkan bahwa banyak jumlah online shop di Instagram mereka. Dari banyaknya online shop di Instagram mereka juga dapat terlihat bahwa memang fungsi dari Instagram ini dimanfaatkan secara baik oleh remaja ini.

Karena banyaknya online shop di Instagram mereka, ini menunjukkan terjadinya perilaku konsumtif, karena frekuensi seringnya mereka menggunakan instagram maka secara otomatis mereka akan melihat barang-barang di online shop yang ada di Instagram mereka dan ini akan menimbulkan perilaku konsumtif mereka terjadi.

Dari kesimpulan yang peneliti ambil bahwa siswa dan siswi sering menghabiskan waktu untuk melihat barang-barang yang dijual pada Online shop di Instagram mereka. Salah satu alasannya mengapa siswa dan siswi sering menghabiskan waktu untuk melihat bahkan membeli barang secara online adalah praktis untuk memperoleh barang tersebut.

Sebelum adanya Instagram, remaja hanya dapat membeli barang-barang yang mereka inginkan apabila mereka memiliki waktu senggang saja. Contohnya jika hari libur, salah seorang remaja pergi ke pusat perbelanjaan ataupun semacamnya dan ia melihat barang yang ia suka lalu membelinya. Sekarang, setiap saat remaja tersebut dapat selalu melihat contoh barang-barang tersebut didalam telepon genggamnya sendiri.

Waktu yang mereka miliki sebagian besar mereka habiskan untuk membuka handphone, karena itulah Instagram menjadi salah satu fitur aplikasi pada Smartphone yang mereka cek apabila mereka membuka handphone.

Karena sangat sering membuka Instagram inilah mereka memilih sering berbelanja secara online daripada berbelanja langsung seperti biasanya.

Keseringan melihat gambar barang-barang yang ditawarkan oleh online shop yang terdapat dalam Instagram inilah yang secara otomatis membuat para remaja semakin tertarik untuk membelinya, belum lagi apabila mereka telah *comment* atau bertanya secara jelas mengenai gambar barang yang mereka inginkan kepada penjualnya. Kemudahan yang ditawarkan oleh online shop inilah yang membuat remaja ini nyaman dan ketagihan apabila berbelanja online. Karenanya sering kali apabila sudah pernah sekali berbelanja online pasti akan terus, terus, dan terus ingin berbelanja online lagi.

Dari kesimpulan yang peneliti ambil bahwa siswa dan siswi SMA Negeri 2 Tenggarong perhatiannya lebih besar terhadap berbelanja secara online semenjak menggunakan Instagram. Hal ini, karena belanja secara online dinilai lebih praktis dan cepat untuk memperoleh barang-barang yang ingin dibeli. Penggunaan Instagram yang marak digunakan oleh para remaja saat ini ditunjukkan dengan lebih seringnya remaja membeli barang-barang yang sama, karena mudahnya mereka menemukan barang-barang tersebut dalam online shop di Instagram. Masih banyak atensi yang ditunjukkan oleh remaja siswa dan siswi SMA Negeri 2 Tenggarong pada saat menggunakan Instagram yang telah dibahas pada pembahasan sebelumnya.

Tidak ada penolakan yang terjadi dengan adanya sistem online shop ini, padahal seperti yang kita tahu sistem belanja online shop ini dinilai terlalu membuat remaja jadi kecanduan karena sistemnya yang mudah dan praktis. Sehingga hal ini membuat para remaja menjadi boros, karena kemudahan dalam belanja tadilah, barang-barang yang dibeli juga hanya barang-barang yang sudah dimiliki remaja sebelumnya, hanya saja berbeda model ataupun warna. Hal ini jelas menunjukkan perilaku konsumtif di remaja benar-benar terjadi.

Banyak masalah yang dapat ditimbulkan dari penggunaan Instagram di kehidupan nyata, terlebih pada lingkungan remaja. Praktisnya penggunaan Instagram serta cepatnya informasi yang diterima melalui media inilah yang menjadi penyebab semakin besarnya konsumtivisme pada diri remaja.

Instagram merupakan sebuah media baru dimana dapat mempermudah remaja dalam menemukan informasi apapun, serta menjadikan konsumsi remaja pada suatu hal semakin besar. Hal ini terlihat dari banyaknya siswa dan siswi yang membeli barang-barang secara online dibandingkan membeli barang seperti biasanya sebelum mereka menggunakan Instagram. Pembelian barang yang sama dalam jangka waktu yang dekat, pembelian barang yang sedang nge-trend, serta membeli barang karena gengsi agar diakui di lingkungan mereka juga merupakan indikasi semakin meningkatnya perilaku konsumtif pada diri remaja yang dalam hal ini adalah siswa dan siswi SMA Negeri 2 Tenggarong.

Setidaknya ada beberapa dampak negatif yang ditunjukkan dari media sosial seperti penggunaan Instagram ini. Salah satunya yaitu, seseorang akan memiliki dunianya sendiri, sehingga tidak sedikit dari mereka tidak peduli lagi pada lingkungan sekitarnya apabila sedang menggunakan/mengakses media tersebut. Hal ini sesuai dengan teori persamaan media yang peneliti gunakan, teori ini menyebutkan bahwa mengapa orang-orang secara otomatis merespon apa yang dikomunikasikan media seolah-olah media sebagai manusia. Dengan demikian, menurut asumsi teori ini, media diibaratkan manusia sebagai lawan bicara. Media bisa menjadi lawan bicara seperti dalam komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang dalam situasi tertentu.

Menurut hasil penelitian, sebagian besar perilaku konsumtif siswa dan siswi SMA Negeri 2 Tenggarong dalam berbelanja online semakin meningkat setelah mereka menggunakan Instagram. Mereka tidak sadar bahwa seringnya penggunaan online shop pada Instagram mereka menyebabkan semakin borosnya mereka dalam hal berbelanja. Komunikasi massa yang disajikan oleh media massa melalui Instagram mempunyai efek atau dampak yang tidak bisa dibantahkan. Kita tertarik bukan kepada apa yang kita lakukan kepada media massa tetapi kepada apa yang dilakukan media kepada kita. Kita ingin tahu bukan untuk apa kita menggunakan Instagram yang memudahkan kita, tetapi bagaimana Instagram yang mampu mempermudah kita dalam berkomunikasi ini mampu menambah pengetahuan, mengubah sikap, atau menggerakkan perilaku kita.

Dalam hal penelitian ini, perilaku konsumtif siswa dan siswi lah yang menjadi fokus penelitian. Bagaimana perilaku konsumtif mereka setelah menggunakan Instagram. Jadi, perilaku konsumtif siswa dan siswi yang diteliti oleh peneliti yaitu perilaku yang terbentuk dan dapat dilihat dari hasil menggunakan Instagram secara rutin. Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini bahwa dampak penggunaan Smartphone dalam aplikasi Instagram terhadap perilaku konsumtif siswa dan siswi SMA Negeri 2 Tenggarong dapat dilihat dari dampak atau efek media massa sendiri adalah Efek Konatif, Efek konatif tidak dapat langsung bisa dilihat dari terpaan media massa, dalam hal ini adalah penggunaan Instagram melainkan harus setelah melalui efek kognitif dan afektif terlebih dahulu. Karena konatif adalah sebagai bentuk perilaku akhir yang ditimbulkan dari si pengguna Instagram, seperti ketika mereka sekali berbelanja secara online mereka akan terus merasa ketagihan untuk terus berbelanja online lagi, kemudian para siswa dan siswi menjadi lebih konsumtif dengan berbagai indikasi perilaku konsumtif yang telah dipaparkan pada hasil penelitian di atas. Efek konatif juga merupakan dimensi dimana dapat dilihat niat para pengguna Smartphone mulai dari mereka awal menggunakan dan pada akhirnya mereka menjadi lebih konsumtif daripada sebelum mereka menggunakan Smartphone dan Instagram.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan dalam skripsi ini menyangkut soal dampak aplikasi Instagram terhadap perilaku konsumtif remaja dalam berbelanja online di kalangan siswa – siswi SMA Negeri 2 Tenggarong, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. munculnya sikap boros, selalu ingin memiliki barang yang sedang bergaya modern dikalangannya, semakin seringnya mengaktifkan paket data yang memungkinkan remaja sering mengakses internet termasuk berbelanja secara online. Hal ini menjadikan remaja semakin konsumtif dalam mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya bukan kebutuhan mereka.
2. Berdasarkan aspek dari fokus penelitian skripsi ini juga dapat disimpulkan bahwa efek konatif dari penelitian ini remaja lebih cenderung ke perilaku mereka setelah mengenal instagram dan mulai berbelanja online melalui instagram dan mereka merasakan puas dan senang menggunakannya, remaja lebih konsumtif setelah mereka mulai menggunakan instagram untuk berbelanja online.
3. Remaja cenderung bersikap konsumtif dengan beberapa indikasi seperti boros, selalu membeli barang-barang yang sama dalam waktu yang dekat, selalu ikut-ikutan dengan teman lingkungannya, dan membeli sebuah barang hanya berdasarkan gengsi itu dikarenakan media seperti Instagram ini sangat mudah dijumpai dan digunakan. Tidak seperti sebelumnya, saat belum begitu marak kalangan yang dapat memiliki bahkan menggunakan Smartphone. Seluruh proses jual beli mengenai barang harus dilakukan secara nyata, tidak dengan online.

Saran

1. Sebaiknya para remaja dapat menyaring dengan benar online shop yang masuk pada akun Instagram mereka, agar tidak semua barang yang dijual dapat setiap saat dibeli. Hanya barang-barang yang unik dan special yang masuk di akun Instagram. Sehingga waktu pembeliannya pun bisa jelas, tidak hamper setiap minggunya membeli barang dengan jenis yang sama hanya modelnya berbeda.
2. Kesadaran akan pentingnya mengendalikan diri pada saat melihat barang-barang yang dijual didalam akun Instagram sangat diperlukan. Karena dengan penggunaan Instagram seperti sekarang ini tidak akan berdampak negatif jika para siswa dan siswi mampu mengendalikan diri agar tidak terlalu aktif dalam proses berbelanja online.
3. Hendaknya siswa dan siswi SMA Negeri 2 Tenggarong paham benar apa dampak negatif yang timbul dari penggunaan Instagram ini, jangan sampai harusnya teknologi komunikasi yang dapat mempermudah kita sebagai manusia dalam berkomunikasi malah menjadikan kita sebaliknya. Karena pasalnya kita semua tahu fungsi dari Instgram adala membagikan foto-foto ke teman-teman akun kita tetapi sekarang ini banyak yang menggunakan

Instagram sebagai media untuk berjualan. Smartphone pada dasarnya adalah media yang dapat mempermudah penggunaanya dalam hal memperoleh informasi dan saling berkomunikasi, maka janganlah hanya digunakan untuk hal-hal yang negatif contohnya seperti belanja online secara berlebihan.

Daftar Pustaka

- Bagong, Suyanto dan Sutinah. 2006. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Bungin, Burhan. 2011. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Kadir, Abdul. 2003. *Pengenalan Teknologi Informasi*. Yogyakarta : CV. Andi.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT. Kencana Prenada Media Group.
- Morey. 2004. *Phone Power : Meningkatkan Keefektifan Berkomunikasi di Telepon*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Lexy J, Moloeng. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Prasetyo, Bambang dan Miftahul Jannah, Lina. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persaja
- Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rumini, Sri dan Siti Sundari. 2004. *Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Saydam, Gouzali. 2005. *Teknologi Komunikasi Perkembangan dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta.
- Soemarwoto, Otto. 1989. *Teknologi (Ilmu Terapan)*. Yogyakarta ; Gadjah Mada University Press.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : AIVABETA.
- Uchjana, Onong Effendy. 2003. *“Ilmu, Teori, Filsafat Komunikasi”*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Walgito, Bimo. 2003. *“Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)”*. Yogyakarta : C.V Andi Offset.

SKRIPSI :

- Muharsih, Lania. 2008. *Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Remaja di Jakarta Pusat*. Malang : Universitas Brawijaya. Skripsi Tidak Diterbitkan.
- Juliarindah, Rezki. 2013. *Dampak Penggunaan BlackBerry Messenger Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja*. Samarinda : Universitas Mulawarman. Skripsi Tidak Diterbitkan.

Internet :

Id.wikipedia.org/wiki/telepon_cerdas

Id.wikipedia.org/wiki/Instagram

cs-metodepenelitian.blogspot.com/2013/10/dampak-penggunaan-smartphone-di-kalangan.html

amin127.wordpress.com/artikel-tugas-deesign-web-bagian-2/hubungan-antara-kebiasaan-belanja-dengan-perilaku-konsumtif-pada-remaja/