

Tinjauan Konsumerisme dalam Trend Arisan Online

Ignatius Aji Dwiatmaja
Universitas Jember

Muhammad Imam Alfikri
Universitas Jember

Irfan Khairan Ali
Universitas Jember

Alamat: Jl. Kalimantan Tegalboto No.37, Krajan Timur, Sumbersari, Kec. Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68121

Korespondensi penulis: 220910302047@mail.unej.ac.id

Abstract

Online arisan is a phenomenon where people organize and participate in arisan (rotating savings and credit associations) through online platforms. In online arisan, consumerism can have diverse impacts depending on the values and behaviors adopted by the participants. Factors that can influence consumerism in online arisan include the choice of prizes, the use of technology and social media, as well as the convenience and flexibility offered by online arisan. Although there is potential for more dominant consumerism, there are still arisan groups that maintain their traditional values.

Keywords: *Consumerism, Online Arisan, Trend*

Abstrak

Arisan online adalah fenomena di mana orang-orang mengorganisir dan berpartisipasi dalam arisan melalui platform online. Dalam arisan online, konsumerisme dapat memiliki dampak yang beragam tergantung pada nilai-nilai dan perilaku yang dianut oleh peserta. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumerisme dalam arisan online antara lain pilihan hadiah, penggunaan teknologi dan media sosial, serta kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan oleh arisan online. Meskipun ada potensi konsumerisme yang lebih dominan, masih ada kelompok arisan yang tetap mempertahankan nilai-nilai tradisional mereka.

Kata kunci: Konsumerisme, Arisan Online, Trend

LATAR BELAKANG

Arisan online adalah sebuah fenomena di mana orang-orang mengorganisir dan berpartisipasi dalam arisan melalui platform online, biasanya melalui media sosial seperti Whatsapp atau Telegram. Arisan sendiri merupakan tradisi sosial yang cukup populer di Indonesia, di mana sekelompok orang berkumpul secara berkala untuk menyumbangkan sejumlah uang kepada satu anggota pada setiap pertemuan. Setiap anggota secara bergiliran akan menerima sumbangan tersebut sesuai dengan urutan yang telah ditetapkan sebelumnya. Jika berbicara mengenai perputaran uang maka adanya kegiatan perekonomian di dalamnya, "Ekonomi adalah ilmu sosial yang mempelajari perilaku konsumen, produsen dan masyarakat

pada umumnya dalam melakukan pilihan atas sejumlah alternatif pemanfaatan sumberdaya dalam proses produksi, perdagangan, serta konsumsi barang dan jasa." (Basyir, 2017).

Arisan online pada dasarnya memiliki definisi yang sama dengan arisan konvensional, yaitu kegiatan mengumpulkan uang atau barang yang bernilai sama oleh beberapa orang secara rutin. Namun, yang membedakannya adalah mekanisme penyelenggaraan yang dilakukan secara online. Jika pada arisan konvensional, pertemuan para anggota dilakukan secara fisik untuk setor tunai dan pengundian, maka arisan online memanfaatkan platform digital untuk seluruh prosesnya. Para anggota biasanya terhubung melalui grup chat di aplikasi pesan singkat atau media sosial lainnya. Setoran uang arisan pun dilakukan melalui transfer bank atau layanan dompet digital. Pengundian arisan online bisa dilakukan dengan berbagai cara, seperti menggunakan situs web khusus pengundian online atau fitur polling yang tersedia di platform komunikasi yang digunakan.

Dalam arisan online, konsumerisme dapat memiliki dampak yang beragam tergantung pada nilai-nilai dan perilaku yang dianut oleh peserta arisan. "Identitas atau ciri yang dibangun oleh suatu kelompok arisan tertentu, tentunya juga akan mempengaruhi gaya hidup dari setiap anggota Arisannya, seperti misalnya memiliki gaya hidup konsumtif. Gaya hidup yang dipilih setiap individu dapat dianggap pencerminan atas kelas sosialnya." (Purnamasari, 2020). Meskipun ada potensi konsumerisme yang lebih dominan dalam arisan online, masih ada kelompok arisan yang tetap mempertahankan nilai-nilai tradisional mereka.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumerisme dalam arisan online adalah pilihan hadiah. Dalam arisan tradisional, hadiah-hadiah yang diberikan sering kali berupa barang-barang kecil atau bahan makanan yang bermanfaat sehari-hari. Namun, dengan adanya arisan online, peserta sering kali memiliki akses ke berbagai pilihan hadiah yang lebih luas. Hal ini dapat mendorong perilaku konsumtif, di mana peserta cenderung memilih hadiah-hadiah yang lebih mahal, mewah, atau bergengsi untuk memuaskan keinginan mereka. Dalam situasi ini, aspek kompetisi sosial juga dapat memainkan peran penting, di mana peserta merasa tekanan untuk memilih hadiah yang lebih baik atau lebih mahal demi mendapatkan pengakuan dan prestise di dalam kelompok.

Selanjutnya, penggunaan teknologi dan media sosial dalam arisan online juga dapat memperkuat konsumerisme. Platform arisan online sering kali menampilkan iklan atau promosi produk di sekitar aktivitas arisan. Peserta tergoda untuk membeli produk-produk yang ditampilkan atau terpengaruh oleh tren konsumsi yang sedang populer. Selain itu, ketergantungan pada teknologi juga dapat memperkuat kecenderungan konsumtif. Peserta

arisan dapat dengan mudah mengakses dan membeli produk melalui perangkat mereka, sehingga meningkatkan kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian impulsif.

Konsep arisan online sendiri diperkirakan muncul seiring dengan semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia. Kehadiran arisan online menawarkan kemudahan dan fleksibilitas bagi para peserta. Mereka tidak perlu lagi repot-repot datang ke tempat pertemuan untuk setor uang atau mengikuti pengundian yang di mana mereka tidak kebingungan untuk meluangkan waktu mereka, karena waktu luang itu merupakan "Leisure is defined as a nonproductive consumption of time." (Istriyani, 2021). Selain itu, jangkauan arisan online juga menjadi lebih luas karena tidak terbatas pada lokasi geografis tertentu. Namun, kemudahan yang ditawarkan arisan online juga diiringi dengan potensi risiko tersendiri. Salah satu risiko terbesar adalah penipuan yang dilakukan oleh pengelola arisan online bodong

KAJIAN TEORITIS

Teori Konsumerisme

Jean Baudrillard adalah seorang filsuf dan sosiolog Prancis yang dikenal karena kontribusinya dalam memahami dan menganalisis masyarakat kontemporer. Salah satu teori yang dikembangkannya adalah teori konsumerisme. Baudrillard berpendapat bahwa masyarakat modern ditandai oleh dominasi konsumsi dan produksi barang-barang dan simbol-simbol sebagai bentuk utama komunikasi dan pertukaran sosial. Menurut Baudrillard, konsumerisme telah mengalami transformasi dari fungsi awalnya sebagai sarana memenuhi kebutuhan dasar menjadi bentuk simbolik. Dia berargumen bahwa dalam masyarakat konsumsi, barang-barang tidak hanya memiliki nilai utilitas, tetapi juga nilai simbolis yang lebih penting. Konsumsi tidak lagi hanya tentang memenuhi kebutuhan, tetapi juga berfungsi sebagai cara untuk memperoleh status, identitas, dan kepuasan diri.

Teori konsumerisme Baudrillard menyoroti peran media massa dalam memperkuat konsumerisme. Dia berpendapat bahwa media massa, khususnya iklan, menciptakan citra-citra yang menarik dan menggoda untuk mendorong konsumsi. Melalui iklan, barang-barang diubah menjadi simbol-simbol yang mengandung janji kepuasan dan kebahagiaan. Iklan juga berperan dalam membentuk identitas dan gaya hidup konsumen, serta menentukan nilai-nilai yang dihubungkan dengan barang-barang tertentu. Fungsi komunikasi massa iklan tidak berasal dari kontennya, metode penyiarannya, atau tujuan-tujuan nyata (baik secara ekonomis maupun psikologis). Fungsi tersebut tidak tergantung pada volume atau audiens yang sebenarnya

(meskipun semua hal ini memiliki kepentingannya dan digunakan sebagai dukungan). Sebaliknya, fungsi tersebut justru berasal dari logika mediumnya yang otonom, yang berarti tidak terkait dengan objek-objek nyata dalam dunia nyata, tetapi melibatkan hubungan antara tanda dengan tanda lainnya, objek dengan objek lainnya, atau konsumen dengan konsumen lainnya. (Baudrillard, Jean. 2018: 156) Dalam arisan online, teori konsumerisme Jean Baudrillard memberikan landasan untuk memahami bagaimana konsumerisme berperan dalam dinamika arisan dan pengaruhnya terhadap interaksi sosial serta identitas peserta. Konsumerisme dalam arisan online dapat dipahami melalui beberapa aspek yang diungkapkan oleh Baudrillard.

Pertama-tama, arisan online menciptakan ruang yang memperluas pilihan konsumsi peserta. Dalam arisan tradisional, pilihan hadiah sering kali terbatas pada barang-barang kecil atau bahan makanan. Namun, dengan adanya arisan online, peserta memiliki akses yang lebih luas terhadap berbagai jenis produk, merek, atau layanan. Hal ini dapat memperkuat dorongan konsumtif, di mana peserta cenderung memilih hadiah yang memiliki nilai simbolis yang tinggi atau dianggap mewah. Peserta dapat merasa tertarik untuk memilih hadiah yang menarik perhatian, mengesankan, atau mencerminkan citra diri yang diinginkan.

Kedua, media sosial dan platform arisan online memainkan peran penting dalam memperkuat konsumerisme. Peserta arisan sering kali menggunakan media sosial untuk berbagi pengalaman, foto, atau ulasan tentang hadiah yang mereka terima. Hal ini dapat menciptakan tekanan sosial dan dorongan untuk memamerkan barang-barang atau produk yang dimiliki, serta memicu perasaan ingin memiliki yang sama. Peserta merasa tertarik untuk menunjukkan bahwa mereka juga memiliki barang-barang atau produk yang dianggap populer, trendy, atau bergengsi.

Selanjutnya, iklan dan promosi produk di sekitar arisan online juga dapat memperkuat konsumerisme. Platform arisan online sering kali menampilkan iklan atau tawaran khusus yang menarik peserta untuk membeli produk tertentu. Iklan ini dapat mempengaruhi persepsi peserta tentang apa yang dianggap sebagai "keharusan" atau "keinginan" dalam arisan. Peserta merasa tergoda untuk membeli produk yang ditampilkan dalam iklan tersebut, terutama jika produk tersebut dikaitkan dengan status sosial, kepuasan diri, atau keinginan untuk memenuhi ekspektasi kelompok. Dalam arisan online, konsumerisme juga dapat terkait erat dengan konsep identitas dan citra diri. Peserta arisan merasa untuk memilih hadiah yang mencerminkan identitas pribadi atau gaya hidup mereka. Mereka berusaha memperlihatkan kepada kelompok bahwa mereka adalah individu yang modis, berkelas, atau memiliki selera yang baik melalui konsumsi produk tertentu. Dalam hal ini, konsumerisme dalam arisan online bukan hanya

tentang memperoleh barang atau hadiah, tetapi juga tentang memperoleh pengakuan sosial dan membangun citra diri yang diinginkan.

METODE PENELITIAN

Dalam sebuah penelitian, tentu menggunakan sebuah metode untuk mengambil dan menganalisis data. Dalam hal ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, peneliti bertindak sebagai instrumen utama pengumpulan data. Terlibat secara langsung dalam pengumpulan data melalui wawancara, observasi, studi dokumen, dan sebagainya. Data yang dikumpulkan umumnya berupa kata-kata, teks, gambar, dan bukan angka-angka.

Menurut Creswell (2015, h. 59) penelitian kualitatif dimulai dengan asumsi dan penggunaan kerangka penafsira/filosofis yang membentuk atau memengaruhi studi tentang permasalahan riset yang terkait dengan maknayang dikenakan oleh individu tau kelompok pada suatu permasalahan sosial atau manusia.

Berkenaan dengan pengertian di atas, penelitian kualitatif dapat dimaknai sebagai penelitian yang mendalam dan berbasis pada fakta-fakta di lapangan. Penelitian kualitatif dimulai dengan asumsi dan penggunaan kerangka penafsiran atau filosofis tertentu yang membentuk atau mempengaruhi studi tentang permasalahan penelitian. Fokus utama dari penelitian kualitatif adalah pada makna yang dikenakan oleh individu atau kelompok pada suatu permasalahan sosial atau manusia, dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang suatu fenomena, bukan sekadar mendeskripsikan atau mengukur.

Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat mengumpulkan data yang kaya dan mendalam, serta menganalisisnya untuk mengembangkan teori atau hipotesis baru. Hasil penelitian kualitatif biasanya disajikan dalam bentuk deskriptif, naratif, atau tema-tema yang muncul dari data, sehingga memberikan pemahaman yang holistik tentang fenomena yang diteliti. Penelitian kualitatif sering digunakan dalam bidang-bidang seperti sosiologi, antropologi, psikologi, dan ilmu-ilmu sosial lainnya, di mana pemahaman mendalam tentang pengalaman manusia menjadi fokus utama.

Pengertian dalam Creswell (2015, h. ix), studi kasus merupakan salah satu jenis pendekatan kualitatif yang menelaah sebuah “kasus” tertentu dalam konteks atau setting kehidupan nyata kontemporer.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan studi kasus sebagai metode yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Studi kasus merupakan salah satu jenis pendekatan penelitian kualitatif yang berfokus pada penyelidikan secara mendalam tentang

suatu kasus atau fenomena kontekstual dalam kehidupan nyata. Melalui pendekatan studi kasus, peneliti dapat mengeksplorasi secara rinci dan mendalam mengenai suatu kasus, baik itu individu, kelompok, organisasi, peristiwa, atau situasi. Keterkaitan pendekatan studi kasus dengan topik penelitian menunjukkan bahwa peneliti ingin memahami secara komprehensif tentang suatu fenomena atau kasus yang berkaitan erat dengan topik yang sedang diteliti. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang kaya dan beragam, serta menganalisisnya secara mendalam untuk memperoleh pemahaman yang holistik tentang konteks dan dinamika yang terkait dengan topik penelitian.

Melalui pendekatan studi kasus, peneliti dapat mengeksplorasi, menggambarkan, dan menganalisis suatu kasus secara rinci, sehingga dapat memberikan wawasan yang berharga dan mendalam terkait dengan topik yang sedang diteliti.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan rancangan studi kasus. Pemilihan metode kualitatif didasarkan pada tujuan penelitian untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan komprehensif mengenai pengalaman peserta dalam komunitas arisan online. Studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk melakukan eksplorasi intensif terhadap fenomena arisan online dalam konteks yang spesifik, yaitu penipuan berbasis arisan online yang sedang marak terjadi.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik studi kasus instrumental tunggal, yang di mana kasus ini merupakan tipe penggalan data yang berfokus pada satu fenomena terkait yang dalam hal ini menggunakan metode berita.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Arisan online menjadi semakin populer di Indonesia karena beberapa alasan. Pertama, ini memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi peserta. Mereka tidak perlu lagi melakukan pertemuan fisik secara teratur, sehingga waktu dan biaya perjalanan dapat dihemat. Kedua, arisan online memungkinkan partisipasi orang-orang dari berbagai daerah, tanpa terbatas oleh batasan geografis. Ini memungkinkan mereka untuk terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat dan tujuan yang sama. Ketiga, platform arisan online menyediakan fitur keamanan dan transparansi, sehingga peserta merasa lebih aman dalam bertransaksi secara online. Kemudian, tawaran yang ditampilkan di awal untuk menarik perhatian para penggiat arisan adalah berupa *get* atau pendapatan yang sudah dipastikan terjadwal sesuai dengan urutan penyumbang dana terbesar. Dan, selain itu, perbandingan pendapatan yang ditawarkan juga

sangat signifikan dibandingkan dengan arisan offline yang biasa dilakukan oleh perkumpulan ibu-ibu sosialita.

“Modus yang digunakan pelaku adalah mengirimkan daftar nama member yang bergabung dalam arisan dengan setoran Rp 8 juta rupiah per orang.

Selama 3 bulan berjalan, sejumlah korban tak ada yang curiga karena berjalan lancar. Namun selanjutnya, pelaku tiba tiba tidak bisa dihubungi.

Dari 9 korban yang mengaku tertipu, total kerugian mencapai Rp 92 juta.” (Kompas.tv, 17 Januari 2024)

Namun pada praktiknya semua hal yang sudah disebutkan di atas terkadang berbanding terbalik, penyelenggara arisan online kadang membuat hal tersebut sebagai ladang penipuan yang menguntungkan untuk dirinya sendiri. Dan tidak sedikit pula korban dari arisan online ini. Para korban ini terjatoh oleh peraturan yang sebenarnya sudah dijelaskan dari awal arisan online ini dibuat, mereka terpesona oleh penghasilan yang akan diperoleh dalam waktu singkat. Sehingga mereka berani untuk mengeluarkan modal yang cukup besar untuk dapat ikut berpartisipasi dalam arisan online tersebut. Berikutnya, setelah beberapa dana berhasil dikumpulkan oleh penyelenggara, sesuai dengan peraturan orang yang pertama mendapatkan pembagian hasil arisan adalah orang yang mengeluarkan modal atau menabung yang paling banyak. Namun, transparansi partisipan yang mengeluarkan akumulasi modal tersebut nyatanya tidak pernah disampaikan kepada partisipan lainnya. Sehingga di sinilah bentuk penipuan berjalan.

Pada awalnya, orang yang mendapatkan hasil arisan merupakan orang yang sama dengan nomor yang berbeda yang seakan-akan ikut berpartisipasi dalam kegiatan arisan online tersebut. Kemudian kejadian itu berulang hingga arisan online ini terkesan amanah atau dapat dipercaya oleh para partisipannya, dan mereka semua tidak curiga dan hanya menunggu gilirannya. Sampai pada akhirnya, muncul giliran pembagian hasil yang seharusnya diberikan kepada partisipan yang sebenarnya, pihak penyelenggara justru malah tidak terdengar kabarnya hingga beberapa hari berlalu dari tenggat pembagian hasil, barulah partisipan yang tertipu menyadari dan melapor kepada pihak yang berwenang.

Semua rangkaian proses di atas merupakan hal yang sudah sangat sering terjadi di lingkup penipuan yang berkedok penanaman modal dengan hasil yang tidak masuk akal. Seharusnya hal tersebut dapat dihindari jika para partisipan memahami bagaimana proses pengembangan uang itu dapat dilakukan, sehingga mereka tidak tergiur pada tawaran uang yang tidak masuk akal. Wawasan yang dimiliki terhadap cara kerja pengembangan uang memang tidak dimiliki oleh semua orang, namun semua orang sebenarnya bisa mengetahui

bahwa hal tersebut bisa menjadi sarang atau ladang penipuan hanya dari membaca atau menganalisis bagaimana proses yang dilakukan penyelenggara.

Namun, jika partisipan yang sudah terlanjur untuk mengikuti arisan online ini menyadari adanya gerak-gerik yang mencurigakan dari penyelenggara dan memutuskan untuk keluar, aturan yang sudah ditetapkan mengharuskan mereka untuk membayar denda yang tidak sedikit dan mencari pengganti dirinya. Hal ini sama saja dengan memosisikan dirinya sebagai penipu yang mengajak orang lain.

Kasus serupa seperti ini tampaknya akan terus berulang sampai semua orang sadar dengan kerangka penipuan yang menguntungkan salah satu pihak atau sampai semua orang yang bisa ditipu telah kehilangan semua modalnya. Kondisi seperti ini sama seperti yang telah disampaikan oleh Baudrillard yaitu kondisi kelesuan. Kelesuan ini berupa kerusakan sepenuhnya yang kemudian mengambil fungsi sosial spesifik. Artinya sebagai pemborosan yang bersifat produktif perspektif terbalik dari definisi ekonomis yang didasarkan atas keperluan penimbunan dan perhitungan atau sebaliknya kelebihan melampaui keperluan, atau pengeluaran melampaui nilai akumulasi dan perampasan. Secara sederhana, kelesuan ini terjadi ketika surplus ekonomi yang seharusnya dialihkan kepada pemenuhan kebutuhan sehari-hari yang berdampak tipis terhadap kondisi ekonomi seseorang, melainkan malah dialihkan untuk kebutuhan yang tidak bersifat utama, melainkan hanya kebutuhan status saja. Maka dari itu, menyebabkan sebuah kondisi yang pada akhirnya mengakibatkan “kelesuan”.

Pada dasarnya, semua ini terjadi karena kondisi yang membuat orang merasa seperti diberikan harapan agar terjadinya perubahan ekonomi yang dimiliki. Ditambahi dengan rasa penasaran yang sebelumnya belum pernah dirasakan oleh partisipan serupa dengan hal-hal yang kini bertebaran dikalangan masyarakat. Kondisi di mana orang membeli sesuatu berdasarkan rasa ingin memenuhi hasrat keingintahuan atau penasaran atas produk tertentu yang pada akhirnya hanya berujung menjadi perasaan sia-sia. Berbeda dengan jaman dahulu yang melihat atau membeli suatu produk karena didasari rasa kebutuhan yang menjadi prioritas.

Budaya konsumerisme merupakan hal yang patut untuk dihentikan, karena sejauh ini tidak ada manfaat yang didapat oleh para pelaku konsumsi berlebih, apalagi alasan konsumsinya adalah karena fomo atau perasaan yang enggan tertinggal oleh arus masyarakat. Biasanya hal ini akan sangat terasa dampaknya pada masyarakat golongan bawah yang ekonominya cenderung stagnan atau malahan kurang untuk setiap harinya. Apabila budaya ini diteruskan, maka golongan bawah yang menerapkan budaya konsumerisme ini akan binasa akibat ulahnya sendiri yang tidak mampu menahan rasa penasaran atas produk yang sedang

diperbincangkan di masyarakat. Sehingga dengan adanya hasrat yang perlu dipenuhi ini, mengakibatkan mereka menghalalkan segala cara untuk memperoleh modal. Cara-cara tersebut bisa menjadi jalan pintas atau jalan buntu bagi orang yang tidak mempelajarinya. Budaya konsumsi ini menuntut orang untuk tetap berada di dalam arus dengan cara apa pun. Salah satunya adalah arisan online yang memberikan jaminan balik modal yang menggiurkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Arisan online memiliki potensi untuk menimbulkan konsumerisme di kalangan pesertanya. Hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pilihan hadiah yang cenderung mewah, penggunaan teknologi dan media sosial yang dapat memperkuat tren konsumsi, serta kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan oleh arisan online. Meskipun demikian, masih ada kelompok arisan online yang tetap mempertahankan nilai-nilai tradisional mereka dan tidak terpengaruh oleh konsumerisme. Dalam mengembangkan arisan online, penting untuk menjaga keseimbangan antara kemudahan bertransaksi dan risiko konsumerisme yang mungkin timbul.

DAFTAR REFERENSI

- Baudrillard, J., Wahyunto, & Ritzer, G. (2018). *Masyarakat konsumsi*. Kreasi Wacana.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset: MEMILIH DI ANTARA LIMA PENDEKATAN* (Edisi 3). Pustaka Pelajar.
- Basyir, M. n., & Jannah, R. (t.t.). *Basyir, M.N. & Jannah, R. Strategi Penguatan Ekonomi Petani oleh Gapoktan di Desa Plosorejo, Kabupaten Blitar*.
- Istriyani, R. (2021). Consuming Leisure Time: How The Tourism Trend Has Changed the Village. *Journal of Contemporary Sociological Issues*, 1(1), 17. <https://doi.org/10.19184/csi.v1i1.19803>
- Purnamsari, I., & Arifiyanti, J. (2020). Arisan Thalia: Gaya Hidup Para Sosialita Jember (Thalia Social Gathering: The Lifestyle of Jember Sociality). *Jurnal ENTITAS SOSIOLOGI*, 9(1), 35. <https://doi.org/10.19184/jes.v9i1.20788>
- Milena, S. (2024, Januari 17). *Selebgram di Lombok Pelaku Penipuan Berkedok Arisan Online, Kerugian Capai Rp 92 Juta*. <https://www.kompas.tv/video/477731/selebgram-di-lombok-pelaku-penipuan-berkedok-arisan-online-kerugian-capai-rp-92-juta>