



Budaya Konsumtif Mahasiswa dalam Mengikuti Tren: Analisis Perspektif Karl Max

Retno pangesti^{1*}, Syarlla Zenia Aliah², Nazela³, Vieronica Varbi Sununiant⁴,
Istiqomah⁵, Deni Aries Kurniawan⁶

¹⁻⁶Sosiologi, Universitas Sriwijaya, Indonesia

*Penulis Korespondensi: retnopangesti089@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the consumptive culture of students in following trends using Karl Marx's social class theory perspective. The phenomenon of consumptive behavior among students is no longer based on rational needs but is influenced by social, economic, and digital technological developments. This research uses a qualitative approach with a library research method by collecting and analyzing various relevant literature sources. The findings indicate that students' consumptive behavior is part of modern capitalism mechanisms that shape consumption patterns through class relations, digital media, and social identity construction. From Marx's perspective, consumption functions as a tool for reproducing the capitalist system that maintains social inequality, while Herbert Marcuse's perspective reinforces that modern consumption is driven by "false needs" constructed through media and industry. In addition, factors such as family socioeconomic status, social environment, digital media, and the need for social recognition also strengthen students' consumptive behavior. Therefore, student consumptive culture can be understood as a multidimensional phenomenon resulting from the interaction between economic, social, and ideological structures in modern society.*

Keywords : *Capitalism; Consumptive Culture; Karl Marx; Students; Trends.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis budaya konsumtif mahasiswa dalam mengikuti tren dengan menggunakan perspektif teori kelas sosial Karl Marx. Fenomena konsumtif di kalangan mahasiswa saat ini tidak lagi didasarkan pada kebutuhan rasional, melainkan dipengaruhi oleh faktor sosial, ekonomi, dan perkembangan teknologi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kajian pustaka (*library research*), melalui pengumpulan dan analisis berbagai sumber literatur yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa merupakan bagian dari mekanisme kapitalisme modern yang membentuk pola konsumsi melalui relasi kelas, media digital, serta konstruksi identitas sosial. Dalam perspektif Marx, konsumsi berperan sebagai alat reproduksi sistem kapitalisme yang mempertahankan ketimpangan sosial, sementara pemikiran Herbert Marcuse memperkuat bahwa konsumsi modern didorong oleh "kebutuhan palsu" yang dikonstruksi melalui media dan industri. Selain itu, faktor seperti status sosial ekonomi keluarga, lingkungan sosial, media digital, serta kebutuhan akan pengakuan sosial turut memperkuat perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan demikian, budaya konsumtif mahasiswa dapat dipahami sebagai fenomena multidimensional yang merupakan hasil interaksi antara struktur ekonomi, sosial, dan ideologi dalam masyarakat modern.

Kata Kunci: Budaya Konsumtif; Kapitalisme; Karl Marx; Mahasiswa; Tren.

1. LATAR BELAKANG

Budaya konsumtif di kalangan mahasiswa dalam mengikuti tren saat ini berkembang sangat cepat seiring dengan kemajuan teknologi digital dan media sosial. Mahasiswa tidak hanya mengonsumsi barang berdasarkan kebutuhan, tetapi juga berdasarkan simbol status dan pengakuan sosial. Fenomena ini terlihat dari meningkatnya pembelian produk *fashion*, *gadget*, hingga gaya hidup yang sedang viral. Arus informasi yang begitu cepat membuat tren mudah berubah dan menciptakan tekanan sosial bagi mahasiswa untuk selalu mengikuti perkembangan. Kondisi ini kemudian membentuk pola konsumsi yang cenderung berlebihan dan tidak lagi sepenuhnya rasional. Dalam konteks ini, budaya konsumtif menjadi bagian dari kehidupan sosial mahasiswa yang tidak dapat dipisahkan dari struktur ekonomi modern. Oleh

karena itu, diperlukan analisis teoritis yang mampu menjelaskan fenomena tersebut secara lebih mendalam (Putri ayu et al.,2024: Inggit Widyanika et al., 2025).

Dalam perspektif Karl Marx, masyarakat selalu dibentuk oleh relasi kelas sosial yang didasarkan pada kepemilikan alat produksi. Marx menegaskan bahwa terdapat perbedaan mendasar antara kelas pemilik modal (*borjuis*) dan kelas pekerja (*proletar*) yang menciptakan ketimpangan sosial. Ketimpangan ini tidak hanya terjadi dalam ranah produksi, tetapi juga merambah pada pola konsumsi masyarakat. Mahasiswa sebagai bagian dari masyarakat modern sering kali terjebak dalam sistem kapitalisme yang mendorong konsumsi sebagai bentuk identitas. Kelas sosial dalam pandangan Marx juga memengaruhi cara individu mengakses dan mengonsumsi barang-barang tertentu. Dalam sistem kapitalisme, konsumsi tidak lagi netral tetapi menjadi alat reproduksi kekuasaan ekonomi. Oleh sebab itu, teori kelas sosial Marx relevan untuk menganalisis budaya konsumtif mahasiswa (Hendriwani, 2020).

Konsumerisme modern tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan ekonomi, tetapi juga mencakup aspek simbolik dan psikologis individu. Bakti et al., (2022) menjelaskan bahwa etika romantis dalam masyarakat konsumsi mendorong individu untuk mengekspresikan diri melalui aktivitas konsumsi. Konsumsi kemudian menjadi sarana pencarian identitas diri yang unik, kreatif, dan berbeda dari orang lain. Hal ini membuat individu terdorong untuk terus membeli produk baru demi memenuhi ekspektasi sosial. Dalam konteks mahasiswa, pola ini terlihat dari kecenderungan mengikuti tren demi mendapatkan pengakuan sosial di lingkungan pergaulan. Konsumsi tidak lagi sekadar memenuhi kebutuhan, tetapi menjadi bagian dari gaya hidup yang dikonstruksi secara sosial. Dengan demikian, konsumsi memiliki dimensi ideologis yang kuat dalam masyarakat modern.

Fenomena konsumtif juga dapat dilihat melalui praktik *thrifting* yang berkembang di kalangan masyarakat kelas atas maupun mahasiswa (Saniyatun et al.,2026). Amelia et al., (2024) menjelaskan bahwa *thrifting* tidak lagi dipandang sebagai aktivitas ekonomi kelas bawah, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup eksklusif. Dalam praktiknya, *thrifting* digunakan sebagai simbol identitas sosial dan representasi kelas tertentu. Mahasiswa yang mengikuti tren *thrifting* sering kali tidak hanya mencari barang murah, tetapi juga nilai estetika dan status sosial. Komunitas tertentu bahkan berperan dalam membentuk tren konsumsi baru di kalangan anak muda. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi sangat dipengaruhi oleh konstruksi sosial dan budaya. Dengan demikian, *thrifting* menjadi bukti bahwa konsumsi memiliki makna simbolik yang kompleks.

Selain itu, perkembangan masyarakat industri modern juga memperkuat budaya konsumtif melalui kontrol sosial yang tidak disadari. Sumarni & Seran, (2024) menjelaskan

bahwa masyarakat modern cenderung mengalami kondisi “*one-dimensional man*” yang membuat individu sulit berpikir kritis terhadap sistem yang ada. Teknologi dan industri menciptakan pola konsumsi yang teradministrasi dan terkontrol secara sistematis. Akibatnya, individu kehilangan kemampuan untuk melihat alternatif di luar sistem konsumsi yang dominan. Dalam konteks mahasiswa, hal ini terlihat dari ketergantungan pada tren digital yang terus berubah. Konsumsi menjadi bagian dari rutinitas yang dianggap wajar dan normal. Kondisi ini memperkuat dominasi kapitalisme dalam kehidupan sosial sehari-hari.

Meskipun sudah banyak penelitian mengenai konsumsi dan gaya hidup, kajian yang secara khusus menghubungkan budaya konsumtif mahasiswa dengan teori kelas sosial Karl Marx masih terbatas. Sebagian besar penelitian lebih fokus pada aspek gaya hidup, simbolik konsumsi, atau fenomena tren tanpa analisis struktur kelas secara mendalam. Selain itu, konteks mahasiswa sebagai kelompok sosial yang berada pada fase transisi juga belum banyak dikaji dalam perspektif Marxis. Padahal, mahasiswa merupakan kelompok yang sangat rentan terhadap pengaruh budaya konsumtif modern. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya kajian yang lebih kritis dan teoritis. Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting untuk mengisi kekosongan tersebut. Analisis berbasis Marx diharapkan mampu memberikan perspektif baru dalam memahami fenomena konsumsi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis budaya konsumtif mahasiswa dalam mengikuti tren melalui perspektif teori kelas sosial Karl Marx. Fokus utama penelitian ini adalah melihat bagaimana struktur sosial dan ekonomi memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengidentifikasi peran kapitalisme dalam membentuk pola konsumsi modern. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat terlihat hubungan antara kelas sosial dan praktik konsumsi dalam kehidupan mahasiswa. Penelitian ini juga berupaya menjelaskan bagaimana ideologi konsumsi bekerja dalam kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih kritis terhadap fenomena konsumtif. Dengan demikian, penelitian ini memiliki relevansi baik secara teoritis maupun praktis.

Kontribusi dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian sosiologi dan filsafat sosial, khususnya dalam perspektif Marxian. Secara teoritis, penelitian ini memberikan pemahaman tentang bagaimana kelas sosial memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi refleksi bagi mahasiswa agar lebih kritis terhadap budaya konsumtif yang berkembang. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi studi-studi lanjutan mengenai konsumsi dan gaya hidup. Dengan memahami struktur sosial di balik konsumsi, diharapkan masyarakat dapat lebih sadar terhadap dampak

kapitalisme. Penelitian ini juga menegaskan pentingnya analisis kritis dalam melihat fenomena sosial modern. Oleh karena itu, kajian ini memiliki kontribusi penting dalam pengembangan ilmu sosial kontemporer.

2. KAJIAN TEORITIS

Budaya konsumtif merupakan pola perilaku individu dalam mengonsumsi barang dan jasa yang tidak lagi didasarkan pada kebutuhan rasional, melainkan pada keinginan, tren, dan dorongan untuk memperoleh kepuasan serta pengakuan sosial. Dalam kehidupan mahasiswa, budaya konsumtif terlihat dari kecenderungan mengikuti tren seperti fashion, gadget, dan gaya hidup yang sedang populer di media sosial. Namun, perilaku konsumtif ini tidak hanya terbentuk dari pilihan individu semata, melainkan berkembang melalui proses sosial dalam lingkungan pergaulan serta pengaruh sistem ekonomi yang lebih luas. Artinya, pola konsumsi mahasiswa dipengaruhi oleh interaksi sosial, nilai budaya, serta struktur kapitalisme yang membentuk cara pandang terhadap kebutuhan dan keinginan (Ushuluddin et al., 2020).

Dalam perspektif sosial, kelompok teman sebaya memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa. Individu cenderung menyesuaikan gaya hidup dan pola konsumsinya agar sesuai dengan norma kelompok sehingga dapat diterima dan diakui dalam lingkungan sosialnya. Proses ini menunjukkan bahwa konsumsi tidak lagi bersifat individual, tetapi menjadi bagian dari proses sosial yang dipengaruhi oleh tekanan kelompok dan kebutuhan akan identitas sosial. Penelitian menunjukkan bahwa lingkungan sosial, termasuk teman sebaya, memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa karena adanya dorongan untuk mengikuti tren dan mempertahankan eksistensi dalam pergaulan Saputro & Safanah (2024) Selain interaksi sosial, perkembangan teknologi digital dan media sosial juga memperkuat budaya konsumtif di kalangan mahasiswa.

Media sosial menampilkan berbagai tren, gaya hidup, serta simbol-simbol status yang kemudian menjadi acuan dalam kehidupan sehari-hari. Paparan tersebut mendorong mahasiswa untuk terus mengikuti perkembangan tren agar tidak tertinggal dan tetap relevan secara sosial. Dalam perspektif kapitalisme modern, kondisi ini menunjukkan bahwa konsumsi telah dikonstruksi secara sistematis melalui media, iklan, dan teknologi digital yang membentuk preferensi individu. Dengan demikian, perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan ekonomi, tetapi juga oleh konstruksi sosial dan ideologi kapitalisme yang terus berkembang (Adeliana et al., 2025; Naila Faiza, Mirna, 2025).

Dalam kerangka teori Karl Marx, fenomena ini dapat dipahami sebagai bagian dari mekanisme kapitalisme yang menjadikan konsumsi sebagai alat reproduksi sistem ekonomi.

Mahasiswa sebagai bagian dari masyarakat modern secara tidak langsung terlibat dalam sistem tersebut melalui aktivitas konsumsi yang terus meningkat. Sementara itu, pemikiran Herbert Marcuse memperkuat bahwa konsumsi modern didorong oleh “kebutuhan palsu” yang dibentuk oleh industri dan media, sehingga individu kehilangan kemampuan untuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Oleh karena itu, budaya konsumtif mahasiswa dalam mengikuti tren merupakan hasil dari interaksi antara struktur ekonomi, lingkungan sosial, dan perkembangan teknologi yang membentuk pola konsumsi dalam kehidupan modern (Sumarni & Seran, 2024; Zamil et al., 2023).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode kajian pustaka (*library research*). Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena budaya konsumtif mahasiswa secara mendalam melalui analisis terhadap berbagai sumber literatur yang relevan. Metode kajian pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data dari jurnal ilmiah, buku, dan artikel akademik yang berkaitan dengan budaya konsumtif, mahasiswa, serta teori kelas sosial Karl Marx. Penelusuran data dilakukan melalui platform akademik seperti Google Scholar dan jurnal nasional terakreditasi dengan mempertimbangkan relevansi dan kebaruan sumber (Sugiyono, 2013).

Istilah penelusuran yang digunakan dalam penelitian ini meliputi budaya konsumtif, mahasiswa, kapitalisme, dan teori Karl Marx. Sumber yang dipilih adalah literatur yang memiliki keterkaitan langsung dengan topik penelitian serta memiliki dasar ilmiah yang jelas, sedangkan sumber yang tidak relevan atau tidak berbasis akademik dieliminasi dalam proses seleksi. Hal ini bertujuan agar data yang digunakan memiliki validitas dan kredibilitas yang tinggi dalam mendukung analisis penelitian.

Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara sistematis. Reduksi data dilakukan dengan memilah informasi penting yang sesuai dengan fokus penelitian, kemudian data disajikan dalam bentuk uraian naratif yang terstruktur. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan secara verifikatif untuk memastikan kesesuaian antara data dan hasil analisis. Teknik analisis ini mengacu pada model analisis data kualitatif yang dikemukakan oleh (Miles et al., 2014.) Dengan demikian, metode penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan kajian yang sistematis, mendalam, dan sesuai dengan kerangka teoritis yang digunakan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Data Hasil Klasifikasi.

No	Judul	Penulis/Tahun	Metode	Temuan Utama	Hasil
1	Teori kelas sosial Karl Marx	Hendriwani (2020)	Studi literatur	Konsumsi dipengaruhi struktur kelas	Konsumsi sebagai alat kapitalisme
2	Struktur masyarakat Marx	Kambali (2020)	Kajian teori	Struktur ekonomi membentuk perilaku	Konsumsi bagian ideologi
3	Makna kerja Marx	Raharusun (2021)	Kajian filosofis	Alienasi dalam sistem kapitalisme	Individu kehilangan makna kerja
4	Sumber kekuasaan dalam negara	Raya et al. (2024)	Analisis teori	Konflik kelas dalam masyarakat	Ketimpangan sosial terus terjadi
5	Konsumerisme dan identitas	Bakti et al. (2022)	Kajian teoritis	Konsumsi sebagai ekspresi diri	Dorongan mengikuti tren
6	Thrifting sebagai gaya hidup	Amelia et al. (2024)	Kualitatif	Konsumsi simbol status	Makna konsumsi kompleks
7	Budaya konsumtif digital	Faiza et al. (2025)	Kajian pustaka	Media digital membentuk konsumsi	Konsumsi dipengaruhi algoritma
8	Kapitalisme modern	Kusdiana et al. (2025)	Analisis teoritis	Kapitalisme berkembang global	Konsumsi meningkat
9	<i>One Dimensional Man</i>	Sumarni & Seran (2024)	Kajian teori	Individu dikontrol sistem	Konsumsi tidak kritis
10	Konsumerisme mahasiswa	Zamil et al. (2023)	Kualitatif	Kebutuhan palsu	Konsumsi karena tren
11	Gaya hidup konsumtif	Nisak & Tutik (2022)	Studi kasus	Fashion memengaruhi konsumsi	Gaya hidup konsumtif
12	Lingkungan sosial	Subagio (2019)	Kuantitatif	Lingkungan memengaruhi perilaku	Konsumsi meningkat
13	Status ekonomi keluarga	Saputro & Safanah (2024)	Kuantitatif	Ekonomi memengaruhi konsumsi	Mahasiswa lebih konsumtif
14	Metode penelitian	Sugiyono (2013)	Buku metode	Teknik pengumpulan data	Mendukung analisis penelitian
15	Analisis data kualitatif	Miles et al. (2014)	Buku metode	Reduksi dan penyajian data	Memperkuat hasil penelitian
16	Kapitalisme dan konsumsi modern	(Sintesis seluruh jurnal)	Integratif	Konsumsi multidimensional	Dipengaruhi sosial, ekonomi, dan media

Berbagai studi menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak dapat dipahami semata-mata sebagai pilihan individu, melainkan sebagai fenomena sosial yang terbentuk dari interaksi antara struktur ekonomi, lingkungan sosial, serta perkembangan budaya digital (Bakti et al., 2022; Ushuluddin et al., 2020). Dalam konteks ini, konsumsi tidak lagi hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun identitas diri dan memperoleh pengakuan sosial dalam lingkungan pergaulan mahasiswa.

Penguatan perilaku konsumtif tersebut tidak terlepas dari peran kapitalisme modern yang terus memproduksi kebutuhan baru melalui media dan industri. Dalam sistem ini, mahasiswa didorong untuk mengonsumsi bukan karena kebutuhan rasional, tetapi karena adanya konstruksi sosial mengenai gaya hidup ideal yang berkembang di masyarakat. Sejalan dengan itu, Bakti et al., (2022) menjelaskan bahwa konsumsi modern berkaitan erat dengan ekspresi diri, di mana individu berusaha menampilkan citra tertentu melalui barang yang dikonsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi telah bergeser menjadi bagian dari gaya hidup dan simbol status sosial.

Perkembangan media digital juga memperkuat kecenderungan tersebut. Paparan terhadap iklan, tren viral, serta algoritma media sosial secara tidak langsung membentuk preferensi konsumsi mahasiswa. Naila Faiza, Mirna (2025) menegaskan bahwa konsumsi di era digital tidak lagi bersifat bebas, melainkan telah dikonstruksi oleh sistem kapitalisme melalui teknologi. Dalam kondisi ini, mahasiswa cenderung mengikuti tren yang sedang berkembang agar tetap relevan dalam lingkungan sosialnya.

Selain itu, praktik konsumsi seperti *thrifting* menunjukkan bahwa konsumsi tidak hanya berkaitan dengan nilai guna, tetapi juga memiliki makna simbolik. Azzahra et al., (2025) menjelaskan bahwa *thrifting* telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup yang mencerminkan identitas sosial tertentu. Mahasiswa yang mengikuti tren ini tidak hanya mencari barang dengan harga terjangkau, tetapi juga nilai estetika dan pengakuan sosial dari lingkungan sekitarnya.

Sejalan dengan itu, kondisi sosial ekonomi keluarga juga turut memengaruhi tingkat konsumsi mahasiswa. Saputro & Safanah (2024) menunjukkan bahwa mahasiswa dengan latar belakang ekonomi yang lebih tinggi cenderung memiliki tingkat konsumsi yang lebih besar. Namun demikian, kemampuan ekonomi bukan satu-satunya faktor penentu, karena pengaruh gaya hidup dan lingkungan sosial tetap memiliki peran yang kuat dalam membentuk perilaku konsumtif.

Dalam perspektif Herbert Marcuse, kondisi ini dapat dipahami sebagai bentuk “kebutuhan palsu” yang diciptakan oleh sistem kapitalisme modern. Individu terdorong untuk

mengonsumsi karena keinginan yang dikonstruksi oleh media dan industri, bukan karena kebutuhan yang sebenarnya (Zamil et al., 2023). Akibatnya, mahasiswa sering kali kehilangan daya kritis dalam menentukan apa yang benar-benar mereka butuhkan.

Jika dilihat dari perspektif Karl Marx, perilaku konsumtif mahasiswa merupakan bagian dari mekanisme kapitalisme yang lebih luas. Konsumsi berperan sebagai alat untuk mempertahankan sistem ekonomi melalui reproduksi pola konsumsi yang terus berulang (Hendriwani, 2020). Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga bagian dari sistem yang menopang keberlangsungan kapitalisme.

Apabila kondisi ini berlangsung secara terus-menerus, maka akan terbentuk pola konsumsi yang dianggap wajar dalam kehidupan sosial mahasiswa. Konsumsi berlebihan tidak lagi dipandang sebagai masalah, melainkan sebagai bagian dari gaya hidup yang normal. Hal ini menunjukkan bahwa budaya konsumtif berkembang melalui proses sosial yang kompleks, melibatkan interaksi antara faktor ekonomi, sosial, dan budaya.

Meskipun fenomena konsumtif dapat ditemukan pada berbagai kelompok usia, mahasiswa memiliki karakteristik yang khas karena berada pada fase pencarian identitas diri. Pada tahap ini, kebutuhan akan pengakuan sosial cenderung lebih dominan sehingga mendorong mahasiswa untuk mengikuti tren yang berkembang di lingkungannya. Dengan demikian, budaya konsumtif mahasiswa tidak hanya mencerminkan pilihan individu, tetapi juga merupakan hasil dari interaksi sosial dan struktur kapitalisme modern yang membentuk pola pikir dan gaya hidup mereka.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil kajian pustaka menunjukkan bahwa perilaku hedonis merupakan fenomena sosial yang terbentuk melalui dinamika interaksi dalam lingkungan pertemanan, baik pada remaja maupun orang dewasa. Kecenderungan ini tidak hanya dipengaruhi oleh keputusan individu, tetapi juga oleh tekanan sosial, norma kelompok, serta kebutuhan akan penerimaan dan pengakuan dalam lingkungan pergaulan. Teman sebaya memiliki peran penting dalam membentuk dan memperkuat perilaku tersebut melalui proses penyesuaian diri terhadap standar yang dianggap wajar dalam kelompok.

Meskipun terdapat perbedaan latar belakang motivasi antara remaja dan orang dewasa, keduanya sama-sama berada dalam pengaruh lingkungan sosial yang kuat. Oleh karena itu, hedonisme perlu dipahami sebagai fenomena sosial yang berkembang dalam konteks interaksi dan relasi antarmanusia. Dengan demikian, diperlukan peran aktif dari keluarga, lembaga pendidikan, dan masyarakat dalam memberikan pendampingan serta penanaman nilai yang

seimbang agar individu mampu menyikapi pengaruh pergaulan secara lebih bijak dan tidak mudah terjebak dalam pola hidup hedonis.

DAFTAR REFERENSI

- Adeliana, N., Putri, D., Nugraha, S. C., Aziz, R., & Pasundan, U. (2025). *Ekonomi dan keadilan sosial: Telaah pemikiran Karl Marx dalam konteks kapitalisme modern*, 1–16. <https://doi.org/10.11111/nusantara.xxxxxxx>
- Amelia, K. T., Tazid, A., Nafisah, K., & Nisa, F. (2024). Praktik thrifting pada kalangan masyarakat kelas atas konsumen Jombang Thrift Style, 8(2).
- Azzahra, M. E., Hasanah, H. Y., Amelia, D., Melati, R., & Salwi, A. D. (2025). Pengaruh media sosial terhadap komunikasi antarbudaya remaja: Studi kasus di TikTok, 2(2), 1–9.
- Bakti, I. S., Husen, M., & Ketaren, A. (2022). Konsumerisme, etika romantis, dan kultus diri: Telaah ringkas pemikiran Colin Campbell. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSAI)*, 3(3), 168–185. <https://doi.org/10.22373/jsai.v3i3.1870>
- Charla, U., & Isyanawulan, G. (2024). Pengaruh intensitas penggunaan fitur TikTok Shop terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z. *Jurnal Empirika*, 8(1). <https://doi.org/10.47753/je.v8i1.133>
- Christabella, M., & Sari, W. P. (2022). Pengaruh EPIC model terhadap pembentukan perilaku konsumtif generasi Z (Studi iklan racun Shopee pada aplikasi TikTok). *Prologia*, 6(2). <https://doi.org/10.24912/pr.v6i2.15455>
- Hendriwani, S. (2020). Teori kelas sosial dan Marxisme Karl Marx. *Paradigma: Jurnal Kalam dan Filsafat*, 2(1), 13–28.
- Inggit Widyanika, Kurniawan, T. H., Firdaus, W. R., & Habsy, B. A. (2025). Model bimbingan dan konseling multibudaya. *Studi Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 193–204. <https://doi.org/10.62383/studi.v2i2.343>
- Iza Saniyatun, Said, S., & Idris, I. (2026). Pengaruh literasi keuangan, penggunaan digital payment, gaya hidup, dan uang saku terhadap perilaku konsumtif generasi Z. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(1), 167–183. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v4i1.2519>
- Komarudin, M. N., Wiharno, H., Nugraha, M., Masruroh, R., & Amanah, A. D. (2024). Analisis perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Kuningan. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 7(2). <https://doi.org/10.25134/ijsm.v7i2.10452>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (n.d.). *Qualitative data analysis*.
- Naila Faiza, Mirna, & Muhammad Retsa. (2025). Budaya konsumtif di era digital: Strategi kapitalisme dalam *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 9(1).
- Putri Ayu, D. R., & Wijayanti, A. A. (2024). Peran komunikasi antarbudaya dalam mengatasi hambatan sosialisasi program pemerintah di wilayah multikultural. *Dialogika: Jurnal Penelitian Komunikasi dan Sosialisasi*, 1(1), 21–26. <https://doi.org/10.62383/dialogika.v1i1.49>

- Saputro, C. B., & Safanah, F. K. (2024). Implikasi status sosial ekonomi keluarga dan pengelolaan keuangan terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa rantau Surabaya, 2(2), 1–10.
- Sumarni, L., & Seran, A. (2024). Dialektika progresif; “One dimensional man”, desublimasi represif: Kritik Herbert Marcuse atas masyarakat industri modern. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(2), 165–186. <https://doi.org/10.62180/e64yn883>
- Taqwa, Y. S. S., & Mukhlis, I. (2022). Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi Z. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(7), 831–840. <https://doi.org/10.24843/EEB.2022.v11.i07.p08>
- Ushuluddin, F., Hendriwani, S., Ushuluddin, F., & Sosal, K. (2020). Teori kelas sosial dan Marxisme Karl Marx, 2(1), 13–28.
- Widiastuti, C. T., Universari, N., & Setiawan, I. N. (2023). Determinan perilaku konsumtif belanja online generasi Z di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Terapan*, 1(2), 121–133. <https://doi.org/10.20961/meister.v1i2.748>
- Yuniasanti, R., & Nurwahyuni, W. A. (2022). Konsep diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk e-commerce pada generasi Z. *Psychopolytan: Jurnal Psikologi*, 6(2). <https://doi.org/10.36341/psi.v6i2.3018>
- Zamil, M., Syadzali, A., & Hakim, A. (2023). Konsumerisme fashion mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin perspektif Herbert Marcuse masyarakat tidak dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. 21(2), 71–72. <https://doi.org/10.18592/jiu.v22i2.10888>