

Budaya Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi di Universitas Negeri Padang: Perspektif Sosiologi Budaya

Leona Saskia¹, Hanafi Saputra^{2*}, Fauzanah Fauzan El Muhammady³, Larasta Agustina⁴, Roni Ramadhani⁵, Mitzy MS⁶, Nezza EP⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Universitas Negeri Padang

*Corresponding author, e-mail: hanafisaputra25@fis.unp.ac.id

Abstrak

Budaya konsumsi mahasiswa merupakan fenomena sosial yang semakin berkembang seiring dengan kemajuan teknologi, media sosial, dan perubahan gaya hidup di era digital. Konsumsi tidak lagi hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjadi bagian dari pembentukan identitas diri, gaya hidup, dan simbol status sosial. Kondisi ini terlihat pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang yang tidak terlepas dari pengaruh lingkungan sosial dan media digital dalam membentuk pola konsumsi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pola konsumsi mahasiswa, memahami perbedaan kebutuhan dan keinginan, mengkaji makna konsumsi, serta menganalisis peran lingkungan pergaulan dalam membentuk budaya konsumsi mahasiswa. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan perspektif sosiologi budaya untuk memahami konsumsi sebagai bagian dari pembentukan identitas diri, gaya hidup, dan realitas sosial mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Penelitian dilaksanakan di Selasar Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang pada tanggal 4–10 Mei 2026. Informan penelitian adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan studi dokumen. Analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya konsumsi mahasiswa dipengaruhi oleh lingkungan sosial, media digital, dan gaya hidup. Konsumsi dimaknai tidak hanya sebagai pemenuhan kebutuhan, tetapi juga sebagai sarana membangun identitas diri, mengikuti tren, dan memperoleh pengakuan sosial. Implikasi penelitian ini menunjukkan pentingnya meningkatkan kesadaran mahasiswa dalam membedakan kebutuhan dan keinginan agar lebih bijak dalam berperilaku konsumsi di tengah perkembangan budaya konsumsi modern.

Kata Kunci: Budaya konsumsi; Gaya hidup; Identitas diri; Media sosial; Tindakan sosial.

Abstract

Student consumption culture has become an increasingly prominent social phenomenon alongside technological advancement, the widespread use of social media, and lifestyle changes in the digital era. Consumption is no longer limited to fulfilling basic needs but has evolved into a means of expressing lifestyle, constructing self-identity, and gaining social recognition. This phenomenon can be observed among students of the Sociology Education Study Program at Universitas Negeri Padang, whose consumption practices are influenced by social interactions and digital media exposure. This study aims to analyze the factors influencing students' consumption patterns, examine how students distinguish between needs and wants, explore the meaning of consumption, and understand the role of peer groups in shaping student consumption culture. The novelty of this research lies in its use of a cultural sociology perspective to examine consumption as a social and cultural practice. This study employed a qualitative approach with a descriptive research design. Data were collected through observation, semi-structured interviews, and document studies involving students of the Sociology Education Study Program at Universitas Negeri Padang. The data were analyzed using the interactive model of Miles, Huberman, and Saldana, consisting of data collection, data condensation, data display, and conclusion drawing, while data validity was ensured through source triangulation. The findings indicate that student consumption culture is shaped by social environments, digital media, and lifestyle factors. Consumption is interpreted not only as a means of satisfying needs but also as a way to build identity, follow trends, and obtain social

acceptance. These findings highlight the importance of strengthening students' awareness in distinguishing needs from wants to encourage more responsible consumption behavior.

Keywords: Consumption culture; Lifestyle; Social media; Social action; Self-identity.

How to Cite: Saskia, L. et al. (2026). Budaya Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi di Universitas Negeri Padang: Perspektif Sosiologi Budaya. *Social Empirical: Prosiding Berkala Ilmu Sosial*, Vol. 3 No. 1 Tahun 2026. (pp. 247-256). Padang: Universitas Negeri Padang.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2026 by author.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan yang signifikan terhadap pola konsumsi masyarakat modern. Konsumsi tidak lagi dipahami hanya sebagai upaya memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup, simbol status sosial, dan sarana membangun identitas diri. Masyarakat modern semakin mudah mengakses berbagai informasi mengenai produk, tren, dan gaya hidup melalui media sosial sehingga aktivitas konsumsi sering kali dipengaruhi oleh faktor di luar kebutuhan pokok (Akbari 2025). Dalam perspektif sosiologi budaya, konsumsi dipandang sebagai praktik sosial yang mengandung makna simbolik dan berkaitan dengan posisi individu dalam kehidupan sosial.

Perubahan pola konsumsi tersebut terlihat jelas pada kelompok usia muda, khususnya mahasiswa. Sebagai generasi yang tumbuh di era digital, mahasiswa memiliki akses yang luas terhadap informasi, tren, dan berbagai bentuk promosi yang tersebar melalui media sosial. Mahasiswa juga dianggap menjadi target yang potensial terhadap perilaku konsumtif, hal ini dikarenakan gaya hidup konsumtif mudah terbentuk pada usia remaja yang masih labil dan mudah terpengaruh serta terbuju akan godaan yang bersifat material (Atika, 2023). Berbagai konten mengenai fashion, kuliner, hiburan, hingga gaya hidup yang ditampilkan oleh influencer maupun figur publik sering kali menjadi referensi dalam menentukan pilihan konsumsi. Kondisi ini menyebabkan aktivitas konsumsi mahasiswa tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga pada keinginan untuk mengikuti tren yang berkembang di lingkungan sosialnya (Atika 2023). Kondisi ini juga terlihat pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi di Universitas Negeri Padang yang tidak terlepas dari pengaruh budaya konsumsi modern. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi pola konsumsi mahasiswa, cara mahasiswa membedakan kebutuhan dan keinginan, makna konsumsi bagi mahasiswa, serta peran lingkungan pergaulan dalam membentuk budaya konsumsi mahasiswa.

Selain media sosial, lingkungan pergaulan juga berperan penting dalam membentuk budaya konsumsi mahasiswa. Interaksi yang terjadi di dalam kelompok teman sebaya dapat menciptakan standar tertentu mengenai gaya hidup yang dianggap ideal. Mahasiswa cenderung menyesuaikan pola konsumsi mereka agar dapat diterima dalam kelompok sosialnya. Astiti (2026). Mahasiswa cenderung mengikuti tren yang sedang populer, seperti fashion, makanan, hingga penggunaan barang bermerek untuk menunjang penampilan dan interaksi sosial. Selain itu, lingkungan pergaulan turut berperan dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa karena adanya dorongan untuk menyesuaikan diri dengan kelompok sosialnya. Kondisi tersebut dapat memengaruhi cara mahasiswa menentukan prioritas antara kebutuhan dan keinginan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, budaya konsumsi mahasiswa menjadi fenomena sosial yang menarik dikaji dalam perspektif sosiologi budaya karena berkaitan dengan gaya hidup, simbol sosial, dan pembentukan identitas diri mahasiswa.

Fenomena budaya konsumsi tersebut juga ditemukan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang. Dalam kehidupan sehari-hari, mahasiswa tidak terlepas dari penggunaan media sosial, aktivitas konsumsi produk yang sedang tren, serta interaksi sosial yang memengaruhi pilihan konsumsi mereka. Sebagai mahasiswa yang mempelajari fenomena sosial dan budaya, mereka memiliki pengetahuan mengenai berbagai dinamika masyarakat modern. Namun, dalam praktiknya mereka tetap berada dalam lingkungan sosial yang turut membentuk pola konsumsi tertentu. Kondisi ini menarik untuk dikaji karena memperlihatkan hubungan antara pengetahuan akademik yang dimiliki mahasiswa dengan praktik konsumsi yang mereka lakukan dalam kehidupan sehari-hari.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas budaya konsumsi dan perilaku konsumtif mahasiswa dari berbagai sudut pandang. Penelitian oleh Atika, (2023) membahas pola konsumsi dan gaya hidup mahasiswa perkotaan pada masa pandemi Covid-19. Penelitian Mustomi et al. (2020) meneliti pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selanjutnya, penelitian oleh Hartono et al (2024)

mengkaji perkembangan teknologi modern sebagai pemicu budaya konsumtif mahasiswa sosiologi. Selain itu, penelitian [Fakhira & Rialdy \(2025\)](#) membahas pengaruh uang saku terhadap gaya hidup mahasiswa. Berdasarkan penelitian tersebut, penelitian ini memiliki perbedaan karena lebih memfokuskan pada budaya konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang dari perspektif sosiologi budaya, khususnya terkait makna konsumsi, kebutuhan dan keinginan, serta peran lingkungan pergaulan dalam membentuk budaya konsumsi mahasiswa.

Berdasarkan pemetaan penelitian terdahulu, sebagian besar kajian masih berfokus pada perilaku konsumtif mahasiswa serta faktor-faktor yang memengaruhinya, seperti media sosial, teknologi, gaya hidup, dan kondisi ekonomi. Penelitian terdahulu belum banyak mengkaji konsumsi sebagai fenomena budaya yang dimaknai oleh mahasiswa dalam kehidupan sosialnya. Selain itu, penelitian yang secara khusus membahas budaya konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang masih sangat terbatas. Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) terkait pemaknaan konsumsi sebagai bagian dari identitas diri, simbol sosial, dan hasil interaksi sosial mahasiswa.

Penelitian ini memiliki urgensi karena budaya konsumsi yang berkembang di kalangan mahasiswa dapat memengaruhi cara berpikir, perilaku sosial, serta kemampuan mahasiswa dalam membedakan kebutuhan dan keinginan. Konsumsi saat ini tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga berhubungan dengan pembentukan identitas, gaya hidup, dan posisi sosial individu di lingkungan masyarakat. Oleh karena itu, pemahaman mengenai budaya konsumsi mahasiswa menjadi penting untuk melihat bagaimana proses sosial dan budaya membentuk pola konsumsi dalam kehidupan mahasiswa.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang tidak hanya membahas perilaku konsumtif mahasiswa, tetapi juga menganalisis budaya konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang melalui perspektif sosiologi budaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis budaya konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang dari perspektif sosiologi budaya, khususnya terkait faktor yang memengaruhi pola konsumsi, makna konsumsi, serta peran lingkungan pergaulan dalam membentuk budaya konsumsi mahasiswa. Penelitian ini penting dilakukan karena budaya konsumsi di kalangan mahasiswa semakin berkembang seiring kemajuan media sosial dan perubahan gaya hidup yang dapat memengaruhi pola pikir serta perilaku mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Adapun kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajian yang tidak hanya membahas perilaku konsumtif mahasiswa, tetapi juga melihat bagaimana konsumsi dimaknai sebagai bagian dari gaya hidup, identitas diri, dan realitas sosial mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang melalui perspektif sosiologi budaya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami secara mendalam budaya konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial berdasarkan perspektif dan pengalaman informan sehingga makna yang terkandung dalam perilaku konsumsi mahasiswa dapat dipahami secara komprehensif ([Moleong, 2021](#)). Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya mengungkap faktor-faktor yang memengaruhi pola konsumsi mahasiswa, perbedaan antara kebutuhan dan keinginan, makna konsumsi, serta peran lingkungan pergaulan dalam membentuk budaya konsumsi mahasiswa. Penelitian dilaksanakan di Selasar Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang pada tanggal 4-10 Mei 2026. Lokasi penelitian dipilih karena merupakan salah satu ruang interaksi mahasiswa yang memungkinkan peneliti memperoleh informasi secara langsung mengenai budaya konsumsi mahasiswa. Selain itu, lokasi tersebut menjadi tempat berkumpulnya mahasiswa sehingga memudahkan peneliti dalam memperoleh data yang sesuai dengan fokus penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan studi dokumen. Penggunaan beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk memperoleh data yang lebih mendalam dan sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan ([Sugiyono, 2020](#)). Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas konsumsi mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Wawancara dilakukan secara mendalam kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang yang dipilih berdasarkan keterlibatan dan pemahaman mereka mengenai budaya konsumsi mahasiswa. Wawancara ini juga dilakukan secara semi-terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya. Studi dokumen dilakukan dengan menelaah berbagai dokumen, seperti foto kegiatan, catatan lapangan serta sumber tertulis yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Data diperoleh melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis data yang diperoleh dianalisis menggunakan model analisis interaktif melalui proses pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sehingga temuan penelitian dapat dipahami secara sistematis ([Miles, Huberman, & Saldana, 2021](#)). Tahap kondensasi data dilakukan dengan memilih,

memfokuskan, dan menyederhanakan data yang diperoleh dari lapangan. Lalu data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif sehingga memudahkan peneliti memahami temuan. Terakhir menarik kesimpulan untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai budaya konsumsi. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari beberapa informan sehingga menghasilkan data yang lebih valid dan sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang terbentuk melalui berbagai faktor yang hadir dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa. Berdasarkan hasil wawancara, konsumsi tidak hanya dimaknai sebagai upaya memenuhi kebutuhan, tetapi juga berkaitan dengan gaya hidup, identitas diri, dan lingkungan pergaulan. Teman sebaya, media sosial, tren yang berkembang, serta kondisi ekonomi menjadi faktor yang memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Selain itu, mahasiswa juga memiliki cara tersendiri dalam membedakan kebutuhan dan keinginan serta memaknai konsumsi dalam kehidupan sosialnya. Temuan penelitian ini dikelompokkan ke dalam empat tema utama, yaitu faktor-faktor yang memengaruhi pola konsumsi mahasiswa, perbedaan kebutuhan dan keinginan dalam konsumsi, makna konsumsi bagi mahasiswa, serta peran lingkungan pergaulan dalam membentuk budaya konsumsi mahasiswa.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa

Di kalangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang, pola konsumsi mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor, terutama lingkungan pertemanan dan media sosial. Dalam kehidupan sehari-hari, mahasiswa sering memperoleh informasi mengenai produk, gaya hidup, maupun tren yang sedang berkembang melalui interaksi dengan teman dan media sosial. Kehadiran media sosial seperti TikTok dan Instagram juga memudahkan mahasiswa untuk mengetahui berbagai barang, tempat, dan aktivitas yang sedang populer. Kondisi tersebut menyebabkan mahasiswa sering tertarik untuk mencoba atau membeli sesuatu setelah melihat teman atau tren yang berkembang di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial dan media digital memiliki peran penting dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang, ditemukan bahwa lingkungan pertemanan dan media sosial menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap pola konsumsi mahasiswa. Hal tersebut disampaikan oleh TS sebagai berikut:

"...Kalau buat aku sih, yang paling ngaruh tuh lingkungan temen sama media sosial. Soalnya kadang lihat temen pakai barang tertentu jadi kepengen juga. Apalagi di TikTok atau Instagram sering muncul tren baru, jadi suka dibawa pengen coba. Kadang awalnya cuma lihat-lihat aja, tapi lama-lama jadi tertarik untuk beli atau ikut mencoba. Jadi menurut aku, lingkungan sekitar dan media sosial memang punya pengaruh yang besar terhadap pola konsumsi mahasiswa..." (Wawancara pada Mei 2026).

TS menjelaskan bahwa lingkungan pertemanan dan media sosial menjadi faktor utama yang memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Mahasiswa sering tertarik untuk mencoba atau membeli suatu barang setelah melihat teman menggunakannya atau setelah melihat tren yang sedang berkembang di media sosial.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan mahasiswi Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang, NU, yang menyatakan:

"...Mahasiswa tu biasanya dipengaruhi oleh beberapa hal, kayak misalnya kalau teman sering beli sesuatu atau nongkrong, kita jadi ikut, FOMO-an gitu. Selain itu media sosial juga berpengaruh karena sering menampilkan hal-hal yang lagi tren. Kadang kita jadi merasa ketinggalan kalau nggak ikut. Apalagi kalau teman-teman di sekitar juga banyak yang mengikuti tren tersebut. Jadi tanpa sadar kebiasaan konsumsi kita ikut berubah karena pengaruh lingkungan dan media sosial..." (Wawancara pada Mei 2026).

NU menjelaskan bahwa mahasiswa sering mengikuti kebiasaan konsumsi yang berkembang di lingkungan pergaulannya. Selain itu, media sosial juga turut memengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa melalui berbagai informasi mengenai tren, gaya hidup, dan produk yang sedang populer.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa lingkungan pertemanan dan media sosial merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Interaksi dengan teman sebaya serta paparan berbagai tren di media sosial mendorong mahasiswa untuk mengikuti pola konsumsi yang berkembang di lingkungan sosialnya.

Perbedaan Kebutuhan dan Keinginan dalam Konsumsi Mahasiswa

Berdasarkan hasil wawancara, mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang umumnya mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam kegiatan konsumsi. Kebutuhan dipahami sebagai sesuatu yang harus dipenuhi untuk menunjang aktivitas perkuliahan dan kehidupan sehari-hari, seperti makan, kuota internet, biaya transportasi, dan perlengkapan kuliah. Sementara itu, keinginan lebih berkaitan dengan hal-hal yang bersifat tambahan, seperti mengikuti tren, membeli barang yang sedang populer, atau kegiatan yang bertujuan untuk kesenangan pribadi. Meskipun demikian, dalam praktiknya mahasiswa mengakui bahwa pengaruh lingkungan pergaulan dan media sosial sering membuat batas antara kebutuhan dan keinginan menjadi kurang jelas.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang, ditemukan bahwa mahasiswa membedakan kebutuhan dan keinginan berdasarkan tingkat kepentingannya dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut disampaikan oleh D sebagai berikut:

“...Kalau menurut saya, mahasiswa itu sebenarnya bisa bedain mana kebutuhan sama keinginan. Kebutuhan itu yang memang harus dipenuhi, apalagi buat kuliah, misalnya makan, print tugas, kuota, sama kebutuhan sehari-hari lainnya. Kalau keinginan lebih ke hal tambahan, kayak beli barang yang sebenarnya nggak terlalu penting atau nongkrong sama teman. Tapi memang masih banyak juga mahasiswa yang susah bedain keduanya karena pengaruh gaya hidup sama lingkungan pertemanan...” (Wawancara pada Mei 2026).

D menjelaskan bahwa kebutuhan merupakan sesuatu yang harus diprioritaskan karena berkaitan langsung dengan kelancaran aktivitas perkuliahan dan kehidupan sehari-hari. Sebaliknya, keinginan dipandang sebagai sesuatu yang tidak bersifat mendesak sehingga pemenuhannya dapat ditunda. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa pada dasarnya memiliki pemahaman mengenai prioritas dalam konsumsi. Namun, pengaruh gaya hidup dan lingkungan pergaulan sering kali membuat mahasiswa sulit mempertahankan batas yang jelas antara kebutuhan dan keinginan.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan N yang menyatakan:

“...Mahasiswa biasanya bedakan kebutuhan dan keinginan dari dampaknya ke hidup sehari-hari. Kebutuhan itu kalau nggak dipenuhi bisa ganggu kuliah, contohnya makan, bayar kos, dan kuota internet. Sedangkan keinginan sifatnya cuma buat senang atau gengsi, seperti minum kopi yang harganya mahal tiap hari atau ganti HP padahal yang lama masih bagus. Jadi sebenarnya keinginan itu masih bisa ditunda tanpa menimbulkan masalah...” (Wawancara pada Mei 2026).

N menjelaskan bahwa kebutuhan dan keinginan dapat dibedakan dari dampaknya terhadap kehidupan sehari-hari. Kebutuhan dianggap penting karena berhubungan langsung dengan aktivitas akademik dan keberlangsungan hidup mahasiswa, sedangkan keinginan lebih berkaitan dengan kepuasan pribadi, kesenangan, maupun gengsi sosial. Pernyataan ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya memahami perbedaan antara kebutuhan dan keinginan secara konseptual, tetapi juga mengaitkannya dengan pengalaman yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, mahasiswa cenderung menjadikan manfaat dan tingkat urgensi suatu barang atau jasa sebagai dasar dalam menentukan prioritas konsumsi.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa mahasiswa umumnya memahami perbedaan antara kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan dipandang sebagai sesuatu yang harus dipenuhi karena berhubungan dengan aktivitas perkuliahan dan kehidupan sehari-hari, sedangkan keinginan dianggap sebagai sesuatu yang dapat ditunda pemenuhannya. Meskipun demikian, pengaruh lingkungan pergaulan, media sosial, dan tren yang berkembang sering kali memengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa sehingga batas antara kebutuhan dan keinginan tidak selalu dapat diterapkan secara konsisten dalam kehidupan sehari-hari.

Makna Konsumsi bagi Mahasiswa

Di kalangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang, konsumsi tidak hanya dimaknai sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga berkaitan dengan gaya hidup dan cara menampilkan identitas diri di lingkungan sosial. Barang yang digunakan, tempat yang dikunjungi, hingga aktivitas yang dilakukan sering kali menjadi sarana untuk menunjukkan karakter, selera,

dan citra diri. Bagi sebagian mahasiswa, konsumsi juga dapat meningkatkan rasa percaya diri serta membantu mereka menyesuaikan diri dengan lingkungan pergaulan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas konsumsi memiliki makna yang lebih luas daripada sekadar pemenuhan kebutuhan ekonomi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memaknai konsumsi sebagai bagian dari gaya hidup sekaligus sarana untuk menunjukkan identitas diri. Hal tersebut disampaikan oleh ROR sebagai berikut:

“...Bagi mahasiswa, konsumsi bukan cuma untuk kebutuhan, tapi juga untuk gaya hidup dan menunjukkan jati diri. Apa yang dipakai atau dibeli bisa jadi cara untuk menunjukkan siapa dirinya di lingkungan sosial. Kadang orang juga menilai kita dari barang yang kita pakai atau tempat yang sering kita datangi. Jadi konsumsi menurut saya bukan hanya soal membeli atau menggunakan sesuatu, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana kita menampilkan diri di lingkungan sekitar...” (Wawancara pada Mei 2026)

ROR menjelaskan bahwa konsumsi tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan, tetapi juga menjadi sarana untuk menunjukkan identitas diri dalam lingkungan sosial. Barang yang digunakan maupun pilihan konsumsi yang dilakukan sering kali dipandang sebagai representasi karakter, selera, dan citra diri seseorang. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas konsumsi memiliki makna sosial karena digunakan sebagai cara untuk menampilkan dan memperkenalkan diri kepada orang lain.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh IWD yang menyatakan:

“...Bagi mahasiswa, konsumsi bukan hanya untuk kebutuhan, tetapi juga gaya hidup dan menunjukkan identitas diri. Kadang apa yang kita pakai atau pilih bisa mencerminkan diri kita. Misalnya dari cara berpakaian, tempat nongkrong, atau barang yang digunakan sehari-hari. Karena itu, konsumsi juga menjadi salah satu cara untuk mengekspresikan diri dan membangun kepercayaan diri dalam lingkungan pergaulan...” (Wawancara pada Mei 2026)

IWD menjelaskan bahwa konsumsi telah menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa dan digunakan sebagai sarana untuk mengekspresikan diri. Pilihan konsumsi yang dilakukan mahasiswa tidak hanya didasarkan pada manfaat suatu barang, tetapi juga pada makna yang melekat di dalamnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumsi dipahami sebagai bagian dari proses pembentukan identitas diri yang dapat memengaruhi cara seseorang dipandang dalam lingkungan sosialnya.

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa konsumsi bagi mahasiswa tidak hanya dimaknai sebagai aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dan membentuk identitas sosial. Barang yang digunakan, gaya hidup yang dijalani, serta pilihan konsumsi yang dilakukan menjadi bagian dari cara mahasiswa menunjukkan citra dirinya di lingkungan pergaulan. Dengan demikian, konsumsi memiliki makna sosial yang lebih luas karena berkaitan dengan gaya hidup, kepercayaan diri, dan identitas diri mahasiswa.

Peran Lingkungan Pergaulan dalam Membentuk Budaya Konsumsi Mahasiswa

Lingkungan pergaulan merupakan salah satu faktor yang berperan dalam membentuk budaya konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang. Interaksi yang berlangsung dalam kelompok pertemanan membuat mahasiswa sering menyesuaikan pola konsumsi mereka dengan kebiasaan yang berkembang di lingkungan sosialnya. Kebiasaan nongkrong di tempat tertentu, mengikuti tren fashion, membeli produk yang sedang populer, hingga mencoba makanan dan minuman viral sering kali dipengaruhi oleh teman sebaya. Selain itu, media sosial turut memperkuat pengaruh tersebut melalui berbagai informasi mengenai tren dan gaya hidup yang berkembang di kalangan mahasiswa. Kondisi ini menunjukkan bahwa budaya konsumsi mahasiswa tidak hanya terbentuk dari kebutuhan pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh hubungan sosial yang mereka bangun dalam kehidupan sehari-hari.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa lingkungan pergaulan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kebiasaan konsumsi mahasiswa. Hal tersebut disampaikan oleh WP sebagai berikut:

“...Menurut aku lingkungan pergaulan tuh berpengaruh banget. Kadang kalau teman-teman sering nongkrong di cafe atau beli barang tertentu, kita jadi ikut juga supaya nggak merasa beda sendiri. Bukan karena dipaksa, tapi lebih karena ingin tetap nyambung sama teman-teman yang lain. Jadi tanpa sadar kebiasaan konsumsi kita ikut terbentuk dari lingkungan pergaulan sehari-hari...” (Wawancara pada Mei 2026)

WP menjelaskan bahwa lingkungan pergaulan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kebiasaan konsumsi mahasiswa. Interaksi yang terjadi dalam kelompok pertemanan membuat mahasiswa cenderung menyesuaikan perilaku konsumsinya dengan kebiasaan yang berlaku di lingkungan tersebut. Keikutsertaan dalam aktivitas seperti nongkrong bersama atau membeli barang yang sama dengan teman-temannya

menjadi salah satu bentuk penyesuaian diri dalam pergaulan. Pernyataan ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi mahasiswa tidak selalu didasarkan pada kebutuhan pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh keinginan untuk menjaga hubungan sosial dan memperoleh penerimaan dalam kelompok pertemanannya.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh NU yang menyatakan:

“...Kalau di lingkungan kampus kan sering lihat teman update barang baru atau ikut tren tertentu. Jadi mahasiswa kadang ikut beli juga karena takut dibilang ketinggalan zaman atau nggak gaul. Apalagi sekarang informasi cepat menyebar lewat media sosial, jadi apa yang lagi tren gampang banget diketahui banyak orang. Akhirnya mahasiswa sering tertarik mengikuti tren yang berkembang di lingkungan pergaulannya...” (Wawancara pada Mei 2026).

NU menjelaskan bahwa lingkungan pergaulan dan tren yang berkembang di lingkungan kampus turut memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Keinginan untuk tidak merasa tertinggal dari teman-teman sebayanya mendorong mahasiswa untuk mengikuti berbagai tren yang sedang populer. Selain itu, media sosial turut memperkuat pengaruh tersebut melalui penyebaran informasi yang cepat mengenai produk, gaya hidup, dan aktivitas yang sedang diminati. Kondisi ini menunjukkan bahwa mahasiswa sering menjadikan lingkungan sosial di sekitarnya sebagai salah satu pertimbangan dalam menentukan pilihan konsumsi yang mereka lakukan.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa lingkungan pergaulan memiliki peran penting dalam membentuk budaya konsumsi mahasiswa. Hubungan sosial yang terjalin dengan teman sebaya memengaruhi cara mahasiswa menentukan pilihan konsumsi, baik dalam penggunaan barang, mengikuti tren, maupun menjalani gaya hidup tertentu. Pengaruh tersebut semakin kuat dengan adanya media sosial yang mempercepat penyebaran berbagai tren di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, budaya konsumsi mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan pribadi, tetapi juga oleh proses interaksi sosial yang berlangsung dalam lingkungan pergaulan sehari-hari.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, pola konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan perkembangan media digital. Mahasiswa cenderung mengikuti pola konsumsi yang berkembang di lingkungan pergaulannya, seperti gaya berpakaian, kebiasaan nongkrong, penggunaan barang tertentu, hingga mengikuti tren yang sedang viral di media sosial. Kehadiran media sosial seperti TikTok dan Instagram mempercepat penyebaran tren konsumsi sehingga mahasiswa lebih mudah tertarik untuk membeli atau mencoba sesuatu yang sedang populer. Coffee shop sebagai ruang sosial sekaligus simbol gaya hidup, menjadi wadah di mana konsumsi tidak hanya dimaknai secara ekonomis, tetapi juga sebagai media ekspresi, pengakuan sosial, dan integrasi dalam komunitas mahasiswa urban (Akbari 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa tidak lagi hanya didasarkan pada kebutuhan praktis, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya populer, dan keinginan untuk memperoleh pengakuan sosial dalam lingkungan pergaulan.

Fenomena tersebut dapat dianalisis menggunakan teori tindakan sosial dari Max Weber yang menjelaskan bahwa tindakan individu dipengaruhi oleh makna subjektif yang dimiliki pelaku sosial. Teori tindakan sosial yang dimiliki oleh Max Weber adalah sebuah tindakan individu yang dilakukan dengan tujuan memberikan pengaruh terhadap orang lain ataupun lingkungannya (Fikria 2024). Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa melakukan konsumsi bukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga karena adanya makna sosial yang melekat pada barang atau gaya hidup tertentu. Mahasiswa membeli barang, mengikuti tren, atau nongkrong di tempat tertentu karena tindakan tersebut dianggap dapat meningkatkan rasa percaya diri, menunjukkan identitas diri, serta memperkuat posisi sosial mereka di lingkungan pergaulan. Dengan demikian, konsumsi menjadi bagian dari tindakan sosial yang memiliki tujuan simbolik dan sosial. Budaya konsumerisme mulai tumbuh seiring dengan kemajuan pembangunan dan infrastruktur pusat-pusat perbelanjaan dan akses media massa, perkembangan konsumerisme di kalangan mahasiswa/i.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa mahasiswa umumnya mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan dipahami sebagai sesuatu yang penting untuk menunjang aktivitas utama, seperti makan, biaya kuliah, kuota internet, transportasi, dan tempat tinggal. Sementara itu, keinginan lebih berkaitan dengan pemenuhan kepuasan pribadi, gaya hidup, dan mengikuti tren. Gaya hidup sendiri sudah dikatakan sebagai jati diri dari setiap individu, mereka akan secara terus menerus untuk menaikkan tingkat sosial mereka dengan membeli barang-barang yang memiliki nilai tanda (Hartono et al 2024). Namun, dalam praktiknya, pengaruh media sosial dan lingkungan pertemanan sering membuat batas antara kebutuhan dan keinginan menjadi kabur. Mahasiswa terkadang membeli barang tertentu bukan karena benar-benar diperlukan, melainkan karena adanya dorongan untuk mengikuti tren atau rasa takut tertinggal dari lingkungan sosialnya.

Kondisi tersebut dapat dijelaskan melalui konsep *fear of missing out* (FOMO) yang muncul akibat perkembangan media sosial dan budaya populer di era digital. Mahasiswa terus terpapar oleh konten mengenai gaya hidup, fashion, makanan viral, dan berbagai tren konsumsi yang muncul di media sosial. Akibatnya, muncul dorongan untuk ikut mengonsumsi barang atau mengikuti aktivitas tertentu agar tetap dianggap mengikuti perkembangan zaman dan tidak tertinggal dari kelompok sosialnya. Dalam perspektif sosiologi, fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi agen sosialisasi yang membentuk pola perilaku dan budaya konsumsi mahasiswa.

Makna konsumsi bagi mahasiswa juga mengalami pergeseran. Konsumsi tidak lagi dipahami hanya sebagai aktivitas pemenuhan kebutuhan dasar, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup dan pembentukan identitas diri. Barang yang digunakan, tempat nongkrong, hingga gaya berpakaian menjadi simbol sosial yang mencerminkan citra diri mahasiswa di lingkungan sosialnya. Hal ini sejalan dengan teori masyarakat konsumsi dari Jean Baudrillard yang mengatakan tulisan dan teorisasinya menjadi penting karena ia mengantarkan pada suatu pengembangan teori yang berusaha memahami perilaku-perilaku manusia modern dan menunjukkan bagaimana gejala konsumerisme yang sangat luar biasa tersebut telah menjadi bagian gaya hidup masyarakat kekinian (Mahyuddin 2019). Dalam konteks mahasiswa, penggunaan barang tertentu sering dimaknai sebagai simbol status, gaya hidup, dan identitas sosial. Pada masyarakat modern di mana jejak-jejak teknologi informasi dan komunikasi memberikan keleluasaan kepada setiap individu untuk mengekspresikan diri, sebuah metafora untuk menggambarkan identitas citra diri sangat mudah kita dapati pada orang-orang yang sangat terobsesi pada produk-produk mahal dan mewah (Mahyuddin 2019).

Teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard menjelaskan bahwa masyarakat modern cenderung mengonsumsi barang tidak hanya berdasarkan fungsi atau nilai gunanya, tetapi juga karena nilai simbolik yang melekat pada barang tersebut. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kondisi ini juga terjadi pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang. Mahasiswa tidak hanya mengonsumsi barang untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk mengikuti tren, menyesuaikan diri dengan lingkungan pergaulan, dan membangun citra diri. Selain itu, kebiasaan nongkrong di tempat tertentu, penggunaan produk yang sedang populer, serta ketertarikan terhadap barang yang viral di media sosial menunjukkan bahwa konsumsi telah menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa.

Temuan tersebut juga dapat dipahami melalui teori tindakan sosial Max Weber yang menjelaskan bahwa tindakan individu didasarkan pada makna subjektif yang dimiliki oleh pelaku. Dalam penelitian ini, keputusan mahasiswa untuk membeli atau menggunakan barang tertentu tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga pada keinginan untuk memperoleh penerimaan sosial, menunjukkan identitas diri, dan mengikuti tren yang berkembang di lingkungan pergaulan. Dengan demikian, budaya konsumsi mahasiswa menunjukkan bahwa perilaku konsumsi dipengaruhi oleh interaksi antara kebutuhan pribadi, lingkungan sosial, dan perkembangan media digital yang membentuk cara mahasiswa memaknai serta melakukan aktivitas konsumsi dalam kehidupan sehari-hari.

Pola konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan perkembangan media digital. Perilaku konsumsi mahasiswa tidak lagi hanya didasarkan pada kebutuhan praktis, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya populer, dan keinginan untuk memperoleh pengakuan sosial dalam lingkungan pergaulan. Fenomena tersebut dapat dianalisis menggunakan teori tindakan sosial dari Max Weber yang menjelaskan bahwa tindakan individu dipengaruhi oleh makna subjektif yang dimiliki pelaku sosial dan bertujuan memberikan pengaruh terhadap orang lain ataupun lingkungannya (Fikria 2024). Dalam sosiologi, teori tindakan sosial Max Weber ini dibagi menjadi empat konsep utama, yaitu tindakan rasional instrumental, tindakan rasional nilai, tindakan afektif, dan tindakan tradisional.

Konsep pertama adalah tindakan rasional instrumental, yaitu tindakan yang dilakukan dengan pertimbangan matang untuk mencapai tujuan tertentu menggunakan alat atau sarana yang dinilai paling efektif. Dalam konteks mahasiswa Sosiologi UNP, konsep ini tecermin ketika mereka dengan sadar memprioritaskan pemenuhan kebutuhan akademik pokok seperti membeli kuota internet untuk belajar, biaya transportasi, cetak tugas, serta kebutuhan makan harian (Atika et al 2023). Tindakan konsumsi ini bersifat instrumental karena mahasiswa bertindak rasional dalam menghitung efisiensi uang saku mereka demi kelancaran studi (Fakhira & Rialdy 2025).

Konsep kedua adalah tindakan rasional nilai, di mana tindakan ini didasarkan pada keyakinan terhadap nilai-nilai estetika, etika, atau keagamaan tertentu yang dianggap mulia, tanpa terlalu memikirkan hasil akhir dari tindakan tersebut. Pada aktivitas mahasiswa, tindakan rasional nilai ini muncul ketika mereka memilih gaya berpakaian formal atau menggunakan atribut tertentu saat kuliah bukan hanya karena fungsinya, melainkan demi menjaga nilai kesopanan akademis dan citra diri sebagai mahasiswa sosiologi (Hartono 2024). Pilihan konsumsi ini mengandung makna simbolik untuk mengekspresikan identitas dan posisi sosial mereka di tengah masyarakat kampus (Astuti 2026).

Konsep ketiga adalah tindakan afektif, yaitu tindakan yang didominasi oleh perasaan, emosi, atau reaksi spontan tanpa adanya perencanaan matang maupun pertimbangan rasional terlebih dahulu. Fenomena tindakan afektif ini sangat marak terjadi di kalangan mahasiswa akibat paparan media sosial seperti TikTok dan Instagram yang memicu perilaku belanja impulsif (Mustomi & Puspori 2020). Dorongan emosional seperti rasa senang saat membeli makanan viral atau rasa cemas jika ketinggalan tren *fashion* terbaru atau FOMO membuat mahasiswa sering kali mengabaikan aspek kegunaan barang demi kepuasan emosional sesaat (Akbari, 2025).

Konsep keempat adalah tindakan tradisional, yang merupakan tindakan yang dilakukan karena kebiasaan yang sudah mengakar secara turun-temurun atau adat istiadat yang lazim dipraktikkan tanpa melalui proses penalaran kritis. Dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa UNP, tindakan tradisional ini mewujud pada kebiasaan berkumpul atau nongkrong di *coffee shop* setelah jam perkuliahan selesai (Akbari 2025). Keputusan untuk pergi ke kafe sering kali dijalankan secara otomatis tanpa mempertimbangkan alasan ekonomi yang mendalam, melainkan dilakukan sebagai bentuk konformitas atau mengikuti rutinitas kelompok pergaulan yang sudah membudaya di lingkungan kampus.

Melalui pemetaan keempat konsep tindakan sosial Max Weber di atas, terlihat jelas bahwa aktivitas konsumsi mahasiswa telah mengalami pergeseran makna dari kebutuhan instrumental menjadi kebutuhan simbolik. Hal ini sejalan dengan teori masyarakat konsumsi dari Jean Baudrillard yang menjelaskan bahwa masyarakat modern cenderung mengonsumsi barang tidak hanya berdasarkan fungsi, melainkan karena nilai simbolik dan gaya hidup yang melekat pada barang tersebut (Mahyuddin 2019). Interaksi sosial teman sebaya dan masifnya informasi digital pada akhirnya mengaburkan batas antara kebutuhan dan keinginan, sehingga tindakan konsumsi mahasiswa bertransformasi menjadi sarana utama dalam mengonstruksi identitas sosial mereka.

Secara akumulatif, dinamika konsumsi mahasiswa Sosiologi UNP membuktikan bahwa ruang-ruang ekonomi di era digital ini telah terikat kuat dengan arena produksi budaya. Mahasiswa tidak sekadar menjadi konsumen pasif, melainkan menjadi agen aktif yang terus menegosiasikan identitas sosial, emosi pribadi, dan nilai kelompok mereka melalui setiap keputusan belanja yang mereka ambil. Oleh karena itu, konsumtivisme di kalangan akademik ini tidak boleh dipandang secara peyoratif sebagai pemborosan semata, melainkan harus dipahami sebagai wujud adaptasi kultural yang kompleks terhadap realitas sosial modern saat ini. Demikian pembahasan ini disusun untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai realitas budaya konsumsi mahasiswa di lingkungan kampus.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan ekonomi, tetapi juga oleh lingkungan sosial dan perkembangan media digital. Temuan ini memperlihatkan bahwa konsumsi telah menjadi bagian dari tindakan sosial yang mengandung makna tertentu bagi mahasiswa. Melalui perspektif teori tindakan sosial Max Weber, perilaku konsumsi mahasiswa dapat dipahami sebagai tindakan yang dilakukan berdasarkan makna subjektif yang berkaitan dengan keinginan untuk memperoleh penerimaan sosial, menunjukkan identitas diri, serta mengikuti tren yang berkembang di lingkungan pergaulan. Sementara itu, teori masyarakat konsumsi Jean Baudrillard menjelaskan bahwa konsumsi yang dilakukan mahasiswa tidak semata-mata berorientasi pada nilai guna suatu barang, tetapi juga pada nilai simbolik yang melekat pada barang atau gaya hidup tersebut. Oleh karena itu, budaya konsumsi mahasiswa pada era digital menunjukkan adanya keterkaitan antara kebutuhan, gaya hidup, identitas diri, dan pengaruh lingkungan sosial yang semakin diperkuat oleh media digital.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa budaya konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan perkembangan media digital. Mahasiswa cenderung membentuk pola konsumsi melalui interaksi dengan teman sebaya serta paparan media sosial seperti TikTok dan Instagram yang menampilkan tren, gaya hidup, dan produk yang sedang populer. Selain itu, mahasiswa umumnya mampu membedakan kebutuhan dan keinginan, namun pengaruh lingkungan pergaulan dan media sosial sering kali membuat batas antara keduanya menjadi kurang jelas. Konsumsi juga dimaknai tidak hanya sebagai pemenuhan kebutuhan, tetapi sebagai bagian dari gaya hidup, identitas diri, dan sarana untuk memperoleh penerimaan sosial di lingkungan pergaulan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa tidak dapat dipahami hanya dari aspek ekonomi, tetapi juga perlu dilihat dari aspek sosial dan budaya. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan implikasi bahwa mahasiswa perlu meningkatkan kesadaran dan kemampuan dalam mengelola konsumsi secara lebih rasional agar tidak mudah terpengaruh oleh tren maupun tekanan sosial yang berkembang di lingkungan pergaulan dan media digital. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada

mahasiswa Program Studi Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Padang dengan jumlah informan yang terbatas, sehingga hasil penelitian belum dapat menggambarkan budaya konsumsi mahasiswa secara umum pada program studi atau perguruan tinggi lain. Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan informan yang lebih beragam, baik dari program studi maupun perguruan tinggi yang berbeda. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih mendalam pengaruh media sosial, fenomena fear of missing out (FOMO), serta peran influencer dalam membentuk budaya konsumsi mahasiswa di era digital.

Rujukan

- Afifah, F. (2022). Motivasi Penggunaan Tas Sampah Di Sdn Kendalpayak: Analisis Tindakan Sosial Teori Max Weber. *Ibtidaiyyah: Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyyah*, 1(1), 47-62.
- Akbari, S. N. (2025). Pengaruh Budaya Konsumsi Dan Pola Konsumsi Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Rantau Di Coffee Shop Pada Mahasiswa Asal Kota Palangka Raya di Daerah Istimewa Yogyakarta. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Amelia, S. (2022). Potret Budaya Konsumtif Mahasiswa Akibat Perkembangan E-Commerce Ditinjau Dalam Perspektif Islam. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam*, 7(1), 50-58.
- Astiti, Putri. 2026. Konstruksi Identitas Sosial dan Budaya Konsumtif di Era Digital. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 3(1), 122–132.
- Atika, W. (2023). “Perilaku Komsumsi Gaya Hisup Mahasiswa Perkotaan Di Masa Pandemi Covid-19. Bookchapter Ekonomi Universitas Negeri Semarang
- Azzahra, Y. P. (2026). Tindakan Sosial Tokoh Gesang pada Film Pendek Topi Tindak Tanduk Subashita Karya Panidrayaan Kaistimewaan (Kajian Sosial Max Weber): Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(4), 22068-22076..
- Butar, E. R. B., Hadiwijo, S. S., & Utomo, A. W. (2025). Perilaku Masyarakat Dalam Pemanfaatan Sungai Cikarang Bekasi Laut di Kecamatan Cikarang Barat (Perspektif Tindakan Sosial Max Weber). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(4), 9145-9158.
- Fakhira, D., & Rialdy, N. (2025). Analisis pengaruh uang saku terhadap gaya hidup mahasiswa manajemen bisnis syariah UMSU di kota medan. *Journal of Information Systems Management and Digital Business*, 2(2), 121-127.
- Fikria, M., & Moefad, A. M. (2024). Analisis Teori Tindakan Sosial Max Weber dan Teori Fakta Sosial Emile Durkheim dalam Pengenalan Tradisi Lokal Kemasyarakatan. *An-Nuha: Jurnal Kajian Islam, Pendidikan, Budaya dan Sosial*, 11(1), 109-119.
- Hartono, I. P., Herdiana, H. D., & Aisyah, L. (2024). Perkembangan Teknologi Modern Menjadi Awal Sifat Budaya Konsumtif Mahasiswa Sosiologi Angkatan 2022 di Universitas Jember. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 6248-6259.
- Mahyuddin, M. (2019). Social Climber Dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer. *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 2(2).
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Cermin: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133-147.
- Rizqina, K. A. S., & Indarti, T. (2025). Representasi Masyarakat Modern Dalam Novel Agensi Rumah Tangga Karya Almira Bastari: Tindakan Sosial Max Weber. *BAPALA*, 12(2), 564-574.
- Syahidurrohmah, N., Rismayani, G., & Rahayu, I. (2025, January). Perilaku Keuangan, Mental Accounting dan Digitalisasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup Mahasiswa pada Generasi Z (Survei pada Mahasiswa Generasi Z di Provinsi Jawa Barat). In *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance* (pp. 50-62).
- Tamba, T. M., & Shaleh, S. (2024). Konsep Tanggungjawab Siswa Sekolah Dasar (SD/MI) dalam Perspektif Teori Tindakan Sosial Max Weber. *Awwaliyah: Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyyah*, 7(2), 273-283.