



HEDONISME MELALUI MEDIA SOSIAL E-COMMERCE DALAM PERSPEKTIF JEAN BAUDILARD

Rivan Kuswadi, Rizki Amalia Yanuartha, Antik Tri Susanti

Prodi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi,
Universitas Kristen Satya Wacana, Indonesia

Abstrak

Gaya hidup erat kaitannya dengan kemajuan zaman dan teknologi. Seiring berjalannya waktu, teknologi semakin canggih, dan penerapan gaya hidup manusia dalam kehidupan sehari-hari juga berkembang. Hedonisme adalah tindakan yang mengutamakan kesenangan dan kepuasan pribadi. Dalam konteks ini, penggunaan media sosial terlihat pada kecenderungan untuk membeli produk atau jasa secara berlebihan demi kebahagiaan sementara. Transformasi dinamika sosial dalam konteks konsumerisme dan hedonisme melalui media sosial mengacu pada perubahan cara masyarakat berinteraksi dan berperilaku, terutama terkait konsumsi barang dan jasa yang dipengaruhi oleh platform media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana percepatan teknologi informasi di bidang media sosial mengubah dinamika sosial dalam konteks konsumerisme dan hedonisme, dengan menggunakan perspektif Jean Baudrillard. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan berfokus pada tinjauan pustaka dalam proses pengumpulan data, di mana literatur yang relevan dikaji untuk mendapatkan informasi. Analisis data melibatkan tinjauan pustaka yang mendalam dan komprehensif, serta didukung dengan eksplorasi perilaku pada subjek penelitian, yaitu beberapa mahasiswa di Universitas Kristen Satya Wacana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa percepatan informasi di bidang media sosial mengubah dinamika sosial dalam konteks konsumerisme dan hedonisme di kalangan mahasiswa. Menggunakan perspektif utama Jean Baudrillard tentang simulasi, hiperrealitas, dan simbolisme, yang didukung oleh Paul Virilio mengenai kecepatan perolehan informasi, risiko bahaya, ruang, dan waktu, penelitian ini mengindikasikan bahwa perkembangan media sosial menciptakan realitas baru yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, kebijakan pemerintah semakin memperkuat kapitalisme, mempercepat adopsi teknologi informasi, dan memperdalam fenomena konsumerisme dan hedonisme di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: Hedonisme, Kapitalisme, Media Sosial E-Commerce.

PENDAHULUAN

Globalisasi di seluruh dunia mendatangkan banyak hal-hal baru didalam kehidupan masyarakat di berbagai bidang. Munculnya globalisasi ini menyebabkan modernisasi ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Hal ini memberi dampak kepada masyarakat dengan munculnya berbagai perubahan yang begitu besar di seluruh dunia termasuk di Indonesia².

Globalisasi adalah proses meningkatnya interdependensi antara aktor negara dan non-negara pada skala global, sehingga hubungan sosial dalam suatu masyarakat secara signifikan dibentuk dan dipengaruhi dimensi hubungan sosial yang lebih luas pada skala dunia. Secara etimologis, globalisasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *globalize* yang artinya universal atau menyeluruh dan imbuhan *-ization* yang pada kata *globalization* berarti proses mendunia. Makna globalisasi merupakan sebuah proses dari suatu (informasi, pemikiran, gaya hidup, dan teknologi) yang mendunia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) globalisasi adalah proses masuknya segala aspek kehidupan ke ruang lingkup dunia³.

Globalisasi menurut Anthony Giddens adalah intensifikasi hubungan sosial secara mendunia yang terhubung antara peristiwa satu lokasi dengan

lokasi lainnya yang menyebabkan perubahan pada keduanya⁴ seperti contohnya media massa konvensional yang seiring perubahan jaman menjadi media massa elektronik dan perkembangan peralihan media-media lainnya.

IPTEK juga sebagai ilmu yang mempelajari mengenai perkembangan teknologi berdasarkan kepada pengetahuan. Ilmu pengetahuan dan teknologi juga berjalan secara beriringan untuk membangun sebuah kemajuan dalam perkembangan global. Dengan kata lain, perkembangan IPTEK akan selalu mengikuti perkembangan zaman⁵. Kemajuan IPTEK dipengaruhi konsumerisme, materialisme, kapitalisme, dan hedonisme telah membaur ke seluruh tatanan kehidupan manusia. Globalisasi sebagai proses penyebaran unsur-unsur baru baik berupa pemikiran, informasi, teknologi, maupun gaya hidup secara mendunia. Saat ini globalisasi sudah merambah ke seluruh bangsa-bangsa di dunia salah satunya Indonesia⁶.

Globalisasi dan digitalisasi adalah dua hal yang saling berkaitan, di era globalisasi ini digitalisasi mengalami perkembangan yang sangat pesat dan semakin hari semakin meningkat

² Jurnal Pesona Dasar, "Pembaharuan Dalam Pemanfaatan Hasil-Hasil Teknologi." 3, no. 3 (2015): 1–14.

³ Martha Grattia, "Globalisasi Adalah: Pengertian Menurut Para Ahli, Penyebab, Dan Dampak," detikedu, 2023, <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6655870/globalisasi-adalah-pengertian-menurut-para-ahli-penyebab-dan-dampak>.

⁴ Grattia.

⁵ Amira K, "Iptek Adalah: Pengertian, Ciri, Manfaat, Dampak Positif Dan Negatif," Gramedia Blog, n.d., <https://www.gramedia.com/literasi/iptek>.

⁶ K.

drastis⁷. Dua hal ini membuat orang-orang menjadi minim melakukan interaksi secara fisik. Kemajuan teknologi saat ini tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Berbagai informasi yang terjadi di berbagai belahan dunia kini telah dapat langsung kita ketahui berkat kemajuan teknologi (globalisasi)⁸. Berkat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat sehingga memberikan banyak manfaat untuk banyak kalangan khususnya mahasiswa yang lebih melek akan perkembangan teknologi untuk bersaing maupun membuka lapangan pekerjaan baru sehingga dapat lebih berguna bagi lingkungan sekitarnya melalui pengembangan ide-ide dan karyanya⁹. Disisi lain dampak ada juga dampak negatif dari globalisasi atau perkembangan IPTEK yang pesat bagi mahasiswa yang tidak mampu mengendalikannya dengan bijak seperti berkembangnya gaya hidup hedonisme dan konsumerisme di banyak kalangan khususnya mahasiswa¹⁰.

Dampak positif dari globalisasi itu sendiri adalah kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai dasar terjadinya globalisasi yang memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan terutama untuk menunjang perkuliahannya. Selain itu, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membuat mahasiswa lebih banyak memberikan kebermanfaatan

untuk kehidupan masyarakat melalui pengembangan ide-ide dan karyanya.

Sedangkan disisi lain dampak negatif dari globalisasi bagi mahasiswa adalah berkembangnya gaya hidup hedonisme dan konsumerisme¹¹. satu dengan lainnya akan berbeda.

Gaya hidup biasanya menggambarkan kehidupan dan citra diri dari seseorang yang merupakan sebuah upaya untuk membedakan status individu tersebut dari orang lain melalui penilaian atau status sosial. Oleh karena itu, gaya hidup antara individu yang satu dengan lainnya akan berbeda¹².

Seiring perkembangan zaman sistem ekonomi juga mengalami pertumbuhan khususnya dalam era globalisasi ini, perekonomian suatu negara tidak lagi beroperasi secara tradisional atau teritorial. Keterkaitan antarbangsa memperkenalkan tantangan baru dalam sektor perekonomian. Fenomena ini tidak hanya menciptakan peluang ekonomi baru tetapi juga menimbulkan tantangan baru. Salah satu produk dari ekonomi digital yang memperoleh perhatian signifikan di Indonesia adalah TikTok Shop dan Shopee.

Kedua produk dari hasil pesatnya perkembangan IPTEK tersebut menawarkan salah satu kelebihan yang sangat dinikmati konsumen yaitu kemudahan dan efisiensi yang mendukung terputusnya permasalahan jarak sebagai mata rantai perjalanan

⁷ Dewi Trisna Larasati, "Globalisasi Dan Digitalisasi : Bagaimana Perilaku Konsumen Dan Tren Pemasaran?," Kumparan.com, 2022, <https://kumparan.com/dewi-trisna-larasati/globalisasi-dan-digitalisasi-bagaimana-perilaku-konsumen-dan-tren-pemasaran-1xGYggT56LF>.

⁸ Admin, "ERA DIGITAL, Kemajuan Teknologi Telah Mempengaruhi Gaya Hidup Dan Pola Pikir Masyarakat," 2023, <https://dppkbpppa.pontianak.go.id/informasi/berita/era-digital-kemajuan-teknologi-telah->

mempengaruhi-gaya-hidup-dan-pola-pikir-masyarakat.

⁹ Dramaturgi Erving Goffman, "EQUILIBRIA PENDIDIKAN Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi" 2, no. 1 (2017).

¹⁰ Grattia, "Globalisasi Adalah: Pengertian Menurut Para Ahli, Penyebab, Dan Dampak."

¹¹ Danny Abrianto and Vinna Salwa Arani, "Analisis Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus : Mahasiswa Ilmu Filsafat Universitas Pembangunan Panca Budi Medan)," n.d., 79–87.

¹² Goffman, "EQUILIBRIA PENDIDIKAN Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi."

produk yang selama ini membuat harga barang lebih mahal. Disatu sisi Karakter ekonomi digital yang non-diskriminatif dan membuka kesempatan bagi siapa pun untuk terlibat dan memanfaatkan kebebasan yang ditawarkan¹³.

Disisi lain bagi masyarakat yang tidak mampu mengembangkan sikap kritis dan kemudian terpengaruh oleh kekuatan kapitalisme informasional yang memainkan konstruksi dan logika konsumsi, cepat atau lambat mereka akan terperangkap dalam gaya hidup dan pola konsumsi yang berlebihan¹⁴. Konstruksi bahwa berbelanja daring adalah cara berbelanja masyarakat post-modern adalah salah satu upaya yang kini tengah disebarluaskan oleh kekuatan kapital untuk merayu loyalitas konsumen. Artinya, kenapa ekonomi daring lebih berkembang di era sekarang, persoalannya bukan semata karena lebih mudah dan lebih murah, melainkan juga karena cara berbelanja gaya baru ini menjanjikan lebih praktis daripada cara berbelanja yang konvensional¹⁵.



¹³ Dinamika Internasional Dan, Domestik Di, and Era Borderless, *REVOLUSI DIGITAL DAN LOKALITAS : REVOLUSI DIGITAL DAN LOKALITAS* ;, 2020.

¹⁴ Rahma Sugihartati, "Perdagangan Daring Di Era Kapitalisme Informasional," Kompas.id, 2018, <https://www.kompas.id/baca/opini/2018/01/12/p-erdagangan-daringdi-era-kapitalisme-informasional>.

¹⁵ Sugihartati.

¹⁶ Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, "Paket Kebijakan Ekonomi XIV," Kementerian Koordinator Bidang

Gambar 1. Paket Kebijakan Ekonomi XIV: Peta Jalan E-Commerce
Sumber Kominfo Indonesia

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No.80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik, adanya Peraturan Pemerintahan tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik (PP-PMSE) diterbitkan untuk mendorong perkembangan di Indonesia, selain itu untuk meningkatkan perdagangan produk dalam negeri serta mendorong peningkatan ekspor. Pemerintah Indonesia juga mempunyai visi untuk menempatkan Indonesia sebagai negara dengan kapasitas digital ekonomi di Asia Tenggara¹⁶. Dikarenakan Negara Indonesia merupakan salah satu pengguna internet terbesar di dunia, yang mencapai 93,4 juta orang dan pengguna smartphone mencapai hingga 71 juta orang, yang dimana terjadinya masalah yaitu pemerintah belum mempunyai Peta Jalan Pengembangan nasional yang akan menjadi acuan, walaupun adanya Peraturan pemerintah tentang tidak mendorong tumbuh kembangnya kegiatan ekonomi masyarakat¹⁷.

TikTok Shop

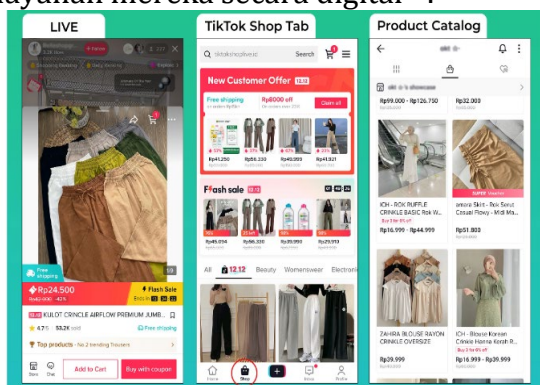
TikTok adalah sebuah platform perdagangan elektronik yang menawarkan ruang bagi pelaku usaha dan individu untuk menjual produk dan layanan mereka secara digital. TikTok

Perekonomian Republik Indonesia, 2016, <https://www.ekon.go.id/info-sektoral/18/295/paket-kebijakan-ekonomi-xiv#:~:text=Melalui Paket Kebijakan Ekonomi XIV,efisien dan terkoneksi secara global>.

¹⁷ Kementerian Perdagangan RI, "PP Nomor 80 Tahun 2019: Pemerintahan Lahirkan Peraturan Pemerintah Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik," Kementerian Perdagangan RI, 2019, <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/pp-nomor-80-tahun-2019-pemerintah-lahirkan-peraturan-pemerintah-tentang-perdagangan-melalui-sistem-elektronik>.

menyediakan fitur belanja daring atau online yang memungkinkan siapapun menghasilkan uang lewat fitur yang disediakan yaitu TikTok Shop. Fitur belanja online yang ditawarkan oleh platform TikTok. Melalui fitur ini, siapa pun dapat melakukan penjualan dan belanja secara online¹⁸.

TikTok merupakan aplikasi berbasis media sosial yang digunakan untuk mengedit dan mengunggah video dengan durasi singkat, namun seiring dengan berkembangnya teknologi¹⁹. TikTok menghadirkan berbagai macam fitur menarik. Salah satu fitur unggulannya yaitu fitur belanja bernama TikTok Shop²⁰. Fitur ini diciptakan sebagai salah satu upaya yang dilakukan TikTok untuk menarik minat dan memudahkan para penggunanya. Mengutip laman resminya. TikTok Shop adalah fitur social yang memungkinkan pengguna maupun para kreator mempromosikan dan menjual produk sekaligus melakukan aktivitas belanja²¹. TikTok Shop sebagai platform perdagangan elektronik yang berkembang pesat, menyediakan wadah bagi bisnis kecil dan menengah serta individu untuk memasarkan produk dan layanan mereka secara digital²².



Gambar 2. Halaman checkout TikTokShop (kiri), Halaman Pembelanjaan TikTokShop (Tengah), Halaman Katalog TikTokShop(kanan)

Sumber: Aplikasi TikTok



Gambar 3. Tabel Chart penggunaan berbagai platform sosial media di Indonesia (atas) dan Ilustrasi data pengguna aktif tiktok di Indonesia (bawah)

Sumber: Slice.id

PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk. (GOTO) dan TikTok, mengumumkan kemitraan strategis untuk memperkuat pertumbuhan ekonomi digital Indonesia dengan fokus pada pemberdayaan serta perluasan pasar bagi pelaku UMKM nasional. Tokopedia dan TikTok Shop Indonesia akan dikombinasikan di bawah PT Tokopedia. Sebagai catatan

¹⁸ TikTok, "TikTok Adalah Platform Di Mana Konten Dan Transaksi Belanja Bertemu, Membantu Konsumen Menemukan Dan Melakukan Pembelian Berikutnya," TikTok, 2023, <https://newsroom.tiktok.com/in-id/tiktok-adalah-platform-di-mana-konten-dan-transaksi-belanja-bertemu-membantu-konsumen-menemukan-dan-melakukan-pembelian-berikutnya>.

¹⁹ Maria Agatha Renaningtyas, *Belajar Dari TikTok Shop : The Iceberg*, n.d.

²⁰ Renaningtyas.

²¹ TikTok, "TikTok Adalah Platform Di Mana Konten Dan Transaksi Belanja Bertemu, Membantu Konsumen Menemukan Dan Melakukan Pembelian Berikutnya."

²² Renaningtyas, *Belajar Dari TikTok Shop : The Iceberg*.

TikTok akan memiliki pengendalian atas PT Tokopedia. Kerjasama ini membuat TikTok akan menginvestasikan lebih dari US\$1,5 miliar atau setara Rp23,27 triliun dengan kurs Rp15.517, sebagai komitmen jangka panjang untuk mendukung operasional Tokopedia²³. Ini membawa angin segar bagi pedagang TikTok yang sempat mengeluh sejak TikTok Shop resmi ditutup pada 4 Oktober 2023 lalu.

Karena merupakan hasil kerjasama antara TikTok dengan Tokopedia, TikTok Shop diprediksi akan mengalami sedikit perbedaan daripada sebelumnya. "Afiliasi" berarti, sehubungan dengan suatu Pihak, suatu badan usaha yang secara langsung atau tidak langsung mengendalikan, dikendalikan oleh, atau berada di bawah pengendalian yang sama dengan Pihak tersebut. Untuk keperluan hal-hal tersebut di atas, "pengendalian" berarti kepemilikan secara langsung ataupun tidak langsung lebih dari lima puluh (50) persen dari hak suara atas efek atau modal saham yang beredar dari badan usaha tersebut atau ekuitas lain yang sebanding atau manfaat kepemilikan²⁴.

TikTok Shop juga adalah pasar elektronik pihak ketiga yang disediakan dengan menggandeng PT Tokopedia melalui Platform TikTok sebagaimana didefinisikan di bawah Produk yang ditawarkan dan dijual di TikTok Shop dapat diiklankan, dipromosikan dan

ditampilkan melalui aplikasi seluler TikTok (Platform TikTok) yang disediakan oleh TikTok Pte. Ltd. (TikTok), afiliasi dari Tokopedia. Namun demikian, setiap transaksi (misalnya penempatan pesanan, penawaran, penerimaan, konfirmasi, pemrosesan pembayaran, pengiriman dan penerimaan produk, serta dukungan pelanggan) sehubungan dengan produk akan diproses dan difasilitasi melalui Shop²⁵.

Shopee

Shopee adalah platform yang mengalami pertumbuhan pesat di Asia Tenggara, digunakan untuk membeli dan menjual produk secara online. Selain di Asia Tenggara, platform ini juga telah ekspansi ke Amerika Selatan dan Eropa²⁶. Meskipun telah memulai operasinya di India, belakangan ini Shopee memutuskan untuk menutup operasinya di negara tersebut. Shopee merupakan platform pasar online yang menyediakan sarana bagi penjual (pemilik usaha) untuk berinteraksi dengan pembeli. Produk Shopee mencakup berbagai kategori, seperti elektronik, peralatan dapur, dan fashion. Shopee sangat terkenal di negara-negara seperti Filipina, Singapura, Malaysia, dan Indonesia²⁷. Selain menawarkan berbagai layanan pembayaran kepada pelanggan, Shopee juga menyediakan sistem garansi untuk melindungi

²³ Hesti Puji Lestari, "TikTok Shop Resmi Gabung Tokopedia, Apa Bedanya Dengan Yang Lama?," Teknologi Bisnis.com, 2023, <https://teknologi.bisnis.com/read/20231211/266/1722719/tiktok-shop-resmi-gabung-tokopedia-apa-bedanya-dengan-yang-lama>.

²⁴ TikTok Shop Academy, "Syarat Dan Ketentuan Program 100% Asli TikTok Shop," seller-id.tokopedia, 2024, https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=8498611948898050&default_language=id-ID&identity=1.

²⁵ TikTok Shop Academy, "Ketentuan Layanan Penjual Untuk Shop," seller-id.tokopedia, 2024,

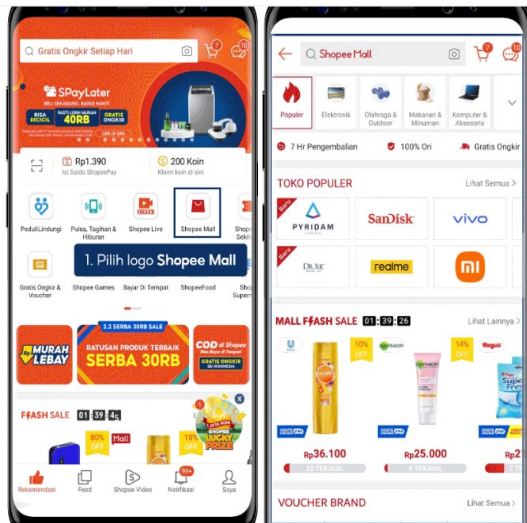
https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=5833735817053953&default_language=id-ID&identity=1.

²⁶ Joko Setiawan, "Apa Itu Shopee," konigle, 2023, <https://konigle.com/p/apa-itu-shopee>.

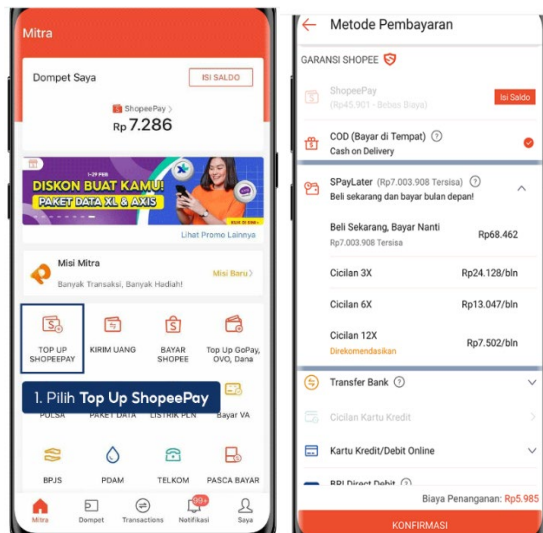
²⁷ Shopee, "[Tentang Shopee] Di Negara Negara Mana Saja Shopee Tersedia?," help.shopee.co.id, 2020,

<https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73035-%5BTentang-Shopee%5D-Di-negara-negara-mana-saja-Shopee-tersedia%3F>.

kepuasan pelanggan. Platform Shopee telah memberikan kesempatan bagi banyak orang untuk memulai bisnis online, dan banyak dari mereka telah mencapai kemerdekaan finansial dengan berjualan di platform ini. Shopee memiliki kesamaan dengan platform online lainnya. Pengguna dapat mencari kategori atau produk tertentu, dan platform ini memudahkan dalam menemukan produk yang dijual dengan harga wajar atau diskon tinggi. Pengguna juga memiliki kemampuan untuk berbelanja berdasarkan wilayah tempat tinggal mereka di Shopee. Setelah masuk ke halaman utama, mereka dapat memilih negara tempat tinggal mereka, dan secara otomatis akan diarahkan ke etalase yang sesuai dengan negara dan mata uang yang mereka pilih.



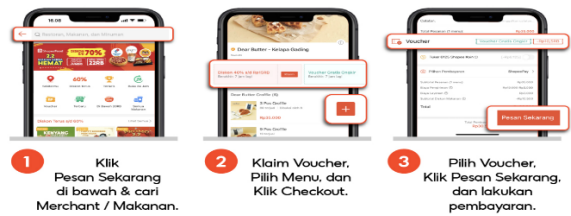
Gambar 4. Hal Shopee, Gambar 5. Hal Shopee Mall



Gambar 6. Hal ShopeePay, Gambar 7. Hal ShopeePaylater



Gambar 8. Hal ShopeeFood, Gambar 9. Hal ShopeeFood



*Voucher Diskon/Cashback dan Gratis Ongkir dapat digunakan bersamaan.

Gambar 10. Cara Penggunaan Shopee
Sumber Gambar 4-10: Aplikasi & Web Shopee

Penelitian terdahulu

Jika dibandingkan penelitian terdahulu yang pertama yaitu terdapat perbedaan pada aplikasi Shopee tahun 2015 sampai Maret 2019, Shopee membuat fitur baru yakni fitur Shopee PayLater dengan adanya fitur yang diberikan oleh Shopee untuk pengguna ataupun konsumen dengan tujuan memudahkan pihak konsumen dapat berbelanja dengan menggunakan fitur Shopee PayLater “Belanja sekarang Bayar nanti” hal ini dapat menyebabkan pengguna Shopee menjadi lebih

konsumtif dan hedonisme (Intan Kurniasari, 2021)²⁸.

Dengan adanya percepatan teknologi informasi dalam media sosial mempengaruhi pola hedonisme yaitu penelitian ini meneliti bagaimana strategi digital marketing dan hedonisme terhadap keputusan pembelian dengan pemanfaatan untuk pengoptimalan pemasaran secara digital, sedangkan penelitian ini menggambarkan bagaimana percepatan teknologi informasi dibidang media sosial mengubah dinamika sosial dalam konteks konsumenrisme dan hedonisme di kalangan mahasiswa (I Putu Lugra Agusta Pranawa, Agus Putu Abiyasa. 2019)²⁹.

Perilaku Konsumenrism dan Hedonisme dalam juga dapat mengetahui hubungan kepuasan konsumen dalam penggunaan shopee, penelitian sebelumnya mengetahui hubungan antara kepuasan konsumen dan transaksi online yang dimana terdapat hubungan antara perilaku konsumtif dan hedonisme dengan transaksi online yang menimbulkan kecanduan dalam penggunaan. Didukung dengan adanya fitur ShopeePay, Shopee Live, Shopee Video dan juga Shopee Food hal ini dengan mudah membuat konsumen melakukan transaksi lebih menggunakan Shopee (Anestya Hayatunufus Hafsyah. 2020)³⁰.

Penelitian terdahulu selanjutnya yaitu dengan adanya aplikasi TikTok di Indonesia yang dimana terdapat fitur TikTok Shop menimbulkan perilaku konsumtif dan hedonism, dimana

pengguna media sosial TikTok pasti akan terhubung ke fitur TikTok Shop, penyebab dari meningkatnya perilaku konsumtif ini adalah TikTok Shop menjual barang cenderung lebih murah dibandingkan dengan aplikasi *e-commerce* lainnya dimana TikTok juga memberikan influencer TikTok maupun Artis bahkan siapapun pengguna TikTok yang sudah terhubung dengan TikTok Affiliate untuk membuat iklan-iklan barang di TikTok Shop dengan membuat fitur keranjang kuning dimana hal ini membuat pengguna TikTok lebih tertarik untuk berbelanja di TikTok Shop selain itu juga TikTok cenderung lebih banyak memberikan voucher gratis ongkir untuk pengguna TikTok Shop, dengan hal ini dapat meningkatkan perilaku konsumtif dan hedonism(Nur Madhinatul) Jamaluddin Arifin; Herdianty R, 2023)³¹.

Peneliti terdahulu yang terakhir yaitu Gaya hidup hedonisme dalam kalangan mahasiswa yang mana cenderung berkaitan dengan perilaku ataupun budaya konsumtif, dimana di kalangan mahasiswa memiliki rasa untuk bersenang-senang untuk memenuhi bahwa posisi mahasiswa tersebut lebih hebat sehingga senang untuk membeli barang-barang diluar kebutuhan seperti membeli barang-barang mewah atau branded, hp lebih bagus dan juga suka datang dan juga menikmati dalam *clubbing*, hal ini dilakukan untuk memenuhi kepuasan dalam diri dan memenuhi gengsi dan membuat kedudukan social dalam dunia perkebean lebih tinggi (Vionnalita

²⁸ Mahasiswa Ilmu Ekonomi, "INDEPENDENT : Journal Of Economics E-ISSN 2798-5008" 1 (2021): 207-18, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/independe nt/article/view/43637/37512>.

²⁹ Jurnal Manajemen Bisnis, "Digital Marketing Dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian I Putu Lugra Agusta Pranawa (1) Agus Putu Abiyasa (2)" 16, no. 4 (2019): 58-74.

³⁰ D A N Gaya, Hidup Hedonis, and Terhadap Transaksi, "PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN , PERILAKU KONSUMTIF ," 01 (2020): 94-103.

³¹ Universitas Muhammadiyah Makassar, "Journal of Education Social Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Tiktok Pada Mahasiswa," no. 277 (2023): 277-88, <https://www.etdci.org/journal/ijesd/article/view/948/550>.

Jennyya; Maria Heny Pratiknjo; Selvie Rumampuk, 2021)³².

Media sosial *e-commerce* telah memberikan peran signifikan dalam transformasi dinamika sosial, khususnya dalam konsumerisme dan hedonisme. Melalui platform *e-commerce* seperti TikTok Shop dan Shopee, Tindakan konsumtif yang semula didorong oleh kebutuhan fungsional kini lebih banyak dipengaruhi oleh dorongan untuk memperoleh pengakuan sosial dan kepuasan instan. Algoritma yang digunakan oleh media sosial *e-commerce* secara efektif menciptakan ekosistem di mana konsumen dipaparkan secara terus-menerus terhadap produk-produk yang dipersonalisasi sedemikian mungkin berdasarkan preferensi dan perilaku online mereka. Hal ini mendorong peningkatan pembelian impulsif dan perilaku konsumtif yang lebih berorientasi pada kesenangan jangka pendek daripada kebutuhan esensial, sehingga memperkuat budaya hedonisme di kalangan mahasiswa.

METODE PENELITIAN

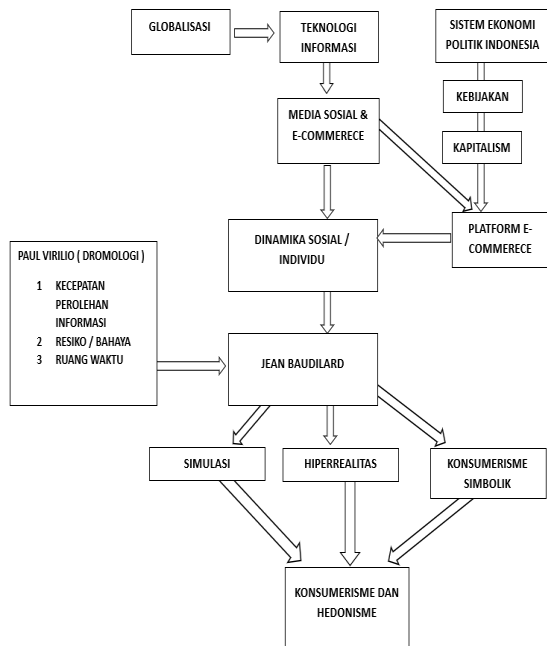
Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, Penelitian deskriptif menjadi cara peneliti untuk mempresentasikan dan mengolah data dari fenomena yang diteliti dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui studi literatur dan juga eksplorasi yang bertujuan agar dapat mengungkap tentang bagaimana globalisasi dengan percepatan teknologi informasi di bidang media sosial dan *e-commerce* dapat mengubah dinamika sosial di kalangan mahasiswa dengan menggunakan persepektif dari Jean Baudilard. dan didukung oleh teori dari Virilio.

Unit amatan dalam penelitian ini yaitu dilakukan penelitian di area kota Salatiga dengan objek amatan yaitu mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana. Sementara unit analisis dalam penelitian ini adalah penggunaan media sosial *e-commerce* di kalangan mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) dalam penggunaan media sosial *e-commerce* seperti shopee dan TikTok Shop.

Teknik pengumpulan data melalui kajian Pustaka dan didukung dengan eksplorasi dengan pengamatan, dan wawancara Bersama beberapa subjek penelitian. Analisis data dilakukan melalui kajian Pustaka dengan menafsirkan hasil analisis dengan menghubungkannya dengan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian, perspektif Jean Baudrillard dan Paul Virilio. Analisis data dalam penelitian ini didukung oleh eksplorasi perilaku mahasiswa yang diperoleh melalui pengamatan dan wawancara. Pengamatan dilakukan dalam berbagai situasi seperti di kampus, tempat nongkrong, dan aktivitas belanja online untuk mengamati langsung perilaku konsumtif dan hedonis mahasiswa. Selain itu, wawancara mendalam dengan beberapa mahasiswa memberikan wawasan mengenai pandangan dan pengalaman mereka terkait konsumerisme dan hedonisme, serta dampak media sosial dalam kehidupan mereka. Hasil dari pengamatan dan wawancara ini dikombinasikan dengan temuan dari kajian pustaka untuk memberikan analisis yang lebih komprehensif dan mendalam.

Berikut ini adalah bagan dari kerangka penelitian:

³² Ratulangi, "GAYA HIDUP HEDONISME DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS SAM RATULANGI."



Gambar: Kerangka Penelitian
 Sumber: Data Pribadi (dibuat oleh penulis)

Secara singkat era globalisasi merupakan perubahan global yang terjadi di seluruh dunia memiliki yang sangatlah besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia di semua lapisan masyarakat. Baik di bidang ekonomi, sosial, politik, teknologi, lingkungan, budaya, dan sebagainya.

Perkembangan dari globalisasi itu salah satunya adalah media sosial sebagai sarana percepatan perolehan informasi yang mampu dengan cepat mengubah dinamika sosial di dalam masyarakat, melalui penelitian ini akan mengungkap keterkaitan terhadap perilaku hedonisme dan konsumerisme dengan perkembangan IPTEK dan adanya media sosial maupun e-commerce Dimana rumusan masalah pada penelitian ini memfokuskan bagaimana penggunaan media dari social e-commerce mengakibatkan perilaku hedonisme di kalangan mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemerintah Indonesia mempunyai visi untuk menjadikan Indonesia sebagai negara dengan kapasitas digital ekonomi terbesar di Asia Tenggara. dikarenakan Indonesia salah satu negara dengan pengguna internet terbesar di dunia yaitu mencapai 93,4 juta orang bahkan 71 juta pengguna *smartphone*³³. Dengan hal ini pemerintah melihat adanya potensi besar sehingga pemerintah menargetkan dapat terciptanya 1.000 *technopreneurs* dengan valuasi bisnis sejumlah USD 10 miliar dengan nilai mencapai USD 130 miliar di tahun 2020³⁴. Akan tetapi pemerintah belum mempunyai kebijakan atau peta jalan pengembangan di Indonesia, sehingga pemerintah menerbitkan kebijakan tersebut. Adanya kebijakan ini akan mengutamakan serta melindungi kepentingan nasional, khususnya terhadap UMKM dan *start-up* di Indonesia, kebijakan ini akan menjadi acuan pemerintahan Indonesia ataupun pemangku kepentingan lainnya. Berdasarkan Perpres tentang kebijakan atau peta jalan, memiliki 8 aspek regulasi, yaitu sebagai berikut:

1. Pendanaan berupa: KUR untuk *tenant* pengembangan *platform*, Hibah untuk incubator bisnis pendamping *start-up*, Dana USO untuk UMKM *digital* dan *start-up platform*, *angel capital*, *seed capital* dari bapak angkat, *crowdfunding* dan pembukaan DNI.
2. Perpajakan dalam bentuk: pengurangan pajak bagi investor lokal yang investasi di *start-up*, penyederhanaan izin atau prosedur perpajakan bagi *start-up* yang omzetnya dibawah Rp.4,8miliar per-tahun dan

³³ Mth Kominfo, "Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar Di Asia Tenggara," Kominfo.go.id, 2015, <https://www.kominfo.go.id/content/detail/6441/i>

ndonesia-akan-jadi-pemain-ekonomi-digital-terbesar-di-asia-tenggara/0/berita_satker.

³⁴ Kominfo.

persamaan perlakuan perpajakan sesama pengusaha.

3. Perlindungan Konsumen melalui: Peraturan Pemerintah tentang transaksi perdagangan melalui sistem elektronik, harmonisasi regulasi, sistem pembayaran perdagangan dan pembelanjaan barang atau jasa pemerintah melalui dan pengembangan *national payment gateway* secara bertahap.

4. Pendidikan dan SDM terdiri dari: kampanye kesadaran, program inkubator nasional, kurikulum dan edukasi kepada konsumen, pelaku dan penegak hukum

5. Logistik melalui: pemanfaatan sistem logistik (Sislognas), penguatan perusahaan kurir lokal atau nasional, pengembangan alih data logistik UMKM dan pengembangan logistik dari desa ke kota.

6. Infrastruktur komunikasi melalui pembangunan jaringan *broadband*.

7. Keamanan siber (*cyber security*): penyusunan model sistem pengawasan nasional dalam transaksi, public awareness tentang kejahatan dunia maya dan penyusunan SOP terkait penyimpanan data konsumen, sertifikasi untuk keamanan data konsumen.

8. Pembentukan manajemen pelaksana dengan melakukan monitoring dan evaluasi implementasi peta jalan³⁵.

Karena merupakan hasil kerjasama antara TikTok dengan Tokopedia, TikTok Shop diprediksi akan mengalami sedikit perbedaan daripada sebelumnya. TikTok Shop resmi beroperasi dengan menggandeng Tokopedia. kolaborasi TikTok Shop dengan Tokopedia ini nantinya dikelola

di bawah naungan PT Tokopedia. Kolaborasi ini ditandai dengan TikTok menyuntikkan dana sebesar USD 1,5 miliar atau sekitar Rp 23,2 triliun (kurs Rp 15.486) ke PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GoTo). Fitur layanan belanja dalam aplikasi TikTok secara resmi akan dioperasikan dan dikelola PT Tokopedia, TikTok Shop resmi ditutup pada Rabu 4 Oktober 2023 pukul 17.00 WIB. Penutupan TikTok Shop bukan tanpa alasan. Platform video musik asal Tiongkok itu ditutup terkait masalah perizinan.

Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Teten Masduki mengatakan TikTok Shop tidak memiliki izin berdagang bagi *e-commerce*³⁶. Ia mengungkapkan TikTok Shop hanya memiliki izin Kantor Perwakilan Perusahaan Perdagangan Asing (KP3A).

Izin TikTok Shop harus memiliki izin berdagang sesuai aturan hukum di Indonesia. Karena merupakan hasil kerjasama antara TikTok dengan Tokopedia, TikTok Shop diprediksi akan mengalami sedikit perbedaan daripada sebelumnya. TikTok Shop resmi beroperasi dengan menggandeng Tokopedia. kolaborasi TikTok Shop dengan Tokopedia ini nantinya dikelola di bawah naungan PT Tokopedia. Kolaborasi ini ditandai dengan TikTok menyuntikkan dana sebesar USD 1,5 miliar atau sekitar Rp 23,2 triliun (kurs Rp 15.486) ke PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GoTo). Fitur layanan belanja dalam aplikasi TikTok secara resmi akan dioperasikan dan dikelola. Syarat Izin Jadi *E-commerce* Permendag 31 Tahun 2023 mengatur definisi media sosial, *social commerce*, dan *e-commerce* (lokapasar). Pemilik *e-commerce*³⁷.

³⁵ Menurut Darmin, "Paket Kebijakan Ekonomi XIV," no. November 2016 (2020): 7–8.

³⁶ Aulia Damayanti, "Terungkap Alasan TikTok Shop Ditutup," detikJatim, 2023,

<https://www.detik.com/jatim/bisnis/d-6966407/terungkap-alasan-tiktok-shop-ditutup>.

³⁷ Damayanti.

Pemerintah telah mengatur perizinan untuk beralih menjadi *e-commerce* sejalan munculnya larangan media sosial menjadi *e-commerce*. Aturan tersebut berlaku bagi pelaku usaha dalam negeri maupun luar negeri, disisi lain pelaku usaha wajib memiliki Perizinan Berusaha dalam melakukan kegiatan usaha di sektor perdagangan sesuai ketentuan Peraturan Perundang-undangan mengenai penyelenggaraan Perizinan Berusaha berbasis risiko," aturan pada pasal 3 ayat 1 Pelaku usaha wajib memperoleh Perizinan Berusaha pada masing-masing sektor sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai penyelenggaraan Perizinan Berusaha berbasis risiko.

Pemilik *e-commerce* harus mengatur izin sebagai pelaku usaha di bidang PPMSE, dengan mengajukan permohonan kepada menteri melalui Lembaga OSS. "Perizinan Berusaha Bidang PMSE sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diterbitkan Lembaga OSS untuk dan atas nama menteri," tulis pasal 7 ayat 3. Syaratnya, pertama harus menerangkan identitas pedagang (merchant) luar negeri berupa nama dan alamat negara asal luar negeri. Kedua, izin usaha yang dikeluarkan lembaga berwenang di negara asal yang dilegalisasi. Ketiga, bukti pemenuhan standar atau persyaratan teknis barang dan/atau jasa yang diwajibkan. Keempat, nomor rekening bank yang digunakan untuk transaksi.

Kegiatan sehari-hari masyarakat diwarnai dengan berbagai kegiatan konsumsi yang selanjutnya menjadi fenomena. Saat ini, informasi mengenai kegiatan konsumsi menyerbu kita

kapanpun dan dimanapun. Informasi tersebut tak henti-hentinya menawarkan berbagai barang dan jasa kepada masyarakat melalui iklan diberbagai media cetak dan elektronik, seperti televisi, koran, majalah, radio, internet, dan lain sebagainya. Disisi lain fenomena yang tercipta di dalam masyarakat Indonesia tersebut disertai dengan kemajuan teknologi sehingga melahirkan perkembangan budaya konsumsi yang ditandai dengan perkembangan gaya hidup dan menciptakan masyarakat konsumeris³⁸.

Masyarakat konsumeris ini dijelaskan dengan cermat oleh Jean Baudrillard, seorang filsuf Prancis. Baudrillard menilai bahwa kegiatan konsumsi masyarakat telah mengalami perubahan. Gejala tersebut dapat dilihat dengan jelas pada masyarakat konsumen saat ini³⁹. Menurutnya, konsep konsumsi dalam masyarakat konsumen lebih mengutamakan nilai simbolik dan nilai tandadari barang dan jasa yang dikonsumsinya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kegiatan konsumsi tidak lagi berdasarkan pada pemanfaatan nilai guna, melainkan atas nilai tanda. Oleh karena itu, nilai tanda menjadi sebuah elemen penting dalam masyarakat konsumen, oleh sebab itu untuk membongkar percepatan teknologi mendorong hedonism dan konsumerisme, dibagi ke dalam beberapa konsep yaitu simulasi, hiperalitas, dan konsumsi simbolik⁴⁰.

Jean Baudrillard (Teori Simulasi)

Jean Baudrillard adalah seorang filsuf dan sosiolog Prancis yang terkenal dengan teorinya tentang simulasi dan hyperreality. Teori ini mengeksplorasi

³⁸ Mutia Hastiti; Myrna Laksman-Huntley, "Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard = Masyarakat

Konsumen Menurut Jean Baudrillard," *Universitas Indonesia*, 2013, 12.

³⁹ Laksman-Huntley.

⁴⁰ Laksman-Huntley.

bagaimana dunia modern, dengan perkembangan teknologi dan media massa, telah menciptakan realitas yang terdistorsi melalui representasi dan tiruan⁴¹.

Teori Simulasi Jean Baudrillard adalah konsep yang membahas tentang bagaimana realitas dan representasi realitas menjadi kabur, hingga yang kita anggap sebagai kenyataan adalah simulasi dari realitas itu sendiri. Baudrillard berargumen bahwa dalam masyarakat modern, kita sering terjebak dalam hyperreality, di mana simbol dan tanda-tanda menjadi lebih nyata daripada kenyataan yang sebenarnya⁴² *e-commerce* menyediakan segala kebutuhan sehari-hari dan gaya hidup juga kemudahan.

"menurut saya alasan kenapa saya belanja online terus menerus karena harga yang ada di marketplace atau e-commerce jauh lebih murah dan lebih praktis ketimbang saya harus membeli di toko secara langsung dan harus membandingkan harga produk tersebut di antara toko yang ada." (wawancara dengan informan sdr AS 16 April 2024)

Bagi konsumen, penjual, dan masyarakat secara keseluruhan karena Pembeli dapat berbelanja dari kenyamanan rumah mereka atau dari lokasi mana pun yang memiliki akses internet sehingga membuat individu tersebut terikat tanpa sadar dengan *e-commerce* tersebut karena memiliki produk maupun marketing branding yang menarik dan mudah diingat walaupun terkadang kualitas produk yang bisa saja tidak konsisten seperti gambar produk mungkin tidak mencerminkan kualitas sebenarnya, menyebabkan ketidakpuasan

pelanggan⁴³. *"iya, terkadang saya mendapatkan barang atau pesanan yang kurang baik kualitasnya dengan yang ada di dalam gambar halaman saat saya check out barang tersebut dan hal itu membuat saya jadi kecewa dan kesal"*. (wawancara dengan informan sdr AP 16 April 2024)

Konsep Utama dalam Teori Simulasi Baudrillard yaitu Simulacra dan Simulasi. Simulacra adalah tiruan atau representasi dari sesuatu. Ini bukan sekadar salinan, tetapi sesuatu yang berdiri sendiri dan mulai memiliki makna tersendiri sedangkan simulasi adalah proses menciptakan realitas melalui tiruan. Dalam simulasi, batas antara yang asli dan yang tiruan menjadi kabur, dan seringkali yang tiruan dianggap lebih nyata daripada yang asli⁴⁴. *"ya terkadang saya terjebak dengan iklan atau endorsement yang dilakukan oleh artis yang membawakan endorsement tersebut dan barang yang pas dating tidak sesuai tetapi hal tersebut bisa di maklumi karena mengingat harganya sangat miring."* (wawancara dengan informan sdr.AS16 April 2024)

Dari hasil penelitian ini diperoleh data bahwa terdapat data yang menunjukkan indikasi mahasiswa memiliki paradigma tersendiri yang timbul akibat dari kesenangan, kenyamanan akan ekspetasi yang tinggi Ketika belanja online dengan harga yang jauh lebih murah dan kualitas yang baik ataupun melebihi yang ada di pasar nyata sehingga menimbulkan rasa kecanduan yang berkembang menjadi pola konsumtif hedonisme. *"ya terkadang saya terjebak dengan iklan atau endorsement yang dilakukan oleh artis yang membawakan endorsement tersebut dan barang yang pas dating*

⁴¹ Jean Baudrillard and Ridzki Rinanto Sigit, "Jean Baudrillard and His Main Thoughts," n.d., 113–21.

⁴² Pemikiran Jean Baudrillard, "Media Sosial: Hiperrealitas Dan Simulacra Perkembangan Masyarakat Zaman Now Dalam Pemikiran Jean Baudrillard," n.d., 117–36.

⁴³ Baudrillard.

⁴⁴ Dhery Ane, "Jean Baudrillard: Simulakra Dan Hiperrealitas Masyarakat Postmodern," LSF DISCOURSE, 2023, <https://lsfdiscourse.org/jean-baudrillard-simulakra-dan-hiperrealitas-masyarakat-postmodern/>.

tidak sesuai tetapi hal tersebut bisa di maklumi karena mengingat harganya sangat miring.” (wawancara dengan informan sdr AS 16 April 2024)

Jean Baudrillard (Teori Hiperrealitas)

Hiperrealitas adalah suatu kondisi di mana simulasi atau representasi menjadi lebih nyata atau lebih dipercaya daripada realitas itu sendiri. Dalam Hiperrealitas (hyperreality), kita tidak lagi bisa membedakan antara realitas dan fantasi, karena kita hidup dalam dunia yang dipenuhi oleh simbol dan tanda-tanda yang menggantikan kenyataan seperti keyakinan.

Disisi lain belanja online menawarkan barang dengan harga yang jauh lebih murah dan praktis karena mendapatkan voucher subsidi dari *e-commerece* tertentu. Dari penelitian yang dilakukan didapatkan data bahwa kemudahan Akses dan Kenyamanan Belanja 24/7 juga membuat Konsumen(mahasiswa) dapat berbelanja kapan saja tanpa terbatas oleh jam operasional toko fisik sehingga membuat minat untuk membeli barang secara konvensional menjadi menurun dan dalam beberapa kasus dapat menimbulkan euphoria yang mana kemudahan akses dan kenyamanan berbelanja online membangun paradigma yang menghasilkan rasa kecanduan dan kesenangan yang berlebihan sehingga menimbulkan efek ketergantungan dan membentuk suatu pola konsumtif yang dinamakan hedonisme.”*ya,menurut saya belanja online cukup menyenangkan karena pembayaran yang simple,dan barang yang diperoleh pun kualitasnya tidak kalah dengan yang ada di mall tapi hal yang paling saya sukai adalah Ketika saya bisa mendapatkan harga yang murah dengan kualitas yang sama dengan di*

mall.” (wawancara dengan informan sdr AS 16 April 2024)

Jean Baudrillard (Konsumsi Simbolik)

Perubahan sosial ekonomi dan globalisasi telah berdampak pada pola budaya konsumsi. Melalui perubahan pemaknaan sesuatu yang dikonsumsi sebagai objek menjadi suatu “tanda” dari identitas dan status sosial, masyarakat mengubah orientasi konsumsinya dari memenuhi kebutuhan biologis menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan sosiologis. Aktivitas konsumsi bertransformasi menjadi konsumerisme, bahkan ajaran agama sekalipun melalui ideologi konsumerisme tidak luput menjadi sarana permainan tanda status sosial.

Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard dikendalikan oleh kapitalisme global melalui simulasi yang membawa kita hidup dalam “dunia fantasi”. Pada intinya konsumsi telah menjadi kegiatan dan identitas masyarakat postmodern. Individu memaknai semakin pentingnya aktivitas konsumsi baik dalam pengalaman personal maupun pergaulan sosial. Konsumerisme telah merasuki arena kehidupan keseharian masyarakat, terutama sekali di wilayah perkotaan. Hal ini sangat dimungkinkan karena kota didesain sebagai ruang konsumen (*consumer space*) yang diharapkan mampu memuaskan kebutuhan kelas menengah baru salah satu kegiatan konsumtif yang dilakukan seperti kebiasaan menghabiskan waktu luang di mall yang mana hal ini sejalan dengan perilaku mahasiswa yang mana kebanyakan dari mereka baru merasakan kebebasan atau lepas dari pengawasan orangtua sehingga pengaruh teman sebaya,lingkungan pergaulan dan media social menjadi lebih dominan yang secara tidak langsung mempengaruhi Tingkat konsumsi akan kebutuhan-kebutuhan

penunjang seperti fashion maupun kebutuhan lainnya.

Paul Virilio (Konsep Dromologi)

Paul Virilio adalah seorang filsuf dan teoritikus budaya asal Prancis yang dikenal dengan konsepnya tentang dromologi, yaitu studi tentang kecepatan dan dampaknya terhadap masyarakat dan budaya⁴⁵. Virilio meneliti bagaimana percepatan teknologi dan transportasi mempengaruhi cara kita hidup, bekerja, dan berinteraksi dengan dunia sekitar. Kecepatan sebagai Faktor Dominan, Virilio berargumen bahwa kecepatan telah menjadi faktor dominan dalam masyarakat modern. Segala sesuatu mulai dari komunikasi hingga transportasi telah dipercepat oleh teknologi⁴⁶. Menurutnya, Kecepatan bukan hanya soal transportasi fisik, tetapi juga informasi dan komunikasi. Dengan internet dan teknologi digital, informasi dapat disampaikan hampir seketika.

Menurut Paul Virilio Dromologi secara spesifik yaitu berbagai proses kecepatan perkembangan dan perubahan kultural jauh dari sebelumnya. Hal ini disebabkan adanya pengaruh yang kuat dari kehadiran teknologi di tengah masyarakat sebagai jalan baru dalam menopang kehidupan personal maupun kehidupan sosialnya.⁴⁷ *“ya, lingkungan saya cukup berpengaruh menurut saya dalam pengambilan Keputusan dalam pembelian barang saya entah sebagai sarana pendukung maupun sebagai objek untuk pamer.”* (wawancara dengan informan sdr AS dan sdr AP 16 April 2024).

Disisi lain meskipun teknologi menawarkan banyak manfaat, juga memiliki beberapa risiko dan dampak negatif seperti pencurian data data pelanggan sehingga dapat menjadi target

serangan siber, yang mengakibatkan pencurian informasi pribadi seperti nomor kartu kredit, alamat, dan nomor telepon juga penipuan Online, Penipuan dengan kartu kredit, identitas palsu, dan penipuan transaksi adalah ancaman nyata seperti dari datayang telah didapatkan terdapat suatu keadaan Dimana mahasiswa terjebak dengan scam atau penipuan yang mengatasnamakan pihak *e-commerce* tertentu yang menawarkan promo sehingga terjebak lalu dan juga mahasiswa kerap mendapatkan spam telepon dari pihak yang tidak dikenal yang mengatasnamakan *e-commerce* tersebut yang tanpa sadar bahwa data pribadi dan identitas mahasiswa telah tersebar kepada pihak yang tidak bertanggung jawab. *“Ya ,terkadang saya mendapati beberapa kali sms ataupun pesan whatsapp masuk ke handphone saya mengatasnamakan pinjol ataupun Upaya peretasan lainnya dan saya pun juga agak merasa was was dalam menggunakan sosial media”* (wawancara dengan informan sdr AP16 April 2024).

Konsumerisme Dan Hedonisme

Hedonisme adalah gaya hidup hanya memikirkan kebahagiaan semata. Tetapi, perilaku ini tidak muncul begitu saja. Terdapat beberapa faktor penyebab gaya hidup hedonis baik internal dan eksternal.

gaya hidup hedonisme adalah dari faktor pribadi. Setiap manusia pasti mempunyai sifat dasar alamiah ingin mendapatkan kebahagiaan dan kesenangan. Tetapi karena manusia tidak merasa puas dan tidak bisa mengontrol dirinya, maka Anda bisa terjerumus pada gaya hidup hedonis.

Penyebab gaya hidup hedonis mudah terjadi salah satunya adalah karena faktor keluarga. Apabila

⁴⁵ Paul Virilio, “Memahami Konsep Dromologi” 2, no. 1 (2022): 15–29.

⁴⁶ Virilio.

⁴⁷ Virilio.

seseorang lahir dalam keluarga dengan fasilitas kemudahan dan kemewahan sudah tersaji, maka hal ini bisa berpotensi Anda mengidap gaya hidup hedonism, namun faktor Lingkungan Sosial

Juga merupakan penyebab gaya hidup hedonis secara eksternal. Apabila seseorang terbiasa bergaul dengan orang-orang bergaya hidup hedonisme, maka kemungkinan besar dirinya akan menjadi hedon juga *"Ya menurut saya peran lingkungan dan orang terdekat cukup berpengaruh dalam pengambilan Keputusan saya dalam checkout barang tertentu ya soalnya saya juga senang jika ada yang merespon baik ya"*. AS DAN R 16 April 2024).

Menurut KBBI, hedonisme adalah pandangan yang meyakini bahwa kesenangan dan kepuasan materi merupakan hal terpenting dalam hidup. Orang yang menganut paham hedonisme cenderung fokus pada kesenangan sesaat. hedonisme adalah istilah yang berasal dari bahasa Yunani *"hedone"* yang berarti "kesenangan". Pandangan hidup hedonisme menganggap kesenangan sebagai hal yang paling berharga dalam hidup⁴⁸.

Pandangan hedonisme sering dihubungkan dengan perilaku yang konsumtif dan hedonis. Orang yang menganut hedonisme akan selalu mencari cara untuk mendapatkan kesenangan, baik itu kesenangan materi, fisik, maupun batin. Salah satu contoh gaya hidup hedonisme yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari dapat dilihat dari perilaku berbelanja berlebihan tanpa memikirkan kebutuhan yang lebih penting⁴⁹. Penganut hedonisme yang disebut hedonis percaya bahwa kebahagiaan dapat diperoleh

dengan memenuhi keinginan dan hasrat pribadi, tanpa memperhatikan konsekuensinya.

Salah satu ciri-ciri utama hedonisme adalah seringkali dikaitkan dengan konsumerisme berlebihan. Orang yang berpandangan hedonisme cenderung memiliki perilaku konsumtif. Hedonisme akan membuat orang membeli barang-barang atau jasa yang diinginkan, tanpa memperhitungkan kebutuhannya. Mereka beranggapan bahwa memiliki banyak barang akan membuatnya merasa senang dan puas⁵⁰. *"ya, menurut saya barang branded sangat berpengaruh terhadap penilaian orang sekitar terhadap diri kita dan itupun menurut saya sebagai self-branding kita ya"* (wawancara dengan informan sdr AS DAN AP 16 April 2024)

Disisi lain Seseorang yang menganut paham hedonis akan selalu merasa kurang dengan apa yang dimiliki. Secara tidak langgung orang tersebut selalu ingin mendapatkan kesenangan yang lebih meskipun telah memperoleh banyak kenikmatan. Secara perlahan, hal ini dapat membuat orang yang menjalani gaya hidup hedonisme akan terjebak dalam lingkaran kesenangan yang tidak pernah berakhir⁵¹.

Salah satu ciri orang yang menganut paham hedonisme adalah mudah dipengaruhi maka hal ini sangat sejalan dengan pola perkembangan kemelekan teknologi yang didapatkan mahasiswa sebagai kaum yang lebih cepat tanggap akan perkembangan dan kecepatan teknologi. Hal ini dikarenakan mereka lebih mementingkan kesenangan sesaat tanpa berpikir terlebih dahulu dan cenderung Ikut-ikutan dikarenakan Sebagian besar dari mahasiswa tersebut masih dalam proses tahap mencari dan

⁴⁸ Cimbniaga, "Hedonisme Adalah: Definisi, Ciri-Ciri, Dan Cara Mengatasi," [cimbniaga.co.id](https://www.cimbniaga.co.id), n.d., <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/gayahidup/hedonisme-adalah>.

⁴⁹ Cimbniaga.

⁵⁰ Cimbniaga.

⁵¹ Cimbniaga.

mengembangkan jati diri atau identitas diri mereka, orang yang memiliki paham hedonisme juga adalah orang yang cenderung tidak mau ketinggalan *trend* yang sedang populer. Mereka sering membeli barang-barang atau melakukan kegiatan untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain⁵². *“ya, perkembangan trend di kalangan komunitas dan circle pertemanan cukup mempengaruhi saya dalam memutuskan pembelian barang yang semakin dimudahkannya dengan adanya e-commerce seperti shopee”* (wawancara dengan informan sdr AS DAN AP 16 April 2024).

Dapat diartikan bahwa perilaku dari konsumerisme dan hedonism di kalangan mahasiswa ialah membeli sesuatu diluar kebutuhan didukung dengan adanya transformasi teknologi informasi yang dapat diakses dengan mudah serta menyediakan aplikasi ataupun media sosial yang dimana ini merupakan faktor yang membuat mahasiswa sebagai konsumen dengan cepat mengambil sebuah keputusan untuk membeli barang dengan mudah sesuai dengan keinginan mahasiswa sebagai konsumen.

SIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan menggunakan metode amatan menggunakan perspektif jean baudillard, didapatkan adanya perubahan atau transformasi terhadap dinamika sosial di lingkungan mahasiswa yang di sebabkan karena maraknya perilaku konsumerisme maupun hedonisme.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kecenderungan sikap konsumerisme dan hedonisme dalam penggunaan media sosial *e-commerce* seperti tiktokshop maupun shopee. Perilaku ini ditandai dengan pembelian

impulsif, penggunaan media sosial yang berlebihan, dan pengaruh sosial dari teman sebaya. Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku ini termasuk tekanan social secara tidak langsung, pengaruh terhadap tren terkini di media sosial, dan kebutuhan untuk tampil sesuai standar social juga untuk mendapatkan pengakuan tertentu dari lingkungan tempatnya. Penelitian ini juga menemukan bahwa platform seperti Shopee dan TikTok Shop memberikan pengalaman konsumsi yang baik dan memuaskan sehingga menimbulkan ketergantungan secara tidak sadar.

Melalui beberapa tindakan yang termasuk dalam simulasi dan hiperrealitas ditemukan bahwa di mana produk dan gaya hidup yang dipromosikan seringkali melebihi realitas objektif sehingga mahasiswa sebagai kaum yang lebih melek terhadap perubahan jaman dan teknologi menjadi lebih aktif. Mahasiswa menggunakan platform ini tidak hanya untuk berbelanja, tetapi juga untuk membangun identitas dan status sosial mereka dikarenakan rasa haus akan kepuasan dan penerimaan dari lingkungan sebaya yang secara tidak langsung di jembatani oleh percepatan perkembangan media dan sarana pemenuhan akses kebutuhan.

DAFTAR PUSTAKA

Abrianto, Danny, and Vinna Salwa Arani. “Analisis Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus : Mahasiswa Ilmu Filsafat Universitas Pembangunan Panca Budi Medan),” n.d., 79-87.

Academy, TikTok Shop. “Ketentuan Layanan Penjual Untuk Shop.” seller-id.tokopedia, 2024. https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=5833735817053953&default_language=id-ID&identity=1.

⁵² Universitas S A M Ratulangi, “GAYA HIDUP HEDONISME DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS SAM RATULANGI” 14, no. 3 (2021):

1-16, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/34482>.

———. “Syarat Dan Ketentuan Program 100% Asli TikTok Shop.” seller-id.tokopedia, 2024. https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=8498611948898050&default_language=id-ID&identity=1.

Admin. “ERA DIGITAL, Kemajuan Teknologi Telah Mempengaruhi Gaya Hidup Dan Pola Pikir Masyarakat,” 2023. <https://dppkbpmpa.pontianak.go.id/informasi/berita/era-digital-kemajuan-teknologi-telah-mempengaruhi-gaya-hidup-dan-pola-pikir-masyarakat>.

Ane, Dhery. “Jean Baudrillard: Simulakra Dan Hiperrealitas Masyarakat Postmodern.” LSF DISCOURSE, 2023. <https://lsfdiscourse.org/jean-baudrillard-simulakra-dan-hiperrealitas-masyarakat-postmodern/>.

Baudrillard, Jean, and Ridzki Rinanto Sigit. “Jean Baudrillard and His Main Thoughts,” n.d., 113–21.

Baudrillard, Pemikiran Jean. “Media Sosial: Hiperrealitas Dan Simulakra Perkembangan Masyarakat Zaman Now Dalam Pemikiran Jean Baudrillard,” n.d., 117–36.

Bisnis, Jurnal Manajemen. “Digital Marketing Dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian I Putu Luga Agusta Pranawa (1) Agus Putu Abiyasa (2)” 16, no. 4 (2019): 58–74.

Cimbniaga. “Hedonisme Adalah: Definisi, Ciri-Ciri, Dan Cara Mengatasi.” cimbniaga.co.id, n.d. <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/gaya-hidup/hedonisme-adalah>.

Damayanti, Aulia. “Terungkap Alasan TikTok Shop Ditutup.” detikJatim, 2023. <https://www.detik.com/jatim/bisnis/d-6966407/terungkap-alasan-tiktok-shop-ditutup>.

Dan, Dinamika Internasional, Domestik Di, and Era Borderless. *REVOLUSI DIGITAL DAN LOKALITAS: REVOLUSI DIGITAL DAN LOKALITAS* :, 2020.

Darmin, Menurut. “Paket Kebijakan Ekonomi XIV,” no. November 2016 (2020): 7–8.

Dasar, Jurnal Pesona. “Pembaharuan Dalam Pemanfaatan Hasil-Hasil Teknologi.” 3, no.

3 (2015): 1–14.

Dewi Trisna Larasati. “Globalisasi Dan Digitalisasi : Bagaimana Perilaku Konsumen Dan Tren Pemasaran?” Kumparan.com, 2022. <https://kumparan.com/dewi-trisna-larasati/globalisasi-dan-digitalisasi-bagaimana-perilaku-konsumen-dan-tren-pemasaran-1xGYggT56LF>.

Ekonomi, Mahasiswa Ilmu. “INDEPENDENT: Journal Of Economics E-ISSN 2798-5008” 1 (2021): 207–18. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/independent/article/view/43637/37512>.

Gaya, D A N, Hidup Hedonis, and Terhadap Transaksi. “PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN , PERILAKU KONSUMTIF ,” 01 (2020): 94–103.

Goffman, Dramaturgi Erving. “EQUILIBRIA PENDIDIKAN Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi” 2, no. 1 (2017).

Grattia, Martha. “Globalisasi Adalah: Pengertian Menurut Para Ahli, Penyebab, Dan Dampak.” detikedu, 2023. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6655870/globalisasi-adalah-pengertian-menurut-para-ahli-penyebab-dan-dampak>.

K, Amira. “Iptek Adalah: Pengertian, Ciri, Manfaat, Dampak Positif Dan Negatif.” Gramedia Blog, n.d. <https://www.gramedia.com/literasi/iptek>.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. “Paket Kebijakan Ekonomi XIV.” Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2016. <https://www.ekon.go.id/info-sektoral/18/295/paket-kebijakan-ekonomi-xiv#:~:text=Melalui Paket Kebijakan Ekonomi XIV,efisien dan terkoneksi secara global>.

Kominfo, Mth. “Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar Di Asia Tenggara.” Kominfo.go.id, 2015. https://www.kominfo.go.id/content/detail/6441/indonesia-akan-jadi-pemain-ekonomi-digital-terbesar-di-asia-tenggara/0/berita_satker.

Laksman-Huntley, Mutia Hastiti; Myrna. “Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard = Masyarakat Konsumen Menurut Jean Baudrillard.” *Universitas Indonesia*, 2013, 12.

Lestari, Hesti Puji. "TikTok Shop Resmi Gabung Tokopedia, Apa Bedanya Dengan Yang Lama?" *Teknologi Bisnis.com*, 2023. <https://teknologi.bisnis.com/read/20231211/266/1722719/tiktok-shop-resmi-gabung-tokopedia-apa-bedanya-dengan-yang-lama>.

Makassar, Universitas Muhammadiyah. "Journal of Education Social Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Tiktok Pada Mahasiswa," no. 277 (2023): 277-88. <https://www.etdci.org/journal/ijesd/article/view/948/550>.

Ratulangi, Universitas S A M. "GAYA HIDUP HEDONISME DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS SAM RATULANGI" 14, no. 3 (2021): 1-16. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/holistik/article/view/34482>.

Renaningtyas, Maria Agatha. *Belajar Dari TikTok Shop : The Iceberg*, n.d.

RI, Kementerian Perdagangan. "PP Nomor 80 Tahun 2019: Pemerintahan Lahirkan Peraturan Pemerintah Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik." Kementerian Perdagangan RI, 2019. <https://www.kemendag.go.id/berita/siaran-pers/pp-nomor-80-tahun-2019-pemerintah-lahirkan-peraturan-pemerintah-tentang-perdagangan-melalui-sistem-elektronik>.

Setiawan, Joko. "Apa Itu Shopee." *konigle*, 2023. <https://konigle.com/p/apa-itu-shopee>.

Shopee. "[Tentang Shopee] Di Negara Negara Mana Saja Shopee Tersedia?" help.shopee.co.id, 2020. <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73035-%5BTentang-Shopee%5D-Di-negara-negara-mana-saja-Shopee-tersedia%3F>.

Sugihartati, Rahma. "Perdagangan Daring Di Era Kapitalisme Informatif." *Kompas.id*, 2018. <https://www.kompas.id/baca/opini/2018/01/12/perdagangan-daringdi-era-kapitalisme-informatif>.

TikTok. "TikTok Adalah Platform Di Mana Konten Dan Transaksi Belanja Bertemu, Membantu Konsumen Menemukan Dan Melakukan Pembelian Berikutnya." *TikTok*, 2023. <https://newsroom.tiktok.com/id/tiktok-adalah-platform-di-mana-konten-dan-transaksi-belanja-bertemu-membantu-konsumen-menemukan-dan-melakukan>

pembelian-berikutnya.

Virilio, Paul. "Memahami Konsep Dromologi" 2, no. 1 (2022): 15-29.