

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

Pada bab ini berisikan bagian penutup dari hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian sebelumnya, bagian penutup ini terdapat dua hal yakni kesimpulan maupun saran dalam penelitian ini.

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan data-data yang peneliti dapatkan selama melakukan penelitian maka peneliti dapat menarik kesimpulan yakni: media secara tidak langsung sangat berperan penting dalam hal menampilkan berbagai pilihan yang dapat dipilih dalam hal memenuhi kebutuhan pokok kita sehari-hari, baik dalam bentuk barang maupun jasa. Hal inilah yang membuat media menjadi salah satu penyebab terjadinya perilaku konsumtif di masyarakat, khususnya di Kos Harapan Baik, Kelurahan Kayu Putih, Kota Kupang. Media berperan dengan cara menampilkan iklan dari berbagai situs belanja online tidak terkecuali *Shopee*. Hal ini membuat mahasiswa yang tinggal di Kos Harapan baik menjadi tertarik menggunakan aplikasi *Shopee* dan menyebabkan terjadinya perilaku belanja online secara konsumtif. Terdapat dua hal yang menjadi dampak belanja online secara konsumtif menggunakan situs belanja online *Shopee* oleh mahasiswa yang tinggal di Kos Harapan Baik Kelurahan Kayu Putih, yaitu dampak positif dan juga dampak negatif. Dampak positif dari penggunaan situs belanja online *Shopee* sendiri antara lain ingin tampak beda dari orang lain, yaitu dengan melakukan pembelian terus menerus menggunakan situs *Shopee* agar terlihat lebih berbeda apa yang dia miliki dengan orang lain. Selain itu ingin menarik perhatian orang

lain, yaitu dengan melakukan pembelian barang di *Shopee* yang kualitasnya bagus membuat orang yang melihatnya pun jadi tertarik dengan apa yang dia gunakan sehingga orang lain pun akan ikut-ikutan untuk menggunakan *Shopee* untuk melakukan belanja secara online.

Dampak negatif dari penggunaan *Shopee* secara berlebihan juga akan membuat mereka lupa akan kebutuhan yang mereka butuhkan kedepannya. Mereka cenderung hidup boros dan tidak memikirkan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi sehingga mereka kesulitan dalam mengatur keuangan. Jika sudah kesulitan untuk mengatur keuangan, mereka juga akan sulit menyisihkan sedikit uang yang mereka miliki untuk menabung.

## **6.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di atas, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi konsumen belanja online, khususnya pengguna situs belanja online *Shopee*, diharapkan agar para pengguna lebih cermat dalam menggunakan situs belanja online dan lebih bijak dalam menentukan perbelanjaan yang pas dalam segi pengeluaran
2. Bagi Program Studi Ilmu Komunikasi diharapkan agar penelitian ini bisa menjadi pedoman bagi program studi ilmu komunikasi dan juga menjadi pedoman tambahan diperpustakaan Ilmu Komunikasi
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mengkaji lebih banyak sumber dan referensi terkait perilaku konsumtif mahasiswa yang berkaitan dengan belanja online, peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri

dalam proses pengambilan dan pengumpulan data sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

### SUMBER BUKU

- Dhifa Nabila, dkk. 2020. *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0*. Malang: Citra Intan Selaras
- Effendy, Onong Uchjana. 2000, *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Edi Warsidi. 2015 *Perilaku konsumtif merusak karakter bangsa*. Jakarta Timur: cv. Risky ditya komp
- Jonathan, Sarwono. (2006) *Metode penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Moleong, 2013. *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Ricky Rachmanto. 2014. *Membangun Online Shop dengan Wordpress*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Sujarweni Wiratna. V. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustakabarupress
- Suprpto, (2013). *Metodologi Penelitian Ilmu Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Pengetahuan Sosial*. Buku Seru. Jakarta
- Triwibowo Cecep, 2015. *Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Yogyakarta: Nuha Medika
- Walgito, Bimo. 2003. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset
- Walgito, Bimo. 2002. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset

### Modul

- Antonius, Darus. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bahan Ajar di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang
- Anotonius, Darus. 2019. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bahan Ajar di Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang
- P Bouk, Hendrik, 2018 Psikologi Komunikasi, Bahan Ajar Di Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip, Universitas Katolik Widya Mandira

### Sumber internet

- Ade Minanda, Suharty Roslan dan Dewi Anggraini. 2018. *Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari* (Diakses pada tanggal 9 Januari 2022, Pukul 19.00 Wita) melalui link <https://media.neliti.com>
- Chaca Andira Sari, 2020. *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga* (Diakses pada tanggal 9 Januari 2022, Pukul 18.00 Wita) melalui link <http://journal.unair.ac.id>

Fahlepi Roma Doni, 2017. ***Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja*** (Diakses pada tanggal 13 Januari 2022, Pukul 22.00 Wita) melalui link <https://ejournal.bsi.ac.id>

Kurniawan Chandra, 2017. ***Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa*** (Diakses pada tanggal 12 Januari 2022, Pukul 17.20 Wita) melalui link <https://jurnal.univpgr-palembang.ac.id>