

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Paparan Data dan Temuan Penelitian**

Masjid Nurul Qur'an merupakan masjid yang berada di Jl. P Trunojoyo Gang IX yang dibangun pada tanggal 17 Agustus 2019 tepat di usia Indonesia yang ke-74 tahun. Adapun pengerjaan pembangunan masjid ini kurang lebih 1 tahun lamanya. Pemberian nama Nurul Qur'an dipilih dengan alasan pendiri dari masjid ini ingin memperoleh barokahnya Al-Qur'an atau sinarnya Al-Qur'an. Selaras dengan namanya, masjid ini sering digunakan masyarakat sekitar sebagai tempat mengaji, tadarus, dan tilawah qur'an.

Sesuai dengan fungsinya masjid ini sudah banyak memberikan manfaat kepada warga sekitar salah satu yang utama ialah sebagai tempat beribadah yaitu sholat berjamaah, pengajian dan tempat belajar para santri. Namun sejauh ini masjid Nurul Qur'an tidak digunakan untuk sholat jum'at dengan alasan sudah banyak masjid sekitar yang telah membuka untuk pelaksanaan sholat jum'at. Masjid Nurul Qur'an diresmikan pada tahun 2021 yang dihadiri langsung Kepala Camat Kabupaten Pamekasan, Kepala Desa Laden Pamekasan, dan warga sekitar yang ikut menyaksikan peresmiannya.

Untuk selanjutnya peneliti akan memaparkan paparan data dan temuan penelitian yang diperoleh melalui proses wawancara, observasi, dan dokumentasi yang telah dilakukan sebelumnya, kepada saudari Tri

Mulyani Wulandari, Salamatul Maghfiroh selaku anggota remaja masjid, dan Khairu Ramadanal Akbar selaku ketua remaja masjid dengan tujuan untuk memperoleh data yang valid yang sesuai dengan temuan di lapangan, dan berikut hasilnya:

### **1. Gambaran Perilaku Konsumtif Remaja Masjid Nurul Qur'an**

Perilaku konsumtif merupakan perilaku di mana seseorang cenderung mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, terkadang melebihi kemampuan finansial yang dimiliki. Untuk memperoleh jawaban tentang gambaran perilaku konsumtif yang dialami Remaja Masjid Nurul Qur'an peneliti melakukan wawancara langsung pada tanggal 23 Februari 2024 dengan beberapa Remaja Masjid Di Nurul Qur'an dengan diawali pertanyaan tentang bagaimana gambaran perilaku konsumtif yang dialami komunitas Remaja Masjid Nurul Qur'an.

Adapun hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan informan pertama Tri Mulyani Wulandari selaku anggota Remaja Masjid Nurul Qur'an menjawab:

“Gambaran tentang perilaku konsumtif sesuai dengan yang saya alami pribadi yaitu seperti, membeli barang yang pada dasarnya saya sudah memiliki barang yang serupa, misal kerudung pashmina warna pink lalu saya membeli lagi pashmina warna pink yang lebih kalem, pink yang lebih cerah. Contoh lainnya, misalnya baju, sebenarnya baju di lemari bisa dikategorikan banyak, namun saya tetap saja suka membeli baju baru, karena modelnya yang terbaru, warnanya yang lucu, harganya yang *affordable*, dan lain sebagainya”.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Tri Mulyani Wulandari, Wawancara Langsung, 23 Februari 2024

Hal senada juga disampaikan saudari Salamatul Maghfiroh selaku informan kedua yang juga merupakan anggota Remaja Masjid Nurul Qur'an. Berikut petikan hasil wawancara:

“Gambarannya ialah seperti, mengikuti trend tiktok, merasa perlu membeli barang atau pakaian tertentu yang sesuai dengan trend. Sengaja menonton tiktok live ada barang bagus terus dibeli, kemudian membeli barang secara cuma-cuma hanya karena ada penawaran gratis ongkir. Menghabiskan uang secara berlebihan pada barang-barang yang mungkin tidak saya butuhkan, namun saya anggap penting karena dinilai sebagai salah satu barang modis dan belum saya miliki. Ini bisa termasuk membeli pakaian, sepatu, makanan cepat saji, dan barang-barang lainnya”.<sup>2</sup>

Terkait dengan gambaran perilaku konsumtif, peneliti juga bertanya kepada Khairu Ramadanal Akbar selaku ketua Remaja Masjid Nurul Qur'an untuk menegthahui gambaran perilaku konsumtif remaja masjid tersebut, sebagaimana yang dijawab olehnya ialah:

“Sejauh ini gambaran perilaku konsumtif yang dialami oleh komunitas Remaja Masjid ialah pembelian barang dengan harga yang *pricy* dengan tujuan untuk memperoleh status sosial, serta kecenderungan untuk mengikuti *trend* terbaru tanpa mempertimbangkan nilai atau kebutuhan yang sebenarnya”.<sup>3</sup>

Lalu untuk timbulnya perilaku konsumtif pasti tidak akan lepas dari di beberapa pemicu yang melatar belakanginya, seperti yang disampaikan oleh informan pertama Tri Mulyani Wulandari yaitu sebagai berikut:

“Hal yang paling sering terjadi dan dialami ialah adanya penawaran diskon besar-besaran yang sangat menggiurkan,

---

<sup>2</sup> Salamatul Maghfiroh, Wawancara Langsung, 25 Februari 2024

<sup>3</sup> Khairu Ramadanal Akbar, Wawancara Langsung, 1 Maret 2024

kemudian koleksi warna-warna baju yang sebelumnya merasa tidak memiliki, dan barang-barang tertentu yang dapat dikategorikan atau dianggap lucu”.<sup>4</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Salamatul Maghfiroh selaku informan kedua, dimana isi petikan wawancaranya sebagai berikut: “Salah satu pemicu yang melatar belakangi saya melakukan pembelian tidak perlu ialah diskon besar-besaran yang sangat menggiurkan serta penawaran gratis ongkir”.<sup>5</sup>

Adapun salah satu faktor pendorong remaja masjid melakukan pembelian yang tidak terlalu dibutukan, berdasarkan informasi yang disampaikan oleh Tri Mulyani Wulandari yaitu sebagai berikut:

“Berdasarkan yang saya alami, sebenarnya teman memiliki pengaruh dalam hal ini. Misalnya nih, lagi ngumpul terus kebetulan topik pembicaraannya tentang model-model baju yang lagi viral. Saya yang awalnya tidak tergiur, hingga akhirnya ikut-ikutan membeli karena ingin sama dengan yang lain atau istilah lainnya ialah *couple-an*”.<sup>6</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh informan kedua atas nama Salamatul Maghfiroh sebagai berikut:

“Karena rasa ingin setara atau sama dengan yang lain, mengingat sekarang terbilang sangat cepat pergantian hal-hal yang sedang viral. Kemarin lagi trend orang memakai serba serbi warna pink, sekarang sudah berganti ke hijau botol. Kemarin lagi trend abaya hitam sekarang style Korean”.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup> Tri Mulyani Wulandari, Wawancara Langsung, 23 Februari 2024

<sup>5</sup> Salamatul Maghfiroh, Wawancara Langsung, 25 Februari 2024

<sup>6</sup> Tri Mulyani Wulandari, Wawancara Langsung, 23 Februari 2024

<sup>7</sup> Salamatul Maghfiroh, Wawancara Langsung, 25 Februari 2024

Kemudian hal senada juga disampaikan oleh ketua Remaja Masjid Nurul Qur'an saudara Khairu Ramadhanal Akbar, tentang remaja masjid melakukan pembelian yang tidak terlalu dibutukan, sebagaimana berikut isi petikan wawancaranya:

“Penyebab utama dari adanya perilaku konsumtif atau suatu kegiatan pembelian diluar kebutuhan ialah pengaruh teman sebaya, pengaruh sosial media yang mempromosikan gaya hidup konsumtif, kurangnya pemahaman tentang pentingnya nilai uang dan pengelolaan keuangan, kemudian di dukung oleh faktor ekonomi dalam keluarga”.

Adapun salah satu contoh hasil pembelian diluar kebutuhan yang pernah dilakukan oleh Tri Mulyani Wulandari selaku informan pertama ialah: “Gelang tangan couple, macam-macam skincare dengan merk yang berbeda-beda, ikat pinggang, jam tangan lucu”.<sup>8</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh informan kedua Salamatul Maghfiroh tentang beberapa barang yang dibeli diluar kebutuhan ialah: “Boneka, macam-macam ikat rambut, hiasan dinding kamar”.<sup>9</sup>

Peneliti dapat menarik kesimpulan dari kutipan wawancara diatas tentang gambaran perilaku konsumtif remaja masjid Nurul Qur'an yaitu remaja cenderung membeli barang yang serupa dengan yang mereka miliki sebelumnya, entah itu dalam hal warna, model, atau merek, meskipun barang tersebut sebenarnya tidak terlalu berbeda secara signifikan melainkan hanya sebatas ingin, membeli barang karena penawaran diskon dan gratis ongkir, membeli barang dengan alasan

---

<sup>8</sup> Tri Mulyani Wulandari, Wawancara Langsung, 23 Februari 2024

<sup>9</sup> Salamatul Maghfiroh, Wawancara Langsung, 25 Februari 2024

barangnya lucu, dan membeli barang karena merasa belum memiliki koleksi warnanya.

Beberapa barang yang dibeli diluar kebutuhan informan diatas seperti boneka, macam-macam ikat rambut, hiasan dinding kamar, gelang tangan couple, macam-macam skincare dengan merk yang berbeda-beda, ikat pinggang, dan jam tangan lucu.

Perilaku konsumtif yang dialami oleh remaja masjid Nurul Qur'an cenderung dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor seperti tren, pengaruh teman sebaya, penawaran diskon, dan keinginan untuk menunjukkan status sosial. Hal ini menunjukkan kebiasaan berbelanja konsumtif Remaja Masjid Nurul Qur'an karena tiktok live sekarang mudah diakses.

Lalu dari hasil wawancara dengan informan diatas, peneliti melakukan kegiatan observasi untuk memperkuat dan mendukung data hasil wawancara. Observasi ini dilakukan pada tanggal 2 sampai 4 Maret 2024. Berdasarkan observasi pertama pada tanggal 2 Maret saat itu peneliti melihat bahwa perilaku konsumtif akibat dari penggunaan aplikasi TikTok Live memang benar adanya dialami oleh mereka, yang dimana remaja cenderung selalu ingin memiliki barang-barang tertentu secara berlebihan dalam mengonsumsi atau membelinya<sup>10</sup>. Saat proses observasi dimulai, terlihat bahwa mereka mulai terpicat oleh daya tarik penjual di TikTok Live dengan diskon atau potongan harga yang ditawarkan. Lalu ketika obrolan TikTok Live dipenuhi dengan komentar

---

<sup>10</sup> Observasi Ke Masjid Nurul Qur'an, 2 Maret 2024

dari pemirsa yang juga membeli barang-barang yang sama, mereka semakin terdorong untuk mengikuti arus dan tidak ingin ketinggalan kesempatan untuk mendapatkan penawaran yang sama, mereka mulai menambahkan item-item ke keranjang belanja dengan cepat, terkadang tanpa benar-benar mempertimbangkan apakah barang tersebut benar-benar dibutuhkan atau sepadan dengan harganya. Sikap atau perilakunya yang mengonsumsi barang secara berlebihan dan tidak wajar inilah yang disebut dengan perilaku konsumtif.

Kemudian observasi kedua pada tanggal 4 Maret dilakukan untuk mengetahui lebih dalam perilaku konsumtif remaja pada saat berbelanja di *TikTok Live*. Saya mulai memperhatikan saat mereka memasuki aplikasi TikTok, sorot mata mereka yang berbinar-binar saat menjelajahi berbagai penawaran produk yang ditampilkan. Mereka dengan cerdas mengeksplorasi berbagai kategori produk, seperti barang-barang kecantikan hingga aksesoris-aksesoris yang terlihat lucu. Saat sesi belanja dimulai, antusiasme mereka semakin meningkat. Mereka dengan sigap mengomentari produk-produk yang ditampilkan, dan terkadang bertanya kepada penjual tentang detail dan harga barangnya.<sup>11</sup>

Saya melihat ekspresi wajah mereka yang berubah-ubah, dari kekaguman saat menemukan produk yang diinginkan hingga kebingungan saat menghadapi pilihan yang sulit. Di balik keseruan itu, saya juga melihat tanda-tanda perilaku konsumtif yang muncul.

---

<sup>11</sup> Observasi Ke Masjid Nurul Qur'an, 4 Maret 2024



Dengan dokumentasi diatas, penelitian terhadap kebiasaan konsumtif remaja Masjid Nurul Qur'an semakin kuat. Data menunjukkan bahwa remaja tersebut cenderung memiliki kecenderungan untuk membeli barang-barang yang terlihat menggiurkan bagi mereka, dan bulan April merupakan waktu di mana kegiatan konsumtif ini sering terjadi.<sup>12</sup>

Dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi diatas memberikan wawasan yang mendalam tentang kompleksitas perilaku konsumtif di era digital, di mana antara kesenangan belanja dan pertimbangan keuangan seringkali bertabrakan. Pada umumnya, perilaku konsumtif yang sering terjadi ialah, remaja hanya sebatas ingin terhadap barang-barang tertentu yang belum tentu sesuai dengan kebutuhannya. Para remaja berperilaku konsumtif hanya untuk menunjang harga dirinya dalam pergaulan semata tanpa memandang kebutuhan yang sebenarnya. Pada intinya, remaja dengan perilaku konsumtif yang ia miliki ialah mereka yang membeli sesuatu di dorong atas dasar keinginan dan sama sekali tidak menunjukkan faktor kebutuhan di dalamnya.

Berdasarkan paparan data diatas, peneliti memperoleh hasil temuan pada fokus 1 mengenai gambaran perilaku konsumtif remaja masjid Nurul Qur'an yaitu sebagai berikut:

1. Remaja masjid nurul qur'an membeli barang bukan karena butuh namun hanya sebatas ingin
2. Mudah membeli barang karena penawaran diskon dan gratis ongkir
3. Mudah membeli barang dengan alasan barangnya lucu
4. Membeli barang karena merasa belum memiliki koleksi warnanya

---

<sup>12</sup> Dokumentasi Hasil Belanja di TikTok Live

## **2. Dampak Tiktok Live Terhadap Perilaku Konsumtif pada Komunitas Remaja Masjid Nurul Qur'an**

TikTok Live merupakan platform yang kini semakin populer untuk kegiatan jual beli barang secara langsung. Banyak pengguna TikTok, terutama influencer dan pemilik bisnis kecil, menggunakan fitur TikTok Live untuk mempromosikan dan menjual produk atau layanan mereka secara langsung kepada pengikut mereka.

Prosesnya mirip dengan *live selling*, di mana pemilik bisnis atau *influencer* menyiarkan langsung dan memperkenalkan produk mereka kepada penonton. Mereka bisa memamerkan barang-barang, menjelaskan fitur dan manfaatnya, memberikan diskon khusus atau penawaran eksklusif selama siaran langsung, dan menjawab pertanyaan dari penonton.

Keuntungan TikTok Live sebagai media jual beli adalah interaksi yang *real-time* antara penjual dan pembeli potensial, memberikan kesempatan bagi penonton untuk bertanya langsung tentang produk dan mendapatkan respons cepat. Selain itu, atmosfer yang lebih santai dan interaktif di TikTok Live dapat membantu menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menarik dan menghibur.

Namun terkadang karena terciptanya hal yang menarik dalam berbelanja ini, yang kemudian tanpa disadari pembeli, sebagaimana dalam hal ini ialah Remaja Masjid Nurul Qur'an secara tak sadar menimbulkan adanya perilaku konsumtif yang kemudian dapat menyebabkan tersitanya atau terkurasnya banyak waktu yang dimiliki seseorang. Sebagaimana pengakuan yang disampaikan oleh Tri Mulyani Wulandari sebagai anggota Remaja Masjid Nurul Qur'an sebagai informan pertama:

“Dampak yang saya rasakan secara pribadi dari adanya aplikasi tiktok live ini ialah saya jadi tidak mengenal waktu, waktu saya lebih banyak digunakan untuk menonton tiktok live dengan maksud mencari harga diskon. Selain itu

saya merasa jauh dari keluarga, dan yang lebih utama saya menjadi lebih boros”.<sup>13</sup>

Hal yang sama juga disampaikan oleh informan kedua, sebagaimana inilah isi dari petikan wawancaranya:

“Banyak sih, misalnya nih. Pertama, uang jadi cepat habis. Rasanya kemarin saya punya uang 200rb tidak sampai satu minggu sudah sisa 25rb. Kedua, karena uang yang saya miliki lebih sering digunakan untuk membeli barang di online shop, sehingga saya jadi sulit mengisi celengan/ menabung. Ketiga, barang-barang banyak yang tidak dipakai akibat ikutan yang lagi viral di tiktok”.<sup>14</sup>

Kemudian dipertegas lagi dengan pernyataan saudara Khairu Ramadhanal Akbar selaku ketua remaja masjid nurul qur’an sebagaimana berikut petikan wawancaranya:

“Dalam hal ini menurut saya ada banyak dampak yang dirasakan oleh Remaja Masjid beberapa diantaranya ialah waktu yang dimiliki remaja masjid banyak digunakan untuk menonton live, waktu berkumpul dengan keluarga berkurang, berkurangnya kepuasan hidup karena hanya fokus pada kepemilikan materi, meningkatnya stres finansial, menurunnya kesejahteraan mental karena perbandingan sosial yang konstan, peningkatan risiko terjerat hutang, serta kurangnya kemandirian dalam mengelola keuangan dan membuat keputusan yang bijaksana”.<sup>15</sup>

Selanjutnya akibat dari adanya tiktok live ini yang kemudian menimbulkan adanya perilaku konsumtif peneliti menanyakan tentang krisis keuangan yang pernah dialami narasumber, sebagaimana pengakuan yang disampaikan oleh Tri Mulyani Wuladari menjawab:

“Pernah, waktu itu bener-bener uang saya yang terakhir. Namun ketika saya hampir terlelap tidur tiba-tiba ada suara “pakett” seketika saya bingung harus pakai uang siapa, hingga akhirnya terpaksa saya gunakan uang terakhir saya, nominalnya sekitar 285ribu, yang awalnya saya eman-eman untuk uang jajan sehari saya, namun setelah 5hari kemudian sudah sisa 47ribu karena setelah itu paket saya datang secara berkala dan bergantian”.<sup>16</sup>

---

<sup>13</sup> Tri Mulyani Wuladari, Wawancara Langsung, 23 Februari 2024

<sup>14</sup> Salamatul Maghfiroh, Wawancara Langsung, 25 Februari 2024

<sup>15</sup> Khairu Ramadhanal Akbar, Wawancara Langsung, 1 Maret 2024

<sup>16</sup> Tri Mulyani Wuladari, Wawancara Langsung, 23 Februari 2024

Hal yang senada juga disampaikan oleh Salamatul Maghfiroh tentang krisis keuangan yang dialami sebagai salah satu dampak dari adanya perilaku konsumtif yang dimiliki sebab dari adanya tiktok live, berikut isi wawancaranya:

“Pernah, uang jajan saya digunakan untuk membayar paket sehingga ketika di sekolah saya tidak bisa membeli jajan, kemudian pernah ketika ada barang bagus yang saya inginkan terpaksa saya pendem dulu hingga menunggu nanti saya kembali mempunyai uang”.<sup>17</sup>

Kemudian untuk memiliki gambaran tentang seberapa besar dampak yang dialami oleh remaja masjid Nurul Qur’an peneliti mencoba menanyakan langsung kepada ketua remaja masjid, berikut tanggapannya:

“Tentang seberapa besar dampak yang dirasakan sebenarnya tergantung daripada penggunaannya sendiri, sejauh ini yang saya lihat dan yang saya rasa dampak negatif lebih besar dirasakan daripada dampak positifnya, beberapa dampak negatif yang saya lihat ialah, aksesibilitas konten tidak pantas, TikTok seringkali menjadi tempat bagi konten yang tidak sesuai dengan nilai-nilai agama, gangguan pada ibadah, penggunaan TikTok Live bisa mengganggu konsentrasi dan fokus pada kegiatan keagamaan, seperti shalat, mengaji, atau diskusi agama, selalu ingin mengikuti trend, memiliki barang-barang viral yang pada dasarnya diluar dari kebutuhan, kemudian waktu yang terbuang percuma, menghabiskan terlalu banyak waktu di TikTok Live dapat mengganggu produktivitas dan mengurangi waktu yang bisa digunakan untuk kegiatan yang lebih bermanfaat atau produktif”.<sup>18</sup>

Dari beberapa petikan hasil wawancara sekaligus pemaparan diatas dapat diketahui bahwa hadirnya platform TikTok Live dapat memberikan beberapa dampak bagi penggunaannya baik itu dampak positif ataupun negatif. Ditinjau dari sisi positif, TikTok Live memberikan peluang besar bagi pembuat konten untuk memperluas pengaruh mereka, meningkatkan keterlibatan dengan penggemar, dan bahkan menghasilkan pendapatan melalui fitur monetisasi. Ini juga memperkaya pengalaman pengguna dengan menawarkan lebih banyak konten langsung yang menarik dan mendalam.

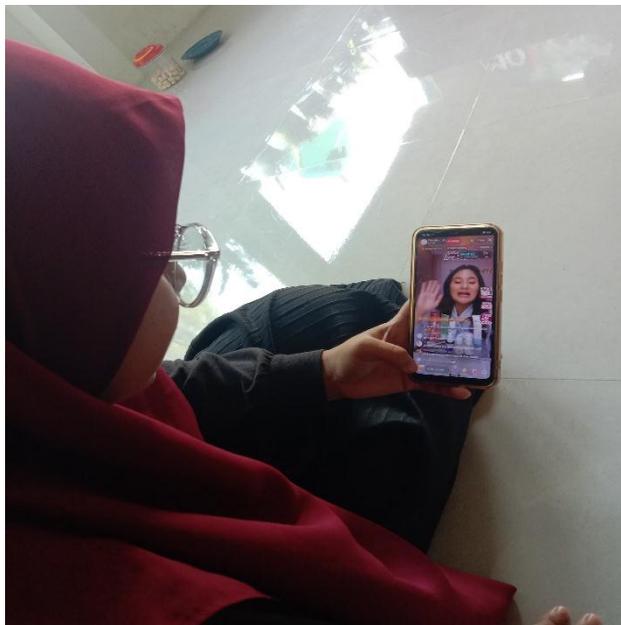
---

<sup>17</sup> Salamatul Maghfiroh, Wawancara Langsung, 25 Februari 2024

<sup>18</sup> Khairu Ramadhanal Akbar, Wawancara Langsung, 1 Maret 2024

Namun, seperti halnya dengan setiap fitur media sosial, hadirnya TikTok Live juga menghadirkan tantangan. Perlu diperhatikan tentang masalah ketergantungan yang berlebihan, serta konten yang tidak pantas atau berbahaya. Seperti halnya yang dirasakan oleh remaja masjid Nurul Qur'an yang hasilnya ditemukan dampak negatif lebih banyak dirasakan dibandingkan dampak positifnya.

Selanjutnya peneliti melakukan observasi (pengamatan) untuk memperkuat dan mendukung data hasil wawancara. Berdasarkan observasi pertama pada tanggal 3 Maret 2024, saat itu peneliti melihat bahwa beberapa dampak yang dirasakan oleh Remaja Masjid Nurul Qur'an yang aktif menggunakan TikTok Live, terlihat adanya dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mereka. Remaja yang sebelumnya cenderung menghabiskan waktu luang mereka dengan kegiatan-kegiatan keagamaan di masjid, kini terlihat lebih tertarik dan terpaku pada konten TikTok Live yang mempromosikan produk-produk konsumsi.



Gambar 4.2 (Informan sedang menonton *TikTok Live*)

Pada awalnya, para remaja terlihat menggunakan platform ini sebagai media untuk hiburan semata. Namun, seiring berjalannya waktu, mereka mulai terpengaruh oleh konten-konten yang menampilkan gaya hidup glamor, barang-barang mewah,

dan endorsement produk-produk tertentu. Hal ini membuat mereka merasa tertarik dan terdorong untuk membeli produk-produk tersebut, meskipun sebelumnya tidak begitu memerhatikannya.

Selain itu, pola interaksi antara pengguna *TikTok Live* dan penontonnya turut berperan dalam meningkatkan perilaku konsumtif. Remaja Masjid Nurul Qur'an seringkali terlibat dalam diskusi-diskusi yang mempromosikan produk atau komentar-komentar yang mendorong untuk membeli barang-barang tertentu. Mereka merasa tertantang untuk ikut serta dalam membeli produk tersebut demi merasa terhubung dengan komunitas atau demi mendapatkan apresiasi dari idola mereka di platform tersebut.<sup>19</sup>

Kemudian untuk memperdalam informasi terkait tentang dampak tiktok live terhadap perilaku konsumtif yang dirasakan oleh remaja masjid nurul qur'an, pada tanggal 4 Maret 2024 peneliti kembali melakukan observasi untuk kedua kalinya yang dimana ketika proses observasi berlangsung terdapat dampak yang paling mencolok yang bisa terlihat secara kasat mata.

Dimana mereka terlihat mulai menggunakan uang jajan mereka untuk membeli barang-barang yang sebelumnya tidak mereka butuhkan, hanya karena dipengaruhi oleh konten TikTok Live. Hal ini tentu menjadi perhatian bagi lingkungan Masjid Nurul Qur'an, karena mengganggu fokus dan arah perkembangan spiritual serta keagamaan para remaja.<sup>20</sup>



<sup>19</sup> Observasi Ke Masjid Nurul Qur'an, 3 Maret 2024

<sup>20</sup> Observasi Ke Masjid Nurul Qur'an, 4 Maret 2024

Gambar 4.3 (Hasil belanja dari menonton *TikTok Live* informan 1)



Gambar 4.4 (Hasil belanja dari menonton *TikTok Live* informan 2)

Dari adanya dokumentasi di atas penelitian terkait dampak tiktok live terhadap perilaku konsumtif bagi komunitas remaja masjid nurul qur'an semakin kuat. Dimana data menunjukkan bahwa remaja masjid nurul qur'an secara tak sadar telah membuang waktunya yang dimiliki secara sia-sia dengan menonton tiktok live, dan mulai menggunakan uang jajan mereka hanya untuk membeli barang-barang yang pada dasarnya tidak mereka butuhkan dan hanya didasari oleh rasa ingin semata.<sup>21</sup>

Dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi diatas telah memberikan informasi yang sangat mendalam tentang penggunaan TikTok Live yang menimbulkan dampak signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja Masjid Nurul Qur'an. Pada dasarnya, hadirnya tiktok live tak hanya memiliki dampak negatif, namun ada juga dampak positif yang sebenarnya juga banyak

Berdasarkan paparan data diatas, peneliti memperoleh hasil temuan pada fokus 2 mengenai dampak Tiktok Live Terhadap Perilaku Konsumtif pada Komunitas Remaja Masjid Nurul Qur'an sebagai berikut:

1. Remaja masjid merasa uang yang dimiliki menjadi cepat habis
2. Waktu yang dimiliki remaja masjid menjadi terbuang sia-sia
3. Pernah mengalami krisis keuangan

---

<sup>21</sup> Dokumentasi Informan Menonton Tiktok Live dan Hasil Belanja

4. Kurangnya kemandirian dalam mengelola keuangan
5. Mengganggu konsentrasi dan fokus pada kegiatan keagamaan

### **3. Peran Ketua Remaja Masjid Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Komunitas Remaja Masjid Nurul Qur'an**

Ketua remaja masjid adalah seseorang atau individu yang dipilih oleh komunitas masjid untuk memimpin dan mengkoordinasikan kegiatan remaja di masjid. Ketua remaja masjid memiliki tanggung jawab yang penuh untuk mengatur kegiatan keagamaan, sosial, dan pendidikan bagi para remaja dalam lingkungan masjid, menangani masalah atau konflik yang mungkin timbul diantara anggota remaja masjid, serta memfasilitasi kolaborasi antara remaja dan panitia masjid untuk menciptakan lingkungan yang positif dan produktif bagi perkembangan spiritual dan sosial mereka.

Selaras dengan tugas umum ketua remaja masjid, begitulah yang dilakukan oleh saudara khairu ramadanal akbar selaku ketua remaja masjid nurul qur'an dalam hal menyikapi adanya problema tentang timbulnya perilaku konsumtif yang dirasakan oleh anggota remaja masjidnya sebab dari hadirnya tiktok live, berikut isi petikan wawancaranya ketika ditanya tentang perannya selaku ketua remaja masjid dalam mengatasi masalah yang ada:

“Sebenarnya ada beberapa langkah yang dapat diambil, dan beberapa langkah ini tak perlu diterapkan semua dalam waktu yang bersamaan. Berikut beberapa langkah yang dapat saya ambil untuk membantu mengatasi masalah ini: *Pertama*, diskusi dan pembinaan: menyelenggarakan sesi diskusi dan pembinaan secara rutin dengan remaja untuk membahas tentang dampak media sosial, termasuk TikTok Live, pada kehidupan mereka. Berikan ruang bagi mereka untuk berbagi pengalaman, perasaan, dan pemikiran mereka tentang penggunaan media sosial. *Kedua*, Penekanan pada Nilai-nilai Agama: Membimbing remaja untuk memahami nilai-nilai agama yang mereka anut dan bagaimana nilai-nilai tersebut dapat membimbing mereka dalam mengonsumsi konten secara bijak. Dorong mereka untuk mempertimbangkan apakah konten yang mereka lihat di TikTok Live sesuai dengan nilai-nilai agama mereka. *Ketiga*, Model Perilaku Positif: Jadilah contoh yang baik bagi remaja dengan memperlihatkan penggunaan media sosial yang bijak dan seimbang.

Tunjukkan kepada mereka bagaimana cara menggunakan media social dengan baik dan bertanggung jawab”.<sup>22</sup>

Kemudian untuk selanjutnya guna memperoleh wawasan yang lebih mendalam, peneliti kembali menanyakan kepada ketua remaja masjid nurul qur'an tentang strategi yang digunakan untuk membantu Remaja Masjid Nurul Qur'an dalam mengatasi tekanan dari teman sebaya atau sosial media yang dapat mendorong perilaku konsumtif, berikut jawabannya:

“Tentukan nilai-nilai dan tujuan pribadi serta fokuslah pada hal-hal yang benar-benar penting, tetapkan batas dalam hal penggunaan media sosial dan berbelanja, menyadari pengaruh yang dimiliki oleh iklan dan konten media sosial terhadap terhadap pola pikir dan perilaku, habiskan waktu dengan berkumpul bersama keluarga, teman, dan orang disekitar, atau isi waktu dengan mengekspresikan diri melalui hoby yang dimiliki, kemudian pelajari keterampilan pengelolaan keuangan, termasuk pembuatan anggaran, menabung, dan berinvestasi”.<sup>23</sup>

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh ketua remaja masjid nurul qur'an saudara Khairu Ramadhanal Akbar dapat kita ketahui bahwa ketua remaja masjid memiliki peran yang besar dan penting dari adanya masalah ini yaitu dampak *TikTok Live* terhadap perilaku konsumtif bagi komunitas remaja masjid nurul qur'an, dengan hadirnya beliau dapat menjadi wadah atau media yang dapat mengadakan diskusi ataupun pembinaan, selain itu ketua remaja masjid juga dapat menjadi figur model yang berperilaku positif sehingga dapat dicontoh oleh anggota remaja masjid lainnya.

Selanjutnya untuk memperkuat dan mendukung data hasil wawancara peneliti melakukan observasi (pengamatan) yang dilakukan di Masjid Nurul Qur'an, observasi dilakukan selama periode dua minggu untuk memahami peran ketua remaja masjid dalam menangani dampak *TikTok Live* terhadap perilaku konsumtif di antara anggota remaja masjid. Dalam observasi ini, fokus utama adalah pada ketua remaja masjid dan langkah-langkah konkret yang diambilnya untuk mengatasi masalah ini. Ketua remaja

---

<sup>22</sup> Khairu Ramadhanal Akbar, Wawancara Langsung, 1 Maret 2024

<sup>23</sup> Khairu Ramadhanal Akbar, Wawancara Langsung, 1 Maret 2024

masjid saudara Khairu Ramadhanal Akbar, terlibat secara aktif dalam mengatasi masalah ini dengan berbagai cara yang dilakukannya.

Pada minggu pertama terlihat ketua remaja masjid nurul qur'an tengah mengadakan sesi edukasi, Khairu ramadhanal akbar mengadakan sesi edukasi mingguan setelah shalat isya' di malam jumat, di mana ia memperkenalkan topik tentang dampak negatif dari perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh TikTok Live. Dia menggunakan contoh kasus nyata dan statistik untuk membangun kesadaran di antara anggota remaja tentang pentingnya penggunaan yang bijak dari media sosial.<sup>24</sup>

Kemudian dihari yang berbeda, pada hari minggu saudara khairu ramadhanal akbar tengah sibuk berkecimpung mengadakan workshop mingguan tentang kesadaran digital untuk anggota remaja. Dalam workshop ini, mereka belajar tentang identifikasi konten yang tidak sehat, manajemen waktu online yang efektif, dan cara membangun hubungan yang sehat dengan media sosial.

Tak berhenti di minggu pertama, memasuki di minggu kedua peneliti tetap melanjutkan proses observasinya, dimana pada minggu kedua saudara khairu ramadhanal akbar terlihat tengah menjadi layaknya ketua remaja masjid yang tengah memberi dukungan dan bimbingan kepada anggotanya yang merasakan dampak adanya tiktok live. Dia memberikan waktu untuk berbicara secara pribadi dengan anggota remaja yang membutuhkan bimbingan dan dukungan tambahan. Di tengah proses Khairu Ramadhanal Akbar memberi dukungan ia juga mempromosikan kegiatan alternatif seperti kajian agama, diskusi kelompok, dan kegiatan olahraga, yang dianggap dapat meminimalisir adanya problem ini.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Observasi Ke Masjid Nurul Qur'an, 3 Maret 2024

<sup>25</sup> Observasi Ke Masjid Nurul Qur'an, 10 Maret 2024



Gambar 4.4 (Proses pemberian edukasi)

Dari adanya dokumentasi diatas penelitian terkait peran ketua remaja masjid nurul qur'an terhadap perilaku konsumtif pada komunitas Remaja Masjid Nurul Qur'an semakin relevan. Dimana data menunjukkan bahwa ketua remaja masjid Nurul Qur'an saudara Khairu Ramadanal Akbar, sangat penting dan sangat berperan aktif dalam mengatasi dampak *TikTok Live* terhadap perilaku konsumtif anggotanya. Melalui pendekatan edukasi, promosi kegiatan alternatif, pengembangan kesadaran digital, dan bimbingan individu, Khairu Ramadanal Akbar berhasil menciptakan lingkungan yang mendukung bagi remaja untuk menggunakan media sosial secara bertanggung jawab dan membangun perilaku yang lebih sehat.<sup>26</sup>

Dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi diatas telah memberikan informasi yang sangat mendalam tentang peran ketua remaja masjid yang sangat penting dalam hal membantu mengatasi masalah timbulnya perilaku konsumtif sebab dari adanya tiktok live, ketua remaja masjid memiliki beberapa langkah-langkah juga strategi yang diambil dan juga diterapkan.

---

<sup>26</sup> Dokumentasi ketua Remaja Masjid pada proses pemberian edukasi

Berdasarkan paparan data diatas, peneliti memperoleh hasil temuan pada fokus 3 tentang Peran pembina Remaja Masjid terhadap perilaku konsumtif pada komunitas Remaja Masjid Nurul Qur'an sebagai berikut:

1. Untuk mengatasi masalah ketua remaja masjid melakukan diskusi dan pembinaan.
2. Ketua remaja masjid menjadi figur model positif yang bisa dicontoh bagi anggotanya.
3. Ketua remaja masjid memberikan strategi untuk dapat menetapkan batas dalam hal penggunaan media sosial dan berbelanja
4. Ketua remaja masjid mempromosikan kegiatan alternatif, serta mengadakan workshop mingguan.

## **B. Pembahasan**

Berdasarkan hasil paparan data dan temuan penelitian maka selanjutnya peneliti akan melakukan analisis data yang di dapat dari sumber data dan akan melakukan penelitian yang berfokus pada pertanyaan peneliti. Berikut ini pembahasan yang dapat dijabarkan peneliti:

### **1. Gambaran perilaku konsumtif pada komunitas Remaja Masjid Nurul Qur'an**

Menurut Zebua dan Nurdjayadi perilaku konsumtif di definisikan sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya.<sup>27</sup> Seperti halnya dengan hasil temuan di lapangan tentang gambaran perilaku konsumtif pada komunitas remaja masjid nurul qur'an yaitu "menghabiskan uang secara berlebihan pada barang-barang yang tidak dibutuhkan, namun dianggap penting karena merasa belum memiliki dan dinilai sebagai salah satu barang modis".

Menurut Tambunan Perilaku konsumtif dapat terjadi karena bertujuan untuk mencapai kepuasan semata. Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang dipenuhi hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak.<sup>28</sup> Seperti halnya yang disampaikan oleh salamatul maghfiroh sebagai salah satu hasil temuan di lapangan ketika ditanya tentang faktor tertentu yang mendorong untuk berperilaku konsumtif "Karena rasa ingin setara atau sama dengan yang lain"

---

<sup>27</sup> Zebua, A. S. & Nurdjayadi, R. D. (2001). Hubungan antara konformitas dan konsep diri

<sup>28</sup> Tambunan, R. (2001). Remaja Dan Perilaku Konsumtif. Diunduh dari <http://www.e-psikologi.com/remaja/191101.Htm>.

Kemudian pada dasarnya perilaku seseorang pasti tidak lepas dari faktor-faktor yang melatarbelakangi atau mempengaruhi begitu juga terjadinya perilaku konsumtif pada remaja. Perilaku konsumtif pada remaja dilatarbelakangi oleh beberapa faktor diantaranya ialah; *Pertama*, faktor psikologis seperti kebutuhan untuk diterima dan diakui dalam kelompok sosial juga menjadi pendorong perilaku konsumtif. Remaja sering kali merasa bahwa dengan memiliki barang-barang tertentu, mereka dapat meningkatkan citra diri dan mendapatkan pengakuan dari teman-teman sebaya. Selain itu, perasaan cemas dan stres akibat tekanan akademis dan sosial dapat mendorong remaja untuk melakukan pembelian sebagai bentuk pelarian atau kompensasi emosional. *Kedua*, faktor internal seperti; gaya hidup<sup>29</sup>, dan *Ketiga* faktor eksternal<sup>30</sup> seperti; pengaruh lingkungan, lingkungan memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif pada remaja. Media sosial, teman sebaya, dan iklan komersial<sup>31</sup> merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian remaja di Masjid Nurul Qur'an. Eksposur terhadap konten media yang menampilkan gaya hidup glamor dan konsumtif membuat remaja merasa perlu untuk meniru agar tidak merasa tertinggal atau kurang gaul. Selain itu, diskusi dan interaksi dengan teman-teman yang juga memiliki pola konsumtif memperkuat kecenderungan untuk berbelanja, dan yang tak kalah penting faktor pendukung lainnya ialah faktor ekonomi keluarga<sup>32</sup>, konformitas,<sup>33</sup> dan kartu kredit.<sup>34</sup>

---

<sup>29</sup> Chaney, D. (2004). Life style: sebuah pengantar komprehensif. (Penerj. Nuraeni). Yogyakarta: Jalasutra. (karya asli diterbitkan tahun 1996).

<sup>30</sup> Setyawati, N. (2010). Hubungan antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

<sup>31</sup> Dittmann, M. (2004, June). Protecting children from advertising. *Monitor on psychology*, 35(6). Retrieved August 26, 2004 from <http://www.apa.org/monitor/jun04/protecting/html>

<sup>32</sup> Wawancara langsung

<sup>33</sup> Kersting, K. (2004, June). Driving teen egos and buying through 'branding'. *Monitor on psychology* 35 (6). Retrieved August 26, 2004 from <http://www.apa.org/monitor/jun04/driving.html>

<sup>34</sup> Yulianti, Y. (2003). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan kartu kredit berlebihan (studi kasus). Tesis tidak dipublikasikan. Depok: UI.

## **2. Dampak tiktok live terhadap perilaku konsumtif pada komunitas remaja masjid nurul qur'an**

Aplikasi Tik Tok merupakan salah satu media sosial berbasis video dan musik yang diluncurkan pada bulan September tahun 2016. Tik Tok adalah aplikasi yang dikembangkan oleh ByteDance China yang bergerak di bidang teknologi kecerdasan buatan. Teknologi ini sudah terkenal di dunia dan telah menjadi sangat populer dalam penyebaran media informasi atau produk elektronik<sup>35</sup>, terutama di kalangan remaja dan generasi muda. Melalui aplikasi tiktok ini memungkinkan penggunanya untuk membuat, kemudian mengedit, dan membagikan video pendek. Pengguna dapat membuat video dengan durasi 15 detik hingga 2 menit, dengan musik sebagai latar atau efek khusus untuk meningkatkan daya tariknya.

Pada dasarnya TikTok dan TikTok Live adalah dua fitur yang berbeda dalam platform yang sama. TikTok adalah platform untuk membuat dan membagikan video pendek, sementara TikTok Live adalah fitur di dalamnya yang memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran dan berinteraksi secara langsung dengan pengikut mereka.

Secara umum, keberadaan TikTok Live dapat memberikan manfaat yang signifikan, bagi pengguna maupun bagi pembuat konten yang mampu menggunakannya secara baik. TikTok Live dinilai sebagai fitur yang berharga dan bermanfaat serta memiliki potensi besar untuk meningkatkan keterlibatan pengguna, membangun komunitas yang kuat, dan bahkan menghasilkan pendapatan bagi pembuat konten. Namun ketika di satu sisi tiktok live mampu memberikan manfaat atau dampak positif, disisi lain TikTok Live juga memiliki

---

<sup>35</sup> Ahmad Fauzan, dkk, "dampak tiktok pada interaksi sosial remaja (studi di kecamatan gambut kabupaten banjar), ilmu sosial dan ilmu politik universitas islam kalimantan arsyad al banjari banjarmasin, hal 8.

dampak negatif atau risiko terkait dengan penyalahgunaan yang mungkin dapat timbul, seperti; konten yang tidak pantas, perilaku yang merugikan, tindakan cyberbullying, menyebabkan ketergantungan dan gangguan terhadap aktivitas sehari-hari pengguna. Seperti halnya dengan hasil temuan di lapangan tentang dampak tiktok live terhadap perilaku konsumtif bagi komunitas remaja masjid nurul qur'an yaitu, TikTok Live sering kali menampilkan konten yang sangat menarik dan menghibur, yang dapat memicu respons emosional dari para remaja. Sehingga karena hal itulah waktu yang dimiliki remaja masjid nurul qur'an terbuang sia-siang, waktunya banyak dihabiskan dengan menonton tiktok live. Perasaan senang, semangat, atau bahkan tekanan sosial untuk tidak ketinggalan tren dapat mendorong remaja untuk melakukan pembelian impulsif. Selain itu, sesi live yang menampilkan "flash sale" atau penawaran khusus dalam waktu terbatas mendorong remaja untuk melakukan pembelian segera tanpa pertimbangan yang matang. Kemudian dampak lainnya yang dirasakan remaja masjid nurul qur'an ialah merasa jauh dari keluarga karena kurangnya komunikasi dalam sehari-hari, dan yang terakhir ialah remaja masjid nurul qur'an merasa lebih boros.

### **3. Peran ketua remaja masjid terhadap perilaku konsumtif bagi komunitas remaja masjid nurul qur'an**

Organisasi adalah entitas yang kompleks dan dinamis yang melibatkan individu atau kelompok dalam usaha bersama untuk mencapai tujuan tertentu melalui pengelolaan sumber daya dan proses kerja yang terorganisir. Remaja Masjid adalah organisasi yang mewadahi aktivitas remaja muslim dalam memakmurkan Masjid. Remaja Masjid merupakan salah satu alternatif wadah pembinaan remaja yang baik dan dibutuhkan umat. Dengan berorientasi pada

aktivitas kemasjidan, keislaman, keilmuan, keremajaan dan keterampilan, organisasi ini dapat memberikan kesempatan bagi anggotanya mengembangkan diri sesuai bakat dan kreativitas mereka di bawah pembinaan Pengurus/Takmir Masjid.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa organisasi remaja masjid adalah sebuah kelompok atau entitas yang terdiri dari remaja Muslim yang berkumpul di dalam lingkungan masjid untuk berbagai kegiatan keagamaan, sosial, dan pendidikan. Organisasi ini biasanya dibentuk dengan tujuan untuk memperkuat identitas keagamaan remaja, mempromosikan nilai-nilai Islam, dan memberikan wadah bagi remaja untuk berinteraksi dan belajar bersama.

Dalam setiap organisasi, termasuk organisasi remaja masjid, keberadaan pemimpin atau ketua sangatlah penting. Pemimpin atau ketua remaja masjid bertugas bertanggung jawab untuk mengatur, merencanakan kegiatan-kegiatan yang relevan dan bermanfaat bagi remaja dalam komunitas masjid, mengorganisir pelaksanaan kegiatan-kegiatan, serta memimpin tim remaja atau panitia yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan. Pemimpin memiliki peran kunci dalam mengoordinasikan, memotivasi, dan memberikan arahan bagi anggota organisasi untuk mencapai tujuan bersama. Begitupun dalam setiap organisasi adanya sebuah konflik tidak dapat dihindari. Dalam kondisi seperti inilah peran pemimpin benar-benar dibutuhkan dan dianggap penting sebagai seseorang yang memiliki peran atau wewenang untuk menangani konflik dengan bijaksana, memfasilitasi komunikasi yang efektif, dan mencari solusi yang adil dan berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat.

Begitu juga yang dialami oleh komunitas remaja masjid nurul qur'an dengan problem adanya perilaku konsumtif akibat dari hadirnya tiktok live, disini

peran ketua remaja masjid saudara Khairu Ramadanal Akbar benar-benar dianggap penting sebagai seseorang yang dianggap memiliki wewenang untuk menangani konflik dengan beberapa tindakan yang diambil yang kemudian disesuaikan dengan batasan masalah yang dihadapi misalnya masalah dampak *TikTok Live* terhadap perilaku konsumtif pada komunitas Remaja Masjid Nurul Qur'an ini, ketua remaja masjid membagikan langkah yang diambil dalam mengatasi masalah ini dengan cara mengadakan sesi diskusi dan pembinaan secara rutin, membimbing remaja untuk memahami nilai-nilai agama yang mereka anut dan bagaimana nilai-nilai tersebut dapat membimbing mereka dalam mengonsumsi konten secara bijak, dan menjadi model contoh perilaku positif agar bisa dicontoh dengan anggota yang lainnya.