INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PEMBELIAN *ONLINE* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA DI SMA NEGERI 25 BONE DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana

Sosial pada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

IAIN Bone

Oleh

NUR ATIKAH
NIM. 03.16.2077

FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

BONE

2020

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Nur Atikah
Nim	: 03.16.2077
Fakultas	: Ushuluddin dan Dakwah
Program Studi	: Komunikasi dan Penyiaran Islam
Semester	: VIII (Delapan)

Dengan penuh kesadaran, menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Watampone, 05 April 2020

Penulis

Nur Atikah

Nim.03.16.2077

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudari Nur Atikah Nim. 03.16.2077, Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah (FUD) Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi Skripsi yang bersangkutan dengan judul "***Instagram Sebagai Sarana Pembelian Online Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif Islam***" Memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang munaqasyah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk proses selanjutannya.

Watampone, 16 Maret 2020

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Samsinar.S, S.Ag.,M.Hum	A.Fajar Awaluddin, M.Pd.I.
NIP.197707202003122002	NIP.138212132018011001

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "Instagram Sebagai Sarana Pembelian *Online* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif Islam" yang disusun oleh Nur Atikah NIM 03.16.2077, Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone, telah diuji dan dipertahakankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada tanggal 11 juni 2020, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan beberapa perbaikan.

Watampone,

Dewan Penguji

Ketua	: Dr. Ruslan,S.Ag.,M.Ag.	(.....)
Sekretaris	: Dr. Abdul Hakim, S.Ag.,M.Ag.	(.....)
Munaqisy I	: Dr. Kurniati Abidin, S. Sos., M.Si.	(.....)
Munaqisy II	: Rahmatun Nair, S.Ag.,M.Ag	(.....)
Pembimbing I	: Dr. Samsinar, S.Ag., M.Ag.	(.....)
Pembimbing II	: A. Fajar Awaluddin, S.Pd.I.,M.Pd.I.	(.....)

Mengetahui,

Deken Fakultas Ushuluddin dak Dakwah

Dr. Ruslan,S.Ag.,M.Ag.
NIP.197303232000003100 4

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah Swt atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul "Instagram Sebagai Sarana Pembelian *Online* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif Islam" sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, ucapan terima kasih penulis kepada yang telah memberikan kontribusi demi menyelesaikan skripsi ini yaitu:

1. Kedua Orang Tua penulis, Nurdin dan Hj. Asiah, yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof Dr. A. Nuzul, SH.,M.Hum. selaku Rektor IAIN Bone yang telah memberikan izin untuk melaksanakan pelitian untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Ruslan S, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah serta selaku Penasehat Akademik Komunikasi dan Penyiaran Islam Kelompok 4 Angkatan 2016.
4. Bapak Dr. Abdul Hakim, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan I Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Bone yang telah memberikan dukungan dan motivasi untuk segara menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Mardhaniah, S.Ag., S.Hum., M.Si selaku Kepala Unit Perpustakaan IAIN Bone beserta Staf Perpustakaan yang telah membantu penulis dalam meminjamkan buku-buku dan referensi yang terkait dengan skripsi ini.

6. Ibu Dr. Samsinar, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan II Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Bone, serta selaku pembimbing I skripsi penulis yang telah memberikan kritik dan saran, bimbingan maupun arahan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Kurniati Abidin, S. Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Bone.
8. Bapak A. Fajar Awaluddin, S.Pd.I.,M.Pd.I. selaku pembimbing II skripsi penulis yang telah memberikan keritik dan saran, bimbingan maupun arahan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
9. Para Dosen dan Pegawai di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Bone.
10. Ibu Masrida S.Pd.,M.M selaku Kepala Sekolah SMA Negeri 25 Bone yang telah memberikan penulis izin untuk melakukan Penelitian.
11. Narasumber penelitian ini yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi terkait fokus penelitian.
12. Siswa-siswa SMA Negeri 25 Bone yang telah menerima penulis dengan baik dan membantu penulis selama proses penelitian untuk memperoleh data.
13. Sahabat dan Teman-teman yang selalu mendukung dan membantu dalam menyelesaikan skripsi.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Watampone, 23 Maret 2020

Penulis

Nur Atikah

NIM.03.16.2077

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN SKRIPSI iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL ix

ABSTRAK x

TRANSLITERASI xi

BAB I PEDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Definisi Oprasional 7
D. Tujuan dan Kegunaan 9
E. Tinjauan Pustaka 11
F. Kerangka Pikir 14
G. Metode Penelitian 15

BAB II KAJIAN PUSTAKA 25

A. Instagram Sebagai Media Sosial 25
B. Perilaku Konsumtif dalam Pembelian *Online* di Instagram 30
C. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam 41

BAB III PEMBAHASAN DAN HASIL 46

A. Profil SMA Negeri 25 Bone 46
B. Cara siswa menggunakan instagram sebagai Sarana Pembelian *Online* 55
C. Faktor-faktor yang memengaruhi siswa dalam berperilaku Konsumtif 61
D. Analisis penggunaan instagram sebagai sarana pembelian *online* dalam perspektif Islam terhadap perilaku konsumtif siswa 66

BAB IV PENUTUP 78

A. Kesimpulan 78
B. Saran 79

DAFTAR RUJUKAN 81

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

BAB III PEMBAHASAN DAN HASIL .....

TABEL 3.1 47

TABEL 3.2 48

TABEL 3.3 49

TABEL 3.4 49

TABEL 3.5 51

TABEL 3.6 52

TABEL 3.7 52

A B S T R A K

Nama : Nur Atikah
Nim : 03.16.2077
Judul Skripsi : Instagram sebagai Sarana Pembelian *Online* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif Islam

---

Skripsi ini membahas tentang "Instagram sebagai Sarana Pembelian *Online* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif Islam". Penelitian ini bertujuan :1) Untuk mengetahui cara siswa SMA Negeri 25 Bone menggunakan instagram sebagai sarana pembelian *online*. 2) Untuk Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi siswa SMA Negeri 25 Bone untuk berperilaku konsumtif. 3) Untuk menganalisis penggunaan instagram sebagai sarana pembelian *online* dalam perspektif Islam terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 25 Bone.

Peneltian ini menggunakan metode riset lapangan (*field research*) yaitu metode dengan penelitian yang langsung dilapangan dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi untuk memperoleh data. Adapun sumber data dari penelitian ini yaitu siswa SMA Negeri 25 Bone. Data yang terkumpul dari penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan model analisis data interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, 1) Cara siswa SMA NEGERI 25 Bone menggunakan Instagram sebagai sarana pembelian *online*, siswa SMA Negeri 25 Bone memiliki beberapa cara dalam menggunakan instagram sebagai sarana pembelian *online* yaitu, melakukan riset sebelum memilih barang, memperhatikan jumlah *followers* akun *online shop*, memperhatikan *feedback* konsumen sebelumnya, memperhatikan komentar-komentar atau respon *followers*, memilih *online shop* yang pernah digunakan oleh teman-temanya, memilih *online shop* yang dimiliki oleh orang yang dikenal. 2) Faktor-faktor yang memengaruhi siswa SMA Negeri 25 Bone dalam berperilaku konsumtif ada dua faktor yaitu faktor internal adalah faktor yang asalnya dari dalam diri seseorang atau individu itu sendiri contohnya, membeli barang hanya untuk memenuhi keinginan dan kepuasan diri sendiri. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang dari luar diri seseorang atau individu. Faktor ini meliputi lingkungan sekitar termasuk orang-orang terdekat seperti teman, keluarga atau idolanya, contohnya membeli barang karena mengikuti anjuran teman-teman sekitarnya dan bukan untuk memenuhi kebutuhannya. 3) Penggunaan instagram sebagai sarana pembelian *online* dalam perspektif Islam terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 25 Bone, tidak sesuai dengan perspektif Islam karena siswa SMA Negeri 25 Bone menjadikan instagram sebagai sarana pembelian *online* yang bukan untuk memenuhi kebutuhannya akan tetapi hanya untuk memenuhi keinginan dan mengikuti trend masa kini, sehingga dalam Islam dikategorikan sebagai perilaku yang berlebih-lebihan atau pemborosan, dan perilaku tersebut merupakan perbuatan syaitan yang tidak diridhai oleh Allah Swt.

DAFTAR TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin berdasarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I., masing-masing Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987 sebagai berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	ṡ	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	żal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	qi
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en

و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	hamzah	’	apostrof
ى	Ya	y	ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	*Fathah*	a	a
اِ	*Kasrah*	i	i
اُ	*Dammah*	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَيْ	*Fathah* dan *yā’*	ai	a dan i
ـَوْ	*Kasrah* dan *wau*	au	a dn u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْ لَ : *haula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf,

transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
... اَ ... ىَ	*Fathah* dan *alif* atau *yā'*	ā	a dan garis di atas
ـِـ	*Kasrah* dan *yā'*	ī	i dan garis di atas
ـُـ	*Dammah* dan *wau*	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَـاتَفِيْلَ : qilā

يَمُوْ تُ : yamūtu

4. Tā' marbūṭah

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fatḥah, kasrah,* dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

رَوْضَـةُ الأطْفَال : *rauḍah al-aṭfāl*

اَلـمَـدِيْـنَـةُ اَلـفَـاضِـلَـةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ـّـ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Contoh:

رَبَّـنَا : *rabbanā*

نَـجَّيْـنـاَ : *najjainā*

Jika huruf ى ber-*tasydīd* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ـِـيّ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī. Contoh:

عَلِـيٌّ : ‘Alī (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

اَلشَّـمْـسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

اَلزَّلْـزَلَـةُ : *al-zalzalah* (*az-zalzalah*)

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (’) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَـأْمُـرُوْنَ : *ta’murūna*

اَلـنَّـوْعُ : *al-nau‘*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat

yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

9. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِيْنُ الله *dīnullāh* بالله *billāh*

B. *Daftar Singkatan*

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	*subḥānahū wa ta'ālā*
saw.	=	*ṣallallāhu 'alaihi wa sallam*
a.s.	=	*'alaihi al-salām*
H	=	Hijrah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	=	Wafat tahun
QS …/…: 4	=	QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Āli 'Imrān/3: 4
HR	=	Hadis Riwayat

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan media sosial di Indonesia sudah sangat pesat, dengan perkembangannya yang semakin maju dampaknya bisa terlihat pada perubahan gaya hidup pada masyarkat. Dampaknya bisa terlihat pada kecendrungan masyarakat yang semakin aktif pada dunia *online.* Perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat manusia semakin mudah untuk berkomunikasi. Marshallm McLuhan mengatakan, "kita seakan berada di suatu komunitas yang berbeda di dunia dan terhubung satu sama lainnya sehingga membentuk perkampungan global".[1]

Teknologi Informasi merupakan teknologi masa kini yang dapat menyatukan atau menggabungkan berbagai informasi, data dan sumber untuk dimanfaatkan sebagai ilmu bagi kegunaan manusia melalui penggunaan berbagai media dan peralatan telekomunikasi *modern.* Dengan menggunakan berbagai media, peralatan telokomunikasi dan komputer canggih, teknologi informasi akan terus berkembang dan mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan dan peradaban umat manusia di seluruh dunia khususnya di Indonesia.

Kemajuan dan perkembanagan teknologi, khususnya telekomunikasi, informasi dan multimedia pada akhirnya sangat berpengaruh dalam merubah hubugan sosial kemasyarakatan dikarenakan sifat fleksibilitas dan

[1]Morissan,dkk. *Teori komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h.36.

kemampuan telematika untuk masuk ke aspek-aspek kehidupan manusia. Salah satu perkembangan teknologi yang berpengaruh di masyarakat pada era global ini adalah internet, internet singkatan dari (*interconnection-networking*) yaitu sebuah sistem global jaringan komputer yang saling menghubungkan antara satu dengan yang lainnya diseluruh penjuru Dunia. Adapun standar yang digunakan disebut *internet protocol suite* (TCP/IP) komputer ysng terhubung ke internet dapat melakukan aktivitas pertukaran data dengan cepat.[2]

Penggunaan media sosial juga semakin beragam. Tidak hanya aktivitas mencari teman, bersosialisasi, dan lain sebagainya, tetapi media sosial di Indonesia juga digunakan untuk melakukan promosi produk tertentu atau pada prinsipnya melakukan bisnis tertentu. Dengan demikian para pebisnis akan memiliki kemudahan dalam melakukan aktivitas distribusi sehingga biaya produksi akan semakin rendah.

Instagram termasuk salah satu sebagai sarana penjualan dan pembelian *online* yang saat ini sangat eksis, di karenakan hampir semua kalangan menggunakan apllikasi ini. Instagram merupakan media sosial yang fitur-fiturnya memfokuskan aplikasi foto, video dan telah menyita banyak perhatian pengguna *online* dan merupakan aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto atau gambar kepada teman-teman sesama pengguna instagram. Foto-foto di instagram dapat dijadikan kenangan untuk bisa dilihat kedepannya.

[2]Agung Noegroho, *Teknologi Komunikasi*(Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h.36.

Pengguna media instgram di seluruh dunia setiap tahun mengalami peningkatan yang sangat pesat, pada era sekarang media instagram tidak hanya digunakan sebagai saran untuk membagi foto saja, dengan berjalannya waktu media instagram dapat dimanfaatkan sebagai: digunakan untuk mengetahui trend yang sedang berkembang, digunakan untuk bisnis atau perdagangan, digunakan untuk mengikuti tokoh yang terkenal, digunakan untuk melihat berita atau informasi yang tersedia, digunakan untuk mengunggah foto atau hanya sekedar membagikan foto saja, digunakan sebagai saran komunikasi atau *chatting*.[3]

Saat ini instagram juga digunakan untuk berbisnis dan perdagangan, kita dapat Melihat peningkatan penggunaan instagram semakin hari semakin meningkat, dan masyarakat semakin tertarik dengan banyaknya akun-akun yang bebisnis di instagram sehingga mempermudah sesorang apabila ingin berbelanja (belanja *online*), biasanya pembeli *online* ini biasanya berbelanja dengan memilih barang dan kemudian mengirim uang dan diproses untuk pengiriman barang ke pemesan. Ini sangat mudah dilakukan oleh siapa saja bahkan anak remaja sekarang kebanyakan berbelanja atau membeli barang-barang seacara *online* di instagram.

Jual beli *online* adalah suatu kegiatan jual beli yang penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan negoisasi melainkan hanya memaluai media, adanya pertukaran barang dan jasa sesuai kesepakatan

[3]David Holmes, *Komunikasi Media, Teknolgi, dan Masyarakat* (Cet. I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), h. 36.

antara pembeli dan penjual,dan mealaui internet jual beli bisa dilakukan di man Saja dan kapan saja.

Media sedikit banyak membawa pengaruh bagaimana khalayak melihat sebuah peristiwa, informasi maupun sebuah produk yang diiklankan didalamnya. Efek samping yang tidak direncanakan dan telah diterima sebagai suatu hal yang wajar adalah sosialisasi kebiasaan konsumtif.[4] Perilaku konsumtif bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tapi untuk memenuhi keinginan yang sifatnnya untuk menjaga gengsi, mengikuti model dan berbagai alasan yang kurang penting.

Menurut Soegito, perilaku konsumtif masyarakat Indonesia tergolong berlebihan jika dibandingkan dengan bangsa-bangsa di Asia Tenggara, keadaan ini dilihat dari rendahnya tingkat tabungan masyarakat indonesia dibandingkan dengan negara lain seperti Malaysia, Philipina dan Singapura. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Indonesia lebih senang menggunakan uang untuk memenuhi kebutuhan yang tidak penting dengan berperilaku konsumtif atau hidup dalam dunia konsumerisme yang menjadi syarat mutlak untuk kelangsunan status dan gaya hidup.[5]

Masalah kemudia akan muncul, jika khalayak tidak memiliki kekuatan dalam mengontrol diri untuk tidak selalu terpengaruh dengan apa yang diiklankan dan dipromosikan oleh media, sehingga jika hal itu terjadi akan menimbulkan perilaku konsumtif dalam diri masing-masing. Agama pun melarang hal yang berlebih-lebihan karena sesuatu yang berlebihan itu juga

---

[4]Dennis Mc. Quail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Cet. II; Jakarta: Erlangga, 1991) ,h. 264.

[5]Soegito, " Fenomena Perilaku Konsumtif " dalam Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Cet. I; Jakarta: Pustaka Setia, 2015), h. 30.

merupakan hal yang tidak baik. Ada baiknya jika memiliki kesadaran untuk lebih bijaksana dalam membelanjakan uang yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan, sehingga harta yang dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Hal ini dijelaskan dalam Al-Qur'an, sebagaimana firman Allah dalam QS Al-Furqan/25: 67:

وَالَّذِيْنَ اِذَآ اَنْفَقُوْا لَمْ يُسْرِفُوْا وَلَمْ يَقْتُرُوْا وَكَانَ بَيْنَ ذٰلِكَ قَوَامًا ٦٧

Terjemahnya :
*"Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) ditengah-tengah antara yang demikian".(*QS Al-Furqan/25: 67)[6]

Hidup dalam dunia konsumerisme tidak pandang umur, jenis kelamin atau status sosial. Remaja merupakan salah satu contoh yang paling banyak terkena dampak konsumenrisme atau mudah terpengaruh gaya hidup konsumtif. Remaja adalah kolompok yang berorientasi konsumtif karna remaja suka mencoba hal-hal yang baik, tidak realistik dan cenderung boros. Perilaku konsumtif pada masa remaja, antara 12-18 tahun dapat terjadi karena usia remaja merupakan masa perelihan dan pencarian identitas.

Lingkungan pergaulan remaja mempunyai banyak pengaruh terhadap minat, sikap, pembicaraan, penampilan dan perilaku besar dibandingkan dengan pengaruh keluarga, hal ini disebabkan pada masa remaja, remaja lebih banyak berada diluar rumah, mereka berusaha untuk meleaskan diri dari pengaruh orang tuanya. Remaja sadar dukungan sosial dipengaruhi penampilan yang menarik berdasarkan apa yang dikenakan dan dimiliki,

[6]Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Cet. XX; Diponegoro: Bandung, 2011), h. 365.

sehingga tidak mengherankan bila pembelian kosmetik dan pembelian terhadap pakaian dan aksesoris pada awal masa remaja dianggap penting.[7]

Perilaku konsumtif melalui belanja *online* pada Siswa SMA merupakan perilaku yang didorong oleh hasrat berbelanja berbagai macam produk *fashion* yang dilakukan secara berlebihan. Perilaku berbelanja produk *fashion* yang secara terus menerus dengan berlebihan ini sudah menjadi hal yang biasa bagi siswa SMA terutama bagi siswa SMA Negeri 25 Bone. Dengan demikian, maka penulis tertarik melakukan penelitian tentang instagram sebagai sarana pembelian *online* terhadap perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 25 Bone dalam perspektif Islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi masalah pokok penelitian ini adalah, bagaimana instagram sebagai sarana pembelian *online* terhadap perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 25 Bone dalam perspektif Islam. Mengacu pada pokok masalah yang dipaparkan di atas, maka sub masalah yang dikaji lebih lanjut dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana cara siswa SMA Negeri 25 Bone menggunakan instagram sebagai sarana pembelian *online* ?
2. Faktor-faktor apa yang memengaruhi siswa SMA Negeri 25 Bone dalam berperilaku Konsumtif ?

[7]Elizabeth Hurlock, *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (Jakarta: Erlangga, 1996), h. 221.

3. Apakah penggunaan instagram sebagai sarana pembelian *online* sesuai dengan perspektif Islam terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 25 Bone ?

C. Definisi Operasional

Sebelum diuraikan lebih lanjut mengenai persoalan-persoalan yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka terlebih dahulu akan dikemukakan beberapa pengertian fokus penelitian yang terdapat dalam judul ini, yaitu:

SMA Negeri 25 Bone merupakan sekolah yang terletak di Desa Bengo, Kecematan Bengo, Kabupaten Bone. Yang hampir semua siswa menggunakan media sosial termasuk instagram.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan untuk berbelanja *online.* Berbelanja *online* atau pembelian *online* sekarang ini sangat banyak diminati oleh masyarakat indonesia terkhususnya Anak Remaja, yang hampir semuanya memiliki akun instagram yang digunakan untuk membagikan foto, video, mengikuti orang yang dikenal, dan untuk Berbelanja *online* yang bisa dilakukan dimana saja, kapan saja, dan menghemat waktu dalam berbelanja, tapi berbelanja *online* juga menimbulkan pengaruh yang buruk seperti berbelanja tidak sesuai kebutuhan tetapi untuk memenuhi suatu keinginan yang di sebut Perilaku Konsumtif.

Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam merupakan merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang-barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi.

Pada kenyataannya banyak kegiatan belanja sehari- hari yang tidak didasari oleh pertimbangan yang matang. Kegiatan belanja sebagai salah satu bentuk konsumsi, saat ini telah mengalami pergesaran fungsi dan bisa dikatan sebagai pemborosan yang merupakan sifat yang dibenci Allah. Seperti yang di jelaskan dalam dalam Al-Qur'an, sebagaimana firman Allah dalam QS Al-Isra ayat/17: 27:

إِنَّ الْمُبَذِّرِيْنَ كَانُوْٓا اِخْوَانَ الشَّيٰطِيْنِ وَكَانَ الشَّيْطٰنُ لِرَبِّهٖ كَفُوْرًا ٢٧.

Terjemahnya :

"Sesungguhnya pemborosan itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Rabbnya"(QS Al-Isra/17: 27)[8]

Dari ayat di atas kita bisa mengetahui bahwa berbelanja dan bukan kebutuhan secara berlebihan itu adalah pemborosan dan itu merupakan sifat syaitan. Maka dari itu perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak sesuai dengan perspektif Islam atau tidak dianjurkan oleh Islam melainkan harus dihindari karena bukan merupakan perbuatan yang baik.

Dulu berbelanja hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup, dan sekarang tidak dipungkiri lagi karena saat ini sudah menjadi gaya hidup, sehingga belanja tidak hanya untuk membeli kebutuhan pokok yang diperlukan, namun belanja dapat pula menunjukkan status sosial seseorang, karena belanja berarti memiliki materi gaya belanja yang lebih spontan juga dapat diantisipasi untuk sewaktu waktu muncul, misalnya saat hasrat untuk membeli terasa begitu kuat sehingga menjadi pemicu timbulnya perilaku konsumtif. Instagram sebagai sarana pembelian *online* terhadap perilaku

[8]Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Cet. XX; Diponegoro: Bandung, 2011), h. 293.

konsumtif siswa di SMA Negeri 25 Bone dalam perspektif Islam adalah siswa SMA Negeri 25 Bone menggunakan instagram sebagai media untuk melakukan pembelian secara *online* dengan berlebihan dan bukan untuk memenuhi kebutuhan tetapi hanya untuk memenuhi kepuasaannya dan menurut pandangan islam mengenai hal tersebut.

Tingkah laku belanja yang spesifik ini merupakan fenomena perilaku konsumen yang keberadaannya tidak pernah surut, melibatkan pembelian berbagai produk dan muncul dalam berbagai situasi serta kebudayaan.

Pelaku utama gaya hidup konsumtif adalah kelompok usia remaja. Hal tersebut terkait dengan karakteristik remaja yang mudah terbujuk dengan hal-hal yang menyenangkan, ikut–ikutan teman, dan cenderung boros dalam menggunakan uang. Sifat- sifat remaja ini yang dimanfaatkan oleh para produsen untuk memasarkan barang hasil produksinya sehingga mereka dapat dengan mudah menjual dan mendapatkan hasil dari barang produksinya

Gaya hidup konsumtif tersebut dapat terus mengakar dalam gaya hidup remaja, dimana dalam perkembangannya mereka dapat menjadi dewasa dengan gaya hidup konsumtif baik secara sadar atau tidak. Gaya hidup konsumtif ini harus didukung oleh kekuatan finansial yang memadai. Pada akhirnya perilaku seperti ini tidak hanya memiliki dampak ekonomi, tetapi juga dampak psikologis maupun sosial.[9] Sesorang dapat menjadi berperilaku konsumtif karena tingkat intensitas dalam mengakses instagram serta dalam mengkonsumsi konten dari instagram. Selain itu perbedaan antar individu, faktor psikologis, faktor lingkungan, krakteristik grub sosial juga

[9]Soegito, " Fenomena Perilaku Konsumtif " dalam Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Cet. I; Jakarta: Pustaka Setia, 2015), h. 30.

menyebabkan adanya perbedaan khalayak menerima dan bereaksi terhadap konten yang terdapat pada instagram.

D. Tujuan dan Kegunaan

Untuk mengetahui data secara akurat dari penelitian ini, maka tujuan yang akan dicapai sebagai berikut:

1. Tujuan
   a. Untuk mengetahui cara siswa SMA Negeri 25 Bone menggunakan instagram sebagai sarana pembelian *online.*
   b. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mepengaruhi siswa SMA Negeri 25 Bone untuk berperilaku konsumtif.
   c. Untuk menganalisis penggunaan instagram sebagai sarana pembelian *online* dalam perspektif Islam terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 25 Bone
2. Kegunaan
   a. Secara teoritis

      Manfaat teoritis penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai media sosial instagram sebagai sarana pembelian *online* terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 25 Bone dalam perspektif Islam, serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

   b. Secara praktis

1) Bagi penulis penelitian, ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang media sosial sebagai sarana pembelian online terhadap perilaku konsumtif.
2) Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai Media sosial instagram sebagai sarana pembelian online terhadap perilaku konsumtif, bagi yang ingin melanjutkan penelitian ini.
3) Bagi guru di SMA Negeri 25 Bone, penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi di sekolah untuk mengetahui faktor yang mempegaruhi siswa sehingga berperilaku konsumtif.
4) Bagi masyarakat atau orang tua, penelitian ini diharapkan dapat memeberikan pengertian dan pemahaman kepada anak untuk tidak berperilaku konsumtif.

E. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan analisa penulis bahwa pokok permasalahan yang terdapat dalam penelitian ini memiliki relevansi dengan sejumlah tulisan yang ada dalam bebabagai referensi yang dapat dijadikan sebagai rujukan. Adapun beberapa penelitian yang menjadi referensi adalah sebagai berikut :

Pertama, skripsi dari Nur Aisyah Damayanti yang berjudul *Pengaruh Tingkat Keaktifan Penggunaan Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 9 Surabaya dalam berbelanja online*. penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat keaktifan jejaring sosial terhadap perilaku konsumtif dalam belanja *online*. Data dikumpulkan

menggunakan angket. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh yang searah, dan signifikan antara tingkat keaktifan penggunaan jejaring sosial dengan perilaku konsumtif dalam berbelanja *online*.[10]

Perbedaan penelitian Nur Aisyah Damayanti dengan penelitian penulis yaitu pada teknik pengumpulan data yang menggunakan angket sedangkan penulis mengguanakan teknik wawancara, tujuan penelitian Nur Aisyah Damayanti bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat keaktifan jejaring sosial terhadap perilaku konsumtif dalam belanja *online* sedangkan penulis untuk mengetahui cara siswa menggunkan instagram sebagai sarana pembelian *online* dan faktor yang memengaruhi siswa untuk berperilaku konsumtif. Persamaanya adalah penulis meneliti perilaku konsumtif siswa SMA yang berbelanja *online*.

Kedua, skripsi Hanafi'ah Hidayatur Rohmah yang berjudul *New Media dan Perilaku Konsumen (Studi Korelasi Pengaruh Penggunaan Akun Instgram @md_Store_hijab terhadap Perilaku Membeli dikalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2011 Universitas Pembagunan "veteran" Yogyakarta).* Bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh akun instagram @md_store_hijab terhadap perilaku konsumen. Penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survey. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Pembagunan "Veteran" Yogyakarta 2011. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada

[10]Nur Aisyah, *"Pengaruh Tingkat Keaktifan Penggunaan Jejaring Sosial Terhdap Perilaku Konsumtid Siswa SMAN 9 Surabaya dalam Berbelanja Online"*(Skripsi Program Sarjana UIN Sunan Ampel Surabaya, 2013)

pengaruh akun instagram terhadap perilaku konsumen mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan "Veteran" Yogyakarta.[11]

Perbedaan penelitian Hanafi'ah Hidayatur Rohmah dengan penelitian penulis yaitu pada subjek penelitiannya, metode penelitian dan tujuan penelitian Hanafi'ah Hidayatur Rohmah bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh akun instagram terhadap perilaku konsumen. Sedangkan penulis untuk mengetahui cara siswa menggunkan instagram sebagai sarana pembelian *online* dan faktor yang mempengaruhi siswa untuk berperilaku konsumtif. Persamaanya adalah penulis mengambil sarana pembelian di media sosial instagram.

Ketiga, skripsi Umi Hidayatun yang berjudul Pengaruh Intensitas Pengunaan Media Sosial dan Dukungan teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta tahun 2014/2016. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengearuh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif remaja, pengaruh dukungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif remaja. Penelitia tersebut menggunkan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional atau uji hubungan. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil bahwa ada pengaruh media sosial dan dukungan dari teman untuk berperilaku konsumtif.[12]

---

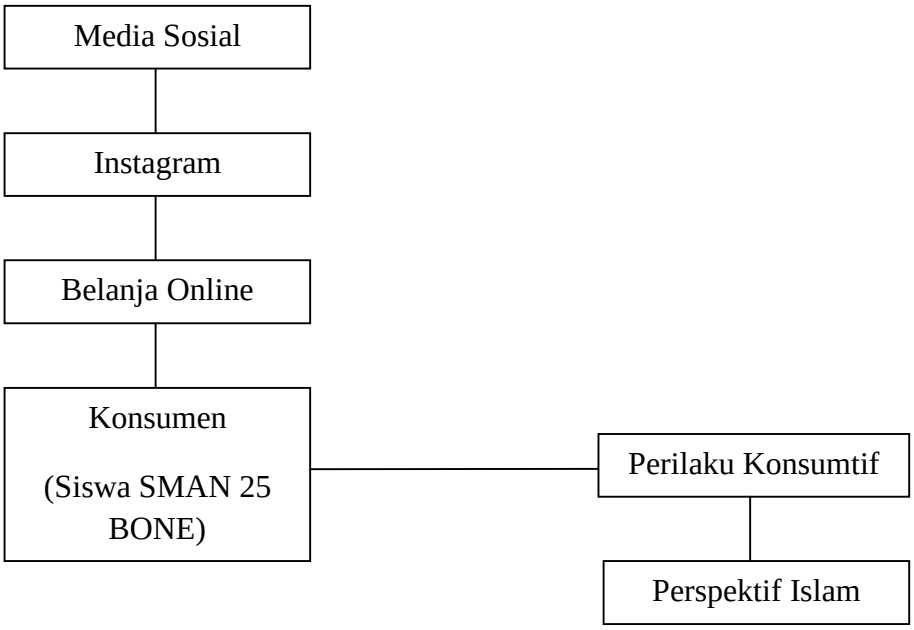
[11]Hanafi'ah Hidayatur Rohmah, *"New Media dan Perilaku Konsumen Studi Korelasi Pengaruh Penggunaan Akun Instgram @md_Store_hijab terhadap Perilaku Membeli dikalangan Mahasiswa Fakulta Ekonomi Angkatan 2011 Universitas Pembagunan "veteran" Yogyakarta"(*Skripsi program Sarjana Universitas Islam Negeri Yogyakarta, 2016)

[12]Umi Hidayatun, *"Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Dukungan teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta tahun 2014/2016"*(Skripsi Program Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta, 2015)

Perbedan penelitian Umi Hidayatun dengan penelitian penulis yaitu pada metode penelitian dan tujuan penelitian Umi Hidayatun bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif remaja sedangkan penulis untuk mengetahui cara siswa menggunkan instagram sebagai sarana pembelian *online* dan faktor yang mempengaruhi siswa untuk berperilaku konsumtif. persamaannya adalah penulis melakukan penelitian di sekolah yang memperoleh data dari siswa yang menggunakan media sosial untuk berbelanja.

F. Kerangka Pikir

Pada bagian ini penulis akan menguraikan tentang kerangka pikir yang akan dijadikan sebagai patokan untuk melaksanakan penelitian ini. Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam memecahkan permasalahan sesuai dengan penelitian yang bersifat ilmiah.



Berdasarkan skema tersebut dapat dijelaskan, bahwa salah satu media sosial sebagai sarana penjualan *online* yang saat ini sangat populer adalah media sosial instagram yang saat ini paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk jual beli *online*. Belanja *Online* merupakan berbelanja dengan menggunakan media sehingga dapat menghemat waktu dan tenaga. Dan konsumen adalah orang yang melakukan pembelian *online* yang dimaksud yaitu Siswa SMA Negeri 25 Bone karen pembelian *online* ini bisa dilakukann oleh semua kalangan tua atau muda. Dan perilaku konsumtif yaitu perilaku yang muncul dikarnakan rasa kurang puas yang menjadi kodrat Manusia yang paling banyak dialami Oleh Anak Remaja seperti remaja sekarang ini. Dan menurut perspektif Islam tentang perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak diridhoi oleh Allah SWT karena perilaku konsumtif adalah membeli barang-barang yang tidak penting dan bukan merupakan kebutuhannya melainkan hanya memenuhi keinginannya.

G. Metode penelitian

Salah satu hal yang dibutuhkan dalam suatu penelitian adalah metode penelitian, dijadikan sebagai sarana untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menentukan keberhasilan suatu keberhasilan. Adapun bagian-bagian dari penelitian dalam ini yaitu :

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman

yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu penomena sosial dan masalah manusia.[13] Deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan atau menggambarkan obyek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada di lokasi penelitian. Fakta-fakta yang tampak dikemukakan secara faktual, sistematis dan akurat tentang instagram sebagai sarana pembelian *online* terhadap perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif Islam.

b. Pendekatan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, seorang peneliti membutuhkan suatu pendekatan untuk dijadikan sebagai landasan kajian. Adapun pendekatan yang dimaksud ialah suatu disiplin ilmu yang digunakan untuk memudahkan peneliti dalam memahami penelitian yang dilaksanakan. Adapun pendekatan yang digunakan oleh penulis dalam penelitiannya:

1) Pendekatan sosiologis

Pendekatan ini adalah suatu ilmu yang menjelaskan tentang hubungan antara masyarakat yang satu dengan yang lain. Pendekatan ini sangat penting karena dalam agama juga ditemukan permasalahan sosial antara mahluk.[14]

Pendekatan ini sangat diperlukan sebagai penunjang dan pendukung proses penelitian, karena fokus penelitian ini

[13]Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Aanalisis isi dan Analisis data sekunder* (Cet.IV; Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2014), h. 10.

[14]Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Aanalisis isi dan Analisis data sekunder* (Cet.IV; Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2014), h. 11.

adalah pembelian *online* yang dilakukan oleh siswa secara berlebihan yang menimbulkan perilaku konsumtif dan perspektif Islam. Oleh karena itu sangat diperlukan pendekatan ini agar nantinya dijeleskan lebih akurat dan terperinci.

2) Pendekatan Psikologis

Pendekatan psikologis membahas segala permasalahan berdasarkan dengan analisis yang didasarkan pada prinsip yang berlaku dalam ilmu jiwa. Pendekatan ini dimaksud untuk mengetahui gejala kejiwaan Siswa melalui tingkah lakunya dan untuk mengetahui lebih jauh mengenai etika berperilaku dalam kehidupan sehari-hari yang berkaitan dengan penelitian ini adalah kita harus mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi siswa untuk berperilaku konsumtif dengan melihat dari kesehatan Psikologisnya.

2. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yaitu pada Sekolah SMA Negeri 25 Bone, beralamat di Lappajupeng Desa Bengo Kecamatan Bengo Kabupaten Bone Selawesi Selatan.

3. Data dan Sumber

a. Data

Data adalah bentuk jamak dari Datum. Data merupakan keterangan-keterangan tentang suatau hal, dapat berupa suatu yang diketahui atau yang dianggap atau anggapan. Atau suatu fakta yang

digambarkan lewat angka, simbol, kode, dan lain-lain. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini Adalah :

1) Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan informan dan subjek penelitian vital lainnya yang terkait dengan sasaran penelitian seperti akun instagram yang digunakan siswa SMA Negeri 25 Bone.
2) Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melaksanakan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.[15]Data ini diperoleh dari perpustakaan, buku referensi, jurnal, dan buku profil SMA Negeri 25 Bone.

b. Sumber Data

Sumber Data dalam sebuah penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Adapun yang menjadi sumber Data dalam Penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 25 Bone dan data dari sekolah.

4. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti sendiri. Peneliti sebagai *human instrumet* berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih iformasi sebagai sumber data, melakukan pengunpulan data, menilai kualitas data,

[15]Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Cet. I; Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 19.

analisis data, menafsirkan dan membuat kesimpulan atas kemauannya.[16] Adapun Instrumen penelitian yang akan digunakan peneliti Adalah :

a. Panduan atau pedoman wawancara, ini adalah satu tulisan singkat yang berisikan daftar informasi yang akan atau yang perlu dikumpulakan. Daftar ini dapat pula dilengkapi dengan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan untuk menggali informasi dari para informan.
b. Panduan atau Pedoman Observasi, ini adalah pengamatan pada suatu objek dan mencatat secara sistematis gejala yang diteliti.
c. Dokumen, penulis dapat mengumpulakan data yang berkaitan dengan penelitian baik dari buku, jurnal, peneltian terdahulu, foto, rekaman, video, ataupun internet. Kamera Foto dan Kamera Vidio untuk merekam hasil wawancara atau hasil Observasi.[17]Alat rekaman dipergunakan apabila peneliti atau pewawancara mengalami kesulitan untuk mencatat hasil wawancara.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam rangka pengumpulan data-data yang diperlukan,peneliti akan menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Wawancara (*interview*)

Salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung dengan yang diwawancarai tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan dahulu untuk dijawab pada kesempatan lain.wawancara merupakan alat *re-ckhing* atau

[16]Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Cet, I; Jakarta: Kencana, 2011), h. 101.
[17]Afrizal, *Metodologi Penelitian Kuliatatif* (Cet, I; Jakarta; Rajawali Pers, 2014), h. 135.

pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang peroleh sebelumnya.

Dalam melaksanakan wawancara kemungkinan peneliti mengajukan pertanyaan bebas tanpa terikat dengan pedoman wawancara yang telah dibuat sebelumnya. Agar wawancara terarah dan berjalan dengan baik maka peneliti bisa menggunakan buku sebagai alat bantu mengumpulkan Data.

b. Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian, instrumen yang dapat digunakan yaitu lembar pengamatan, panduan dan pengamatan.[18]Observasi dalam penelitian difokuskan pada tempat yakni di SMA Negeri 25 Bone.

c. Dokumentasi

Mengumpulkan bahan tertulis seperti berita di media, nutulen-nutulen rapat, surat menyurat dan laporan-laporan, untuk mencari informasi yang diperlukan. Pengumpulan dokumen ini mungkin dilakukan untuk mengecek kebenaran atau ketepatan informasi yang diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam.[19] Tempet memperoleh data dokumentasi dalam penelitian ini adalah dari bukti *chatting* siswa SMA Negeri 25 Bone dengan *online shop* saat berbelanja *online.*

[18]Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Cet,I; Jakarta: Kencana, 2011), h. 135.
[19]Afrizal, *Metodelogi Penelitian Kuliatatif* (Cet, I; Jakarta; Rajawali pers, 2014), h. 21.

6. Teknik Analisis Data

Tekni analisis data merupakan cara mengalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang relavan untuk digunakan dalam penelitian. Namaun sebelum data dianalisis terlebih dahulu dilakukan pengolahan data dengan langkah-langkah berikut:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Informasi yang telah didapatkan selama melakukan penelitian di lapanga, dalam tahap ini penelti fokus pada penyederhanaan data yang diproleh. Setelah data yang diperoleh mampu diringkas, peneliti mampu menemukan konsep-konsep serta pola-pola data yang diinginkan yang kemudian dirancang dalam bentuk hasil analisa akhir.

b. Penyajian Data (*Data display*)

Merupan suatau proses yang menyajikan data peneltian dalam sebuah kesatuan yaitu hasil akhir peneltian melalui kalimat yang disusun secara sistematis dalam membantu peneliti menyelesaikan menyelesaikannya.

c. Penarikan Kesimpulan (*condcluton drawing/verivication*)

Dua langkah sebelumnya merupakan dasar pijakan dalam mengambil kesimpulan dan verivikasi data. Penarikan kesimpulan berarti proses penggabungan beberapa penggalan informasi untuk mengambil keputusan.[20] Secara keseluruhan, data dan informasi

[20]Muhammad Yaumin dan Muljono Damopolii, *Action Research Teori,Model dan Aplikasi* (Jakarta: Kencana, 2014), h. 138.

yang diperoleh akan diuji kebenarannya, kekuatannya, serta kecocokannya.

Secara umum, teknik analisis data yang penulis digunakan di atas memiliki korelasi yang baik. Mengumpulkan data dari Sekolah SMA Negeri 25 Bone kemudian dianalisis dengan pertama-tama melalui tahap memilih hal-hal pokok dan penting. Selanjutnya data tersebut disajikan baru setalah itu ditarik kesimpulan dan juga melakukan verifikasi.

7. Teknik Penarikan Sampel

a. Non-probability Sampling

Non-probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik Sampling Nonprobality ini meliputi : Sampling Kuota, Sampling Insidental, Purposive Sampling, Sampling Jenuh, Snowball Sampling.

1) Sampel Kuota

Sampel Kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri- ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan.Contoh Sampling Kuota, akan melakukan penelitian tentangKaries Gigi, jumlah sampel yang ditentukan 500 orang, jika pengumpulan data belum memenuhi kuota 500 orang tersebut, maka penelitian dipandang belum selesai. Bila pengumpulan data dilakukan secara kelompok yang terdiri atas 5 orang pengumpul data, maka setiap anggota kelompok harus dapat menghubungi 100 orang anggota sampel, atau 5 orang tersebut harus dapat mencari data dari 500 anggota sampel.

2) Sampel Insidental

Sampel Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3) Sampel Purposive

Sampel Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Contoh Sampel Purposive, akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan. Sampel ini lebih cocok digunakan untuk Penelitian Kualitatif atau penelitian yang tidak melakukan generalisasi.

4) Sampel Jenuh (Sensus)

Sampel Jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.

5) Sampel Bola Salju (Snowball Sampling)

Snowball Sampling adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar. Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang sampel, tetapi karena dengan dua orang sampel ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sampel sebelumnya. Begitu seterusnya, sehingga jumlah sampel semakin banyak.

b. Probabilitas Sampling

Ada empat macam teknik pengambilan sampel yang termasuk dalam teknik pengambilan sampel dengan probabilitas sampling. Keempat teknik tersebut, yaitu cara acak, stratifikasi, klaster, dan sistematis.

1) Sampel Acak

Ada beberapa nama untuk menyebutkan teknik pemilihan sampling ini. Nama tersebut termasuk di antaranya: random sampling atau teknik acak. Apa pun namanya teknik ini sangat populer dan banyak dianjurkan penggunaannya dalam proses penelitian. Pada teknik acak ini, secara teoritis, semua anggota dalam populasi mempunyai probabilitas atau kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel.

Untuk mendapat responden yang hendak dijadikan sampel, satu hal penting yang harus diketahui oleh para peneliti adalah bahwa perlunya bagi peneliti untuk mengetahui jumlah responden yang ada dalam populasi.

Teknik memilih secara acak dapat dilakukan baik dengan manual atau tradisional maupun dengan menggunakan tabel random.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Instagram sebagai Media Sosial

Instagram populernya sebagai sebuah media sosial, banyak orang yang tidak tahu arti sebenarnya dari pemakaian kata tersebut. Disusun dari dua kata, yaitu "Insta" Arti dari kata pertama diambil dari istilah "Instan" atau serba cepat/mudah, namun dalam sejarah penggunaan kamera foto, istilah "Instan" merupakan sebutan lain dari kamera Polaroid. Yaitu jenis kamera yang bisa langsung mencetak foto beberapa saat setelah membidik objek. Sedangkan kata "Gram" diambil dari "Telegram" yang maknanya dikaitkan sebagai media pengirim informasi yang sangat cepat.

Dari penggunaan dua kata tersebut, kita jadi semakin memahami arti dan fungsi sebenarnya dari instagram. Yaitu sebagai media untuk membuat foto dan mengirimkannya dalam waktu yang sangat cepat. Pada dasarnya, media sosial ini sebetulnya merupakan aplikasi yang memang sangat dikhususkan untuk para penikmat dan praktisi fotografi. Jadi, dari fungsi tersebutlah bisa diperoleh sejumlah manfaat yang bisa menciptakan hasil-hasil optimal. Kecenderungan orang yang latah dalam menggunakan media sosial ialah asal membuat akun namun memperlakukannya sama seperti kebanyakan media sosial lain. Jadi, misalnya ia sudah terbiasa bermain *Facebook*, maka ia secara tak sadar menggunakan media lain seperti Instagram dengan kebiasaan serupa.[1]

[1]Moh. Ali Ma'ruf, "Analisis Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk", (Skripsi Program Sarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta, 2017), h. 28.

Sedangkan media secara etimologi, kata “media” merupakan bentuk jamak dari “medium”, yang berasal dari Bahasa Latin “medius” yang berarti tengah. Sedangkan dalam Bahasa Indonesia, kata “medium” dapat diartikan sebagai “antara” atau “sedang” sehingga pengertian media dapat mengarah pada sesuatu yang mengantar atau meneruskan informasi (pesan) antara sumber (pemberi pesan) dan penerima pesan. Sedangkan sosial istilah “sosial” memiliki beberapa pengertian berbeda yang dianggap sebagai konsep dan merujuk antara lain pada: sikap, orientasi, atau perilaku yang mempertimbangkan kepentingan, niat, atau kebutuhan orang lain (berbeda dengan perilaku anti-sosial) telah berperan dalam mendefinisikan ide atau prinsip. Sedangkan dalam bahasa indonesia Kata “sosial” berasal dari bahasa Latin “*socii*” yang artinya sekutu. Istilah tersebut sangat erat hubungannya dengan kehidupan manusia dalam masyarakat, misalnya sifat yang mengarah pada rasa empati terhadap orang lain yang disebut dengan jiwa sosial. Sehingga pengertian sosial dapat didefinisikan sebagai rangkaian norma, moral, nilai dan aturan yang bersumber dari budaya masyarakat dan dipakai sebagai acuan dalam interaksi antar manusia dalam suatu komunitas.[2]

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial dan media sosial

[2]Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial*(Jakarta: Prenada Media Group, 2016), h. 153.

menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content.*

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain *facebook*, *myspace*, *twitter* dan instagram. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia sebagian tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpertisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Media sosial yang saat ini sedang eksis sebagai sarana penjualan *online* adalah Instagram.[3]

Kalau persoalannya adalah media sosial sebagai alat narsis, hampir setiap orang, baik sadar maupun tak sadar berulang kali mempraktikkannya. Justru dengan sejumlah keistimewaan yang telah disediakan oleh aplikasi seperti Instagram itulah, setiap pengguna bisa memanfaatkannya untuk tujuan tertentu.

Semakin banyak orang yang menyadari bahwa Instagram merupakan alat promosi yang sangat ampuh. Kecenderungan para pengguna internet ialah lebih tertarik pada bahasa visual. Nah, dibandingkan dengan media sosial lainnya, Instagram lebih memaksimalkan fiturnya untuk komunikasi melalui

[3]David Holmes, *Komunikasi Media, Teknolgi, dan Masyarakat* (Cet. I; Yogyakarta: Pustak Pelajar, 2012), h. 36.

gambar atau foto. Ketika bahasa visual mendominasi dunia internet, dari situlah para pelaku bisnis bisa memanfaatkan peluang yang terhampar di depan mata.

Gaya-gaya promosi dengan instagram pun sangat unik dan variatif. Kadang, kita bisa menikmati rangkaian foto yang dibuat secara estetis dan sangat menarik perhatian. Penerapan promosi pun bisa diterapkan, misalnya dengan menyelenggarakan sebuah kompetisi khusus bagi para penggemar fotografi. Hanya berbekal gadget dan aplikasi instagram, maka berbagai karya foto pun bisa dihasilkan dan seolah-olah seperti karya para fotografer profesional. Pengguna instagram dapat dilihat dengan pemilihan fitur-fitur yang tersedia, karena tiap fitur memiliki fungsi yang berbeda-beda adapun fitur yang dimiliki oleh instagram diantaranya adalah :

1. Pengikut, sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainya, atau memiliki pengikut Instagram.
2. Mengunggah foto sebagai tempat mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna.
3. Efek foto, pengguna dapat mengaplikasikan efek pada foto atau video yang akan diunggah untuk mengatur pewarnaan yang dikehendaki oleh penggunaa.
4. Judul foto, ketika mengunggah foto pada jejaring sosial, dapat memasukkan judul dan menambahkan lokasi foto tersebut.
5. Arroba, digunakan untuk menyinggung pengguna lainnya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun instagram dari pengguna tersebut.

6. Label atau foto, sebuah lebel dalam instagram adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan “ kata kunci “
7. *Gotagging*, setelah memasukkan judul foto selanjutnya adalah bagian *geotag*, bagaian ini akan muncul ketika para pengguna perangkat atau *iDevice* mengaktifkann *global positioning system* (GPS) yang merupakan sistem navigasi berbasis satelit yang di dalam *iDevice* mereka. Dengan demikian *iDevice* tersebut dapat mendeteksi lokasi para pengguna instagram tersebut berada.
8. Jejaring sosial, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam intagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya.
9. Tanda suku memiliki fungsi yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah.
10. Populer, bila sebuah foto masuk ke dalam halaman populer, yang merupakan tempat kumpulan foto-foto populer dari seluruh dunia pada saat itu.

Fenomena lainnya yang sangat menarik dari instagram adalah bagaimana kebanyakan orang tertarik untuk mempopulerkan akun mereka. Tujuannya adalah memperoleh jumlah *follower* sebanyak-banyaknya. Metode ini sebenarnya sama persis dengan twitter yang menghasilkan banyak *selebtwit* di Indonesia.

Begitu pula dengan dunia Instagram yang melahirkan sejumlah *selegram* dengan ribuan bahkan jutaan *followers*. Ketika seseorang sudah

punya banyak *follower*, secara otomatis ia punya reputasi sehingga menarik minat dari sejumlah vendor untuk memasang iklan di akun Instagram mereka. Itulah yang disebut sebagai *buzzer* yang mampu mendulang banyak keuntungan yang berawal dari hobi postingan di instagram atau media sosial lainnya.[4]

Namun untuk membuat sebuah akun instagram dengan tujuan-tujuan tersebut haruslah memiliki kemampuan komunikasi yang cukup bagus. Setidaknya, seorang pemilik akun mampu menghasilkan foto berkualitas dengan gaya kemasan yang unik dan berkarakter. Jadi bukan asal-asalan membuat akun Instagram dan menyebar *spam* alias promosi dengan cara meninggalkan jejak komentar disembarang akun instagram lainnya.

Saat ini instagram juga digunakan untuk berbisnis dan perdagangan, kita dapat Melihat peningkatan penggunaan instagram semakain hari semakin meningkat, dan masyarakat semakin tertarik dengan banyaknya akun-akun yang bebisnis di instagram sehingga mempermudah seseorang apabila ingin berbelanja (belanja *online*), biasanya pembeli *online* ini biasanya berbelanja dengan memilih barang dan kemudian mengirim uang dan diproses untuk pengiriman barang ke pemesan. Ini sangat mudah dilakukan oleh siapa saja bahkan anak remaja sekarang kebanyakan berbelanja atau membeli barang-barang seacara *online* di instagram.

B. Perilaku Konsumtif dalam Pembelian Online di Instagram

Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusua itu sendiri yang mempunyai bantangan arti yang luas antara lain: berjalan, berbicara,

[4]Moh. Ali Ma'ruf, "Analisis Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk", (Skripsi Program Sarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta, 2017), h. 30.

menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca dan sebagainya. Dari uraian tersebut bisa disimpulkan bahwa perilaku semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung maupun tidak dapat diamati oleh pihak luar, sedangkan dalam pengertian umum perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh mahluk hidup.[5]

Menurut Jean Baudrillad, perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditujukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan dari pada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman, perilaku konsumtif ini biasanya muncul karena faktor gaya hidup orang-orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang dapat memiliki gaya hidup yang berbeda.[6]

Konsumtif menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah bersifat konsumsi atau hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri.[7] Sedangkan secara istilah konsumtif adalah gaya hidup yang mengutamakan keinginan untuk mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Sifat ini cenderung mengabaikan faktor pendapat dan ketersediaan sumber daya ekonomi yang

---

[5]Garry Martin, *Modifikasi Perilaku*(Yogyakart: Pustaka Pelajar, 2015), h. 3.

[6]Selu Margaretha Khushendrawati, Hipeerealitas dan Ruang Publik (Sebuah Analisis Curtural studies), (Jakarta: Penaku, 2011). h. 120.

[7] Dapartemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 278.

seharusnya menjadi pertimbanganutama seseorang sebelum melakukan tindakan konsumsi.[8]

Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Dewasa ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan adanya gejala konsumtifisme, sedangkan konsumtifisme dapat didefinisikan sebagai pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan. mengatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya.

Membeli saat ini sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu. menjelaskan bahwa perilaku konsumtif sebagai sosial ekonomi perkembangannya dipengaruhi oleh faktor kultural, pentingnya peran mode yang mudah menular atau menyebabkan produk-produk tertentu. Di samping itu sikap seseorang seperti orang tidak mau ketinggalan dari 10 temannya atau penyakit kultural yang disebut “gengsi” sering menjadi motivasi dalam memperoleh produk. Di jumpai juga gejala sosiopsikologis berupa keinginan meniru sehingga remaja berlomba-lomba yang satu ingin lebih baik dari yang lain.

---

[8]Muhammad Islami Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*(Jakarta: Gema Nusantara, 2002), h. 58.

Perilaku konsumtif menciptakan kebiasaan pembelian produk untuk konsumsi tetapi ada motivasi lain. Pendapat yang lain dikemukakan menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.[9]

Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditujukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan dari pada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman. Yang dilihat sekarang remaja-remaja sekarang ini kebanyakan menggunakan instagram sebagai pemebelian *online* dimana memicu remaja untuk mengalami perilakau konsumtif.

Pembelian *online* atau belanja *online* adalah sebuah kegiatan berbelanjan yang dilakukan lewat media internet. Seiring perkembangan teknologi khususnya sejak diperkenalkanya internet sebagai media baru, pengguna internet sebagai media untuk jual beli semakin meningkat. Pembelian *online* atau belanja barang secara *online* kini mejadi sebuah gaya hidup masyarakat modern, trennya semakain lama semakin meningkat banyak keuntungan dan kemudahan yan didapat menjadi salah satu faktor yang memicu trend pembelia *online* atau belanja *online.*

[9]Nugroho J.Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Cet. I; Bogor: Prenada Media, 2003), h. 23.

Untuk melakukan transaksi jual beli *online* sangat mudah. Kita hanya perlu menyalakan internet dan mulai menjalankan aplikasi jual beli seperti instagram, *facebook, shopee,* bukalapak dan lain sebagainya untuk mencari barang dan harga yang cocok di atas. Setelah memilih barang yang ingin dibeli, kita hanya perlu melakukan pembayaran, alat pembayaran yang paling sering digunakan adalah menggunakan *e-banking* atau kartu kredit. Adapun faktor-faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumtif diantaranya sebagai berikut:

1. Faktor internal

   Faktor internal adalah faktor yang asalnya dari dalam diri sesorangatau individu itu sendiri. Faktor ini biasanya berupa sikap juga sifat yang melekat pada diri sesorang. Adapun faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumtif diantaranya sebagai berikut :

   a. Motivasi, merupakan dorongan yang dirasakan seseorang untuk melakukan tindakan pemenuhan kebutuhan.
   b. Harga diri, seseorang yang memiliki harga diri rendah cenderung lebih mudah di pengerahui dari pada yang harga dirinya tinggi.
   c. Observasi, merupakan proses belajar ysng dilakukan konsumen ketika mengalami tindakan da perilaku orang lain.
   d. Proses belajar, merupakan karakteristik yang dimiliki seorang individu, perbedaan karakteristik tersebut menggambarkan ciri unik dari masing-masing individu.

e. Kepribadian, merupakan karakteristik yang dimiliki seorang individu, perbedaan karakteristik tersebut menggambarkan ciri unik dari masing-masing individu
f. Konsep diri, merupakan gambaran individu tentang diri sendiri. Konsep diri dapat memengaruhi persepsi dari perilaku membeli seseorang.

2. Faktor eksternal

Faktor yang asalnya dri luar diri seseorang atau individu. Faktor ini meliputi lingkungan sekitar termasuk oraang-orang terdekat. Adapun faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif dianataranya sebagai berikut :

a. Budaya, mengaku pada seperangkat nilai, gagasan dan simbol bermakna lainnya yang membantu individu berkomunikasi, membuat tafsiran, dan melakukan evaluasi sebagai anggota masyarakat.
b. Kelas sosial, merupakan pembagian di dalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang terbagi menjadi nilai, minat da perilaku yang sama.
c. Kelompok-kelompok sosial dan referensi, merupakan kesatuan sosial yang menjadi tempat individu berinteraksi satu sama yang lain, karena adanya hubungan diantara mereka, kelompok sosial.
d. Keluarga, keputusa konsumsi kerap kali dipengaruhi oleh keluarga karena keluarga memainkan peranan terbesar da terlama dalam pembentukan sikap da perilaku manusia dalam pembelian baran dan

jasa. Hasil penelitian ini mengarah kepada Teori Psikoanalisis merupakan manusia dikendalikan oleh keinginan yang terpendam didalam dirinya, siswa SMA Negeri 25 Bone rata-rata mereka belanja online bukan karena kebutuhan melainkan untuk memenuhi keinginan dan kepuasan dirinya atau disebut perilaku konsumtif.[10]

Faktor utama masyarakat untuk berperilaku konsumtif adalah egonya sendiri ketika mereka bisa membedakan kebutuhan dan keinginan, maka perilaku konsumtif tidak akan ada dalam dirinya karena meraka akan sadar bahwa membeli barang-barang yang tidak penting itu adalah pemborosan dan itu merupakan perbuatan yang tidak baik.

Untuk memenuhi kebutuhaan dan kegiatannya, setiap penduduk harua membeli, kemudian menggunakan, memakai dan berkomsumsi berbagai kebutuhan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan yangv paling dasar sampai dengan kebutuhan untuk mengaktualisasikan dirinya.[11]

Dalam memenuhi kebutuhan dan keinginanya, konsumen merefleksikan dan melaksanakan sejumlah sikap dan perilaku konsumen sebelum membuat keputusan membeli, berikut adalah motivasi yang dalam hal ini juga menjadi faktor-faktor yang mendorong konsumen bersikap konsumtif terhadap produk yang menarik perhatian di instagram.[12]

a. Kebudayaan

[10]Usman Efendi, *Psikologi Konsumen* (Cet. I; Jakarta: Rajawali Pers 2016), h. 32.

[11]Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*(Bandung: Alfabeta, 2013), h. 23.

[12]M. Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran: Jelajahi Dan Rasakan*(Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada, 2003), h. 49.

Kebudayaan masyarakat tertentu akan membentuk perilaku konsumen. Dalam faktor kebudayaan ini terdapat komponen budaya itu sendiri, sub budaya dan kelas sosial. Komponen sub budaya dalam konteks masyarakat dan indonesia, bisa kita anggap suku-suku tertentu yang memiliki budaya tersendiri. Budaya sebagi pengelompokan masyarakat yang mempunyai nilai-nilai tersendiri dalam hal ruang lingkup kehidupan.

b. Sosial

Dalam hal ini menegaskan bahwa individu adalah mahluk sosial. Individu pada dasarnya sangat mendapatkan pengaruh dari orang-orang di sekitar kita saat membeli suatu barang. Dalam hal ini mempunyai tiga aspek, diantaranya:

1) Kelompok rujukann atau *reference group,*kelompok ini yang dimaksud adalah orang-orang yang ada disekliling kita, baik secara langsung maupun tidak langsung yang memengaruhi sikap dan perilaku. Bisa teman, teman saudara, tetangga, artis pujaan, pemimpin agama, atau figur-figur publik lain.
2) Keluarga, anggota keluarga sebagai lingkungan terdekat seseorang yang mendorong atau yang menghalangi pembelian, seperti suami dan anak.
3) Peran dan status yang menjadi bagian kehidupan akan memengaruhi konsumsi seseorang.

c. Pribadi

1) Usia dan siklus, individu mengalami beberapa tahapan dalam siklus hidupnya. Berbagai tahapan dalam pribadi seseorang ini membutuhkan produk yang berbeda.
2) Pekerjaan, orang bisa bekerja sesuai dengan cita-citanya atau tidak, namun yang jelas ia memerlukan barang-barang yang sesuai pekerjaannya.
3) Gaya hidup, adalah bagaimana orang menghabiskan waktu dan uangnya. Kita bisa mengkombinasikan ulah dengan melihat minatnya yaitu atas makanan yang dibeli, pakaian yang diidam-idamkannya, pilihan tempat rekreasi dan hiburan. Begitu pula, lewat opini mereka, yaitu terhadap apa saja, terhadap diri mereka sendiri hal-hal yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.
4) Pribadi dan konsep diri, kepribadian merupakan karakter-karakter khusus pada individu, dan biasanya tidak mudah untuk berubah.

d. Psikologis

1) Persepsi adalah proses memberikan makna atas rangsangan-rangsangan yang diterima alat sensor kita atau mata, kulit, lidah, hidung. Sesorang bertindak sesuai dengan bagaimana indra merasakan dan menginterpretasikan.[13]

[13]Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*(Bandung: Alfabeta, 2013), h. 28.

Motivasi adalah dorongan untuk memuaskan satu kebutuhan/ keinginan baik dalam pores membeli barang di media sosial atau secara langsung. Adapun karakteristik perilaku konsumtif sebagai berikut :

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah

   Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkann hadiah yang ditawarkan.

2. Membeli produk karena kemasan menarik

   Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang berbeda daari yang lainnya. Kemasan satu barang yang menarik dan unuk akan membuat sesorang membeli barang tersebut.

3. Membeli produk dengan menjaga penampilan gengsi

   Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap menjaga penampilan diri, dibandingkan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan

4. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga atau bukan atas dasar manfaat.

   Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

5. Membeli produk hanya sekedar symbol atau status

   Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya. Dengan membeli suatu produk dapat

memberikan symbol status agar terlihat lebih keren dimata orang lain.

6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk

   Individu memakai barang karena tertarik untuk bisamenjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idola dari pembeli.

7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri

   Individu membeli barang atau produk bukan berdasarkan kebutuhan tetapi karena memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan dirinya.

8. Keinginan mencoba dua produk sejenis yang berbeda

   konsumen akan cenderung menggunakan produk dengan jenis yang sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakaiya.[14]

Konsumtif menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal dengan menggunakan instagram sebagai sarana pembelin *online,* karena instagram sekarang ini bukan hanya sekedar menjadi aplikasi untuk membagikan foto atau video pribadi tetapi

[14]Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*(Bandung: Alfabeta, 2013), h. 31

sekarang ini instagram ramai digunakan oleh pebisnis untuk menawarkan barang dagangannya di instagram baik dalam bentuk foto atau video.

C. Perilaku Konsumtif dalam perspektif Islam

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kehidupan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Seluruh aturan Islam mengenai aktivitas konsumsi terdapat dalam Al-Qur'an dan as-Sunnah. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan Al-Qur'an dan as-Sunnah ini akan membawa perilakunya mencapai keberkahan dan kesejahtraan dalam hidupnya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan Al-Qur'an dan as-Sunnah seperti makan dan minum yang cukup, melakukan pekerjaan yang bermanfaat atau menuntut ilmu, shalat, berdoa. Membantu orang lain dalam kebaikan, bersodakoh, merayakan hari raya dan tidak berlebihan dan lain sebagainya.

Islam memandang bahwa bumi dan segala isinya merupakan amanah Allah Swt. Kepada sang Khalifah agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahtraan bersama. Dalam suatu pemanfaatan yang lebih diberikan kepada sang Khalifah adalah kegiatan ekonomi atau umum dan lebih sempit lagi kegiatan konsumsi atau khusus. Islam mengajarkan sang Khalfah untuk memakai dassar yang benar agar mendapatka keridhaan dari Allah sang pencipta.

Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam memnuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan dan

kemewahan. Kesenangann atau keindahan diperbolehkan asal tidak dalam konsep yang berlebihan, yaitu tidak melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula melampaui batas-batas makanan yang dihalalkan. Konsumen muslim tidak akan melakukan permintaan terhadap barang sama banyak dengan pendapatan, sehingga pendapatan habis. Karena mereka mebutuhkan kebutuhan jangka pendek atau di dunia dan kebutuhan jangkangka panjang atau di akhirat.

Pada dasarnya manusia mempunyai kecenderungan berperilaku konsumtif, akan tetapi tidak semua bisa menyalurkannya. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an. Sebagaimana firman Allah dalam QS Al-Isra/17: 26 :

وَآتِ ذَا الْقُرْبَاي حَقَّهُ وَالْمِسْكِيْنَ وَابْنَ السَّبِيْلِ وَلاَ تُبَذِّرْ تَبْذِيْرًا .٢٦

Terjemahnya :

"Dan berikalan hak untuk hidup berbahagia kepada keraba dekat,juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan jaganlah kamu menghambur-hamburkan(hartamu) secara boros."[15](QS Al-Isra/17: 26)

Berdasarkan ayat diatas Allah Swt memerintahkan kepada kaum muslimin untuk menunaikan hak kepada keluarga-keluarga dekat, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalana. Hak yang harus ditunaikan itu ialah untuk mempererat tali persaudaraan dan dan hubungan kasih sayang, mengunjungi rumah dan bersikap sopan santun, serta membantu meringankan penderitaa orang lain. Di akhir ayat ini Allah Swt melarang

[15]Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Cet. XX; Diponegoro: Bandung, 2011), h. 771.

kaum muslimin untuk membelanjakann harta bendanya secara boros. Larangan ini bertujuan agar kaum muslimin mengatur perbelanjaanya dengan perhitungan secermat-cermatnya, agar apa yang dibelanjakannya sesuai dan tepat denga keperluannya, tidak boleh membelanjakan harta kepada orang-orang yang tidak berhak menerimanya atau memberikan harta melebihi dari seharusnya. Secara jelas Allah Swt melarang kita berbuat boros melalaui kata "janganlah kamu", artinya berbuat boros adalah termasuk perbuatan yang dilarang Allah Swt, peerbuatan yang dilarang berarti sesuatu yang tidak baik dan tidak membawa manfaat, terlebih lagi bila dilakukan kita akan mendapatkan dosa dan juga larangan untuk berperilaku berlebih-lebihan dijelaskan dalam Al-Qur'an. Sebagaimana firman Allah dalam QS Al-A'raf/7: 31:

يَبَنِيْٓ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَّكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۚاِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ٣١.

Terjemahnya :

" Hai anak cucu Adam ! pakailah pakaianmu yang indah tiap-tiap masuk mesjid untuk beribadah dan makan dan minumlah tetapi janganlah berlebihlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan."[16](QS Al-A'raf/7: 31)

Ayat diatas melarang kita untuk berbuat belebih-lebihan dalam hal makanan, berhias atau berpakaian, serta dalam hal berbelanja. Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang tidak didasarkan pada kebutuhan pokok, membeli karena keinginan semata sehingga menimbulkan sesuatu yang berlebihan dan menghambur-hamburkan uang. Perilaku konsumtif bisa mengakibatkan seseorang menjadi sombong serta mengakibatakan seseorang

[16]Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Cet. XX; Diponegoro: Bandung, 2011), h. 401

berbuat apa saja, termasuk berbohong. Oleh karena itu kita dilarang untuk berperilaku konsumtif secara berelebihan. Karena sesengguhnya Allah tidak menyukai sesuatu yang berlebih-lebihan.

Setiap manusia selalu berusaha mendapatkan penghasilan sebanyak-banyaknya da berharap penghasilan tersebut dapat dugunakan untuk mencapai tujuan jangaka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek memenuhi segala macam kebutuhannya, sedangkan tujuan jangka panajang meningkatkan kesejahtraan atau paling tidak dapat hidup layak.

Dalam upaya mengejar kehidupan yang layak, perilaku konsumtif sikap manusia berbeda-beda. Ada yang suka membelanjakan seluruh penghasilannya untuk konsumsi, adapula yang menyisihkan sebagian uangnya untuk ditabung. Suatu keadaan atau kecenderungan untuk membelanjakan seluruh pendapatan pada barang konsumsi disebut perilaku konsumtif. perilaku konsumtif memili aspek positif dan aspek negatif berikut dampak positif dan negatifnya :

1. Dampak positif perilaku konsumif
   a. Membuka dan menambah lapangan pekerjaan, karena akan membutuhkan tenaga kerja lebih banyak untuk memberi dalam jumlah besar.
   b. Meningkatkan motivasi konsumen untuk menambah jumlah penghasilan agar bisa membeli barang yang diinginkan dalam jumlah dan jenis yang beraneka ragam.
   c. Menciptakan pasar bagi produsen, karena bertambahnya jumlah barang yang dikonsumsi masyarakat maka produsen akan membuka pasar-

pasar berguna mempermudah memberikan pelayanan kepada masyarakat.

2. Dampak negatif perilaku konsumtif
   a. Pola hidup uang boros dan akan menimbulkan kecemburuan sosial, karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tampa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu.
   b. Mengurangi kesempatan untuk menabung, karena orang akan lebih banyak membelanjakan uangnya dibanding untuk menabung dan investasi.
   c. Cenderung untuk memikirkan kebutuhan yang akan datang, orang yang akan mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa mendatang.[17]

Perilaku konsumtif lebih banyak memiliki dampak negatif walau mempunyai dampak positif. Karena sesungguhnys perilaku konsumti adalah perilaku yang memang tidak dianjurkan dalam agama Islam karena itu adalah perbuatan yang tidak baik untuk dilakukan dan jika dilakukan akan mendapatkan dosa.

[17]Anwar Prabu Mangkunegara, Perilaku Konsumen(Bandung: Refika, 2013), h. 29.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil SMA Negeri 25 Bone

1. Sejarah SMA Negeri 25 Bone

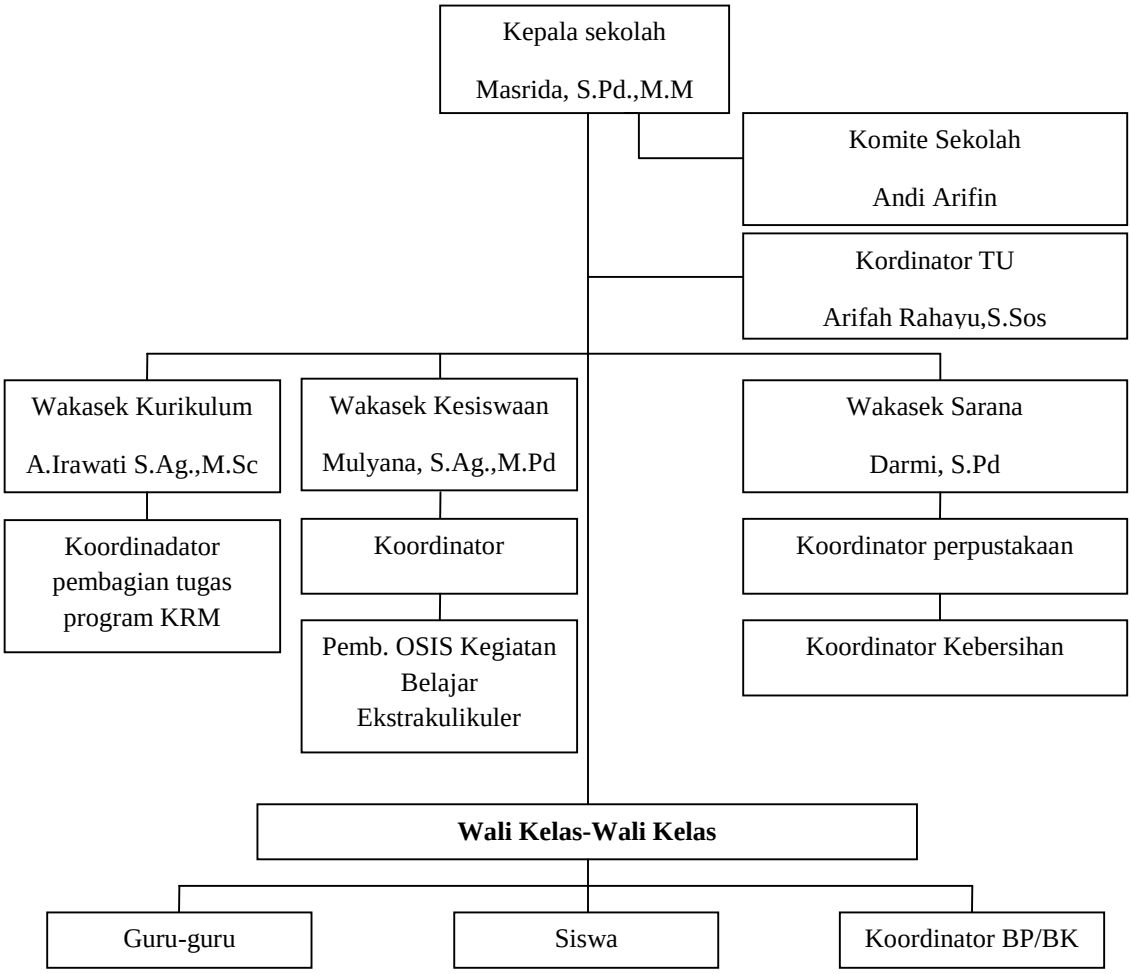
SMA Negeri 25 Bone merupakan salah satu dari 30 sekolah negeri di Kabupaten Bone, yang terletak di Desa Bengo Kecamtan Bengo, Dusun Lappajupeng. Pada awal berdirinya, SMA Negeri 25 Bone adalah SMA Negeri 1 Bengo, yang sebelumnya berada di bawah naungan SMA Negeri 1 Ulaweng yang pada tahun 2006 masih menumpang di gedung sekolah SMP Negeri 2 Lappariaja di Desa Bengo, dan sampai pada tanggal 19 mei 2009 sekolah ini sudah mampu berdiri sendiri dan bukan lagi dibawah naungan SMA Negeri 1 Ulaweng dengan memiliki tiga ruang kelas, dan sudah memuliki surat izin operasioanal. Drs. Abd Asiz sebagai kepala sekolah pertama, dan pada tanggal 19 mei 2009 ini juga yang kemudian ditetapkan sebagai hari jadi SMA Negeri 25 Bone.

Dengan berjalannya waktu sekolah mulai mendapat perhatian dari pemerintah dan sudah mulai berkembang dengan baik, pada tahun 2013 terjadi peralihan kepala sekolah dari Drs. Abd Asiz digantikan oleh Muhammad Tang S.Pd,.M.Pd yang biasa disebut sebagai bapak Pembangun di SMA Negeri 1 Bengo yang disebabkan karena di era kepemimpinan beliau SMA Negeri 1 Bengo sangat mengalami perkembangan yang sangat pesat sampai pada pembangunan sarana prasarana sekolah termasuk ruang kelas, ruang perpustakaan, ruang labolatorium, ruang komputer dan sarana olahraga

seperti lapangan futsal, *vollyball*, dan kebutuhan siswa lainnya dalam kegiatan ekstrakulikuler.

Dengan berjalannya waktu sampai pada tahun 2017 terjadi perubahan nama Sekolah SMA Negeri 1 Bengo menjadi SMA Negeri 25 Bone dan pada tahun yang sama terjadi peralihan dari Pimpinan Muhammmad Tang S.Pd,.M.Pd digantikan oleh Masrida S.Pd.,M.M yang menjabat sebagai kepala sekolah SMA Negeri 25 Bone sampai Sekarang ini.

2. Struktur Organisasi SMA Negeri 25 Bone



3. Visi dan Misi SMA Negeri 25 Bone

Visi : Unggul dalam mutu berpijak kepada budaya bangsa bertindak dan berbudaya tagguh, mendulang prestasi, handal teknologi dan bermartabat.

Misi :

1. Pembinaan yang *Orientif* terhadap keimanan dan kebangsaan.
2. Mengembangkan layanan yang profesional dalam kerjasama interaktif dan internal (Akademisi Sekolah) dan interaktif eksternal (Sekolah, Pemerintah dan Masyarakat).
3. Mempersiapkan insan-insan yang Akademik yang handal spritual (Trasedensi Ketuhanan) dan handal IPTEK Trasedensi kemanusian.
4. Mengembangkan layanan inovatif, kompetitif siswa dalam semangat progresif dan kebersamaan.

4. Identitas SMA Negeri 25 Bone

Nama Sekolah	: SMAN 25 Bone
Nomor Statistik/ NPSN	: 301190715001 / 40318190
NPWP	: 00.907.507.8.808.000
Alamat Sekolah	
Jalan	: Poros Bone – Makassar KM.43 Bengo
Dusun	: Lappajupeng
Kode Pos	: 92763
Daerah	: Pedesaan
Nama dan Gelar	: Masrida, S.Pd,. M. M
NIP	: 19660612 199203 2 017
No.Tlp./HP	: 081 355 600 342

Status Sekolah : Negeri

No/Tanggal SK Terakhir : 633/ 19 Mei 2009

Sekolah dibuka Tahun : 2006/Kelas jauh SMA Negeri 1 Ulaweng

Akreditasi : Akreditasi B

Kegiatan Belajar Mengajar : Pagi

Status Tanah Lokasi Sekolah : Milik Pemerintah

Sertifikat Kepemilikan : Ada

Jumlah Rombel :16 Rombel

Adapun daya tampung sekolah, data guru, data pegawai, sarana dan prasarana, kondisi orang tua siswa, pekerjaann orang tua, penghasilan rata-rata orang tua siswa, dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 3.1
Daya tampung sekolah 4 tahun terakhir

Tahun Pelajaran	Jumlah Siswa			Jumlah Tamatan			Angka DO(%)
	L	P	JMLH	L	P	JMLH	
2016/2017	200	201	401	40	54	94	
2017/2018	203	206	409	48	65	113	
2018/2019	250	223	473	67	55	122	
2019/2020	253	226	479				

Sumber : Dokumen SMA Negeri 25 Bone

Berdasarkan tabel di atas setiap tahunnya sekolah mengalami peningkatan jumlah siswa di setiap tahun dan begitu pula jumlah tammatannya.

Tabel 3.2

Data guru menurut tingkat pendidikan

Tingkat Pendidikan	GURU			KET
	GT	GTT	TOTAL	
S.2	5	-	5	
S.1	9	15	24	
D.3	-	-	-	
D.2/D.1	-	-	-	

Sumber : Dokumen SMA Negeri 25 Bone

Berdasarkann tabel di diatas tingkat pendidikan guru SMA Negeri 25 Bone hanya S1 dan S2, tingkat pendidikan terbanyak adalah S1 dengan jumlah 24 orang, jika dibanding dengan S2 hanya 5 orang.

Tabel 3.3

Data pegawai menurut tingkata pendidikan

Tingkat Pendidikan	PEGAWAI/STAF TATA USAHA			KET
	PT	PTT	TOTAL	
S.1	-	1	1	
D.3	-	-	-	
SMA	-	3	3	
SMP	-	1	1	

Sumber : Dokumen SMA Negeri 25 Bone

Berdasarkan tabel di atas data pegawai menurut tingkat pendidikanya yang paling banyak adalah tingakat SMA.

Tabel 3.4

Sarana dan prasarana pendidikan

NO	Jenis Ruang	JML	Luas (M2)	Kondisi		KET
				Baik	Rusak	
1	Kelas/teori	14	1080	14	-	-
2	Ruang Guru	1	120	1	-	PPT Alih Fungsi
3	Laboratorium Fisika	-	-	-	-	

	Biologi	-	-	-	-	-
	Kimia	-	-	-	-	-
	Matematika	-	-	-	-	-
	Bahasa	-	-	-	-	-
	Komputer	-	-	-	-	-
	Perpustakaan	1	120	-	-	-
4	Ruang BK	1	120	1	-	-
5	Ruang TU	1	90	-	1	-
6	Ruang Wakasek	1	90	-	1	RKB Alih
7	Ruang Osis	-	-	-	-	Fungsi
8	Ruang Pramuka	1	90	-	1	RKB Alih
9	Ruang PMR/UKS	-	-	-	-	Fungsi
10	Mushollah	-	-	-	-	-
11	WC Guru/Pegawai	1	90	-	1	RKB Alih Fungsi
12	WC Siswa	1	3,75	1	1	-
13		1	3,75	1	1	RKB Alih Fungsi-

Sumber : Dokumen SMA Negeri 25 Bone

Berdasarkan tabel di atas sekolah SMA Negeri 25 Bone ini masih memiliki sarana dan prasarana yang kurang memedai terutama di ruang labolatoriumnya.

Tabel 3.5

Kondisi orang tua siswa

No	Tingkat pendidikan Orang tua	Jumlah (%)	Ket
1	SD	40	
2	SLTP	30	
3	SLTA	20	
4	S1	10	

Sumber : Dokumen SMA Negeri 25 Bone

Berdasarkan tabel di atas tingkat pendidikan orang tua siswa bermacam-macam ada yang hanya smapai tingakat SD dan ada yang bahkan smpai S1. Tetapi tingkat pendidikan orang tua yang paling tinggi adalah tingkat SD.

Tabel 3.6

Pekerjaan orang tua

No	Pekerjaan Orang tua	Jumlah (%)	Ket
1	PNS	4	
2	TNI/POLRI	1	
3	Karyawan Swasta	15	
4	Petani	60	
5	Pedagang	18	
6	Lain-lain	2	

Sumber : Dokumen SMA Negeri 25 Bone

Berdasarkan tabel di atas pekerjaan orang tua siswa yang terbanyak adalah petani dan selanjutnya karyawan swasta.

Tabel 3.7
Rata-rata penghasilan

No	Rata-rata penghasilan/bulan	Jumlah (%)	Ket
1	400.000 – 600.000	10	
2	600.000 – 800.000	35	
3	800.000 – 1.000.000	30	

4	1.000.000 – 1.200.000	15	
5	1.200.000	10	

Sumber : Dokumen SMA Negeri 25 Bone

Berdasarkan tabel di atas rata-rata penghasilan orang tua siswa bermacam-macam dan penghasilan yang tertingi adalah Rp.1.000.000-Rp.1.200.000 yang hanya bisa dicapai 15 orang.

B. Cara siswa SMA Ngeri 25 Bone Menggunakan Instagram sebagai Sarana Pembelian Online

Perkembangan teknologi di Indonesia saat ini sangat pesat, diantaranya membuat banyak bermunculan peluang bisnis. Banyak orang yang membuka toko *online* dan menjual berbagai barang dan jasa. Banyaknya promo yang ditawarkan para pemilik tokomembuat para konsumen untuk terdorong untuk bebelanja.selain promo yang ditawarkan para pemilik toko *online* yang menawarkan *cashback*, potongan harga dan gratis ongkos kirim, membuat suatu gaya hidup baru.

Belanja *online* sekarang ini menjadi menjadi solusi terbaik karena dapat menghemat waktu karena bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. oleh karena itu cara mengunakan instagram sebagai sarana pembelian *online* tergantung oleh penggunanya saja seperti cara beberapa siswa SMA Negeri 25 Bone sebagai berikut:

Nur Hidayah selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas I IPA yang menyatakan bahwa :

> "Sebelum melakukan belanja *online* sebaiknya kita melakukan riset terlebih dahulu dengan melihat testimoni atau bukti bahwa sudah banyak orang lain yang berbelanja di *online shop* tersebut, setelah itu baru kita memilih barang dan mentransfer uang dengan jumlah harga yang disepakati dan kita tinggal menunggu barang datang dirumah"[1]

Berdasarkan pernyataan di atas Nur Hidayah selaku siswa SMA Negeri 25 Bone melakukan riset sebelum melakukan transaki pembelian karena jangan dengan melihat komentar-komentar atau bukti percakapan konsumen sebelumnya yang di unggah oleh pemilik *online shop* untuk mengehindari penipuan.

Raden Habib Muhlisi selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas II IPA yang menyatakan bahwa :

> "Biasanya berbelanja *online* dengan mencari *online shop* yang bisa dibayar setalah barang sudah diterima karena itu lebih terpercaya, seperti *online shop* teman saya sendiri atau *online shop* yang pemiliknya berdomisili di Bone"[2]

Berdasarkan pernyataan di atas Raden Habib Muhlisin selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas II IPA melakukan pembelian *online* dengan mencari *online shop* yang bisa dibayar ditempat atau dibayar ketika barangnya sudah sampai dan diterima karena itu lebih terpercaya.

Nur fadillah selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas III IPA yang menyatakan bahwa :

---

[1]Nur Hidayah, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

[2]Raden Habib Muhlisi, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

> "Memilih *online shop* yang terpercaya dengan saran teman-temannya yang pernah melakukan pembelian *online* di *online shop* tersebut, yang biasanya melakukan pembayaran dengan men*transfer* melalui Bank."[3]

Berdasarkan pernyataan di atas Nur Fadillah selaku siswa SMA Negeri 25 Bone belanja *online* dengan menggunakan *online shop* yang pernah digunakan oleh teman-temannya yang dibayar dengan dengan men*transfer* melalui Bank yang telah disepakati bersama.

Rahmi selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas III IPA yang menyatakan bahwa :

> "Sebelum belanja *online* terlebih dahulu mencek akun *online shop* dengan melihat komentar-komentar dan jumlah pengikut *online shop* tersebut, dan kemudian memilih produk yang akan dibeli dan membayar dengan men*transfer.*"[4]

Berdasarkan pernyataan di atas Rahmi selaku siswa SMA Negeri 25 Bone sebelumnya mencek akun *online shop* denga melihat komentar-komentar dikolom komentar gambar yang di *posting* oleh pemili akun, dan kemudian memilih barang dan men*transfer* harga yang disepakati.

Andi Suwandira Putra selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas II IPA yang menyatakan bahwa :

> "berlanja *online* dengan memilih akun yang terpercaya dengan melihat jumlah pengikut dan bukti pembelian konsumen sebelumnya, kemudian memilih barang yang diinginkan dan membayar dengan men*transfer* melalui Bank dan biasa juga membayar setelah menerima barang."[5]

---

[3]Nur Fadillah, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 26 Februari 2020

[4]Rahmi, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

[5]Andi Suwandira Putra, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 27 Februari 2020.

Berdasarkan pernyataa di atas Andi Suwandira Putra selaku siswa SMA Negeri 25 Bone belanja *online* dengan melihat pengikut dan komentar-komentar di kolom komentar foto untuk memilih akun *online shop* yang terpercaya dan kemudia memilih membayar harga barang dengan dua cara yaitu *transfer* dan *cash.*

Siti Nurlatifah Putra selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas II IPA yang menyatakan bahwa :

> "Memilih akun *online shop* yang terpercaya, kemudian memilih barang yang diinginkan dan membayar dengan men*transfer* jangan lupa untuk menyimpan bukti *trensfer* karena itu berguna untuk diperlihatakan ke pemilik akun *online shop* jika ada kesalahan dan tetap harus teliti dalam proses transaksi pembelian *online*"[6]

Berdasarkan pernyataan di atas Siti Nurlatifah Putra selaku siswa SMA Negeri 25 Bone memilih akun *online shop* yang terpercaya dan kemudian melakukan transaksi dengan men*transfer*, dan tetap teliti dalam pembelian *online* karena untuk menghindari salah pemesanan.

Sry Yulianingsih selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas II IPA yang menyatakan bahwa :

> "memastikan akun *online shop* dengan melihat dari *feedback* konsumen sebelumnya yang biasanya dituliskan dikolom komentar gambar, dan setalah memilih barang jangan lupa untuk mencek kembali barang yang dipesan dan kemudian mengirim uang dengan harga yang disepakati melalui Bank."[7]

Berdasarkan pernyatan di atas Sry Yulianingsih selaku siswa SMA Negeri 25 Bone memilih akun *online shop* dengan melihat *feedback* atau umpan balik

[6]Siti Nurlatifah, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

[7]Sry Yulianingsih, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

pembeli sebelumnya jika feedbacknya bagus maka ia akan memilih barang yang diinginkan di *online shop* tersebut dan mengirim uang dengan harga yang sepakati melalui bank dan jangan lupa sebelum membayar seharusnya untuk mencek barang yang dipesan jangan sampai salah.

Ikra Nira Putri selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas II IPA yang menyatakan bahwa :

> "Melihat jumlah pengikut akun *online shop* tersebut dan melihat testimoni atau bukti pembelian konsumen sebelumnya, memperhatikan respon pengikut jika *online shop* mengunggah gambar dengan banyaknya *like*, komentar, setelahnya memilih barang dan men*transfer* dengan jumlah harga yang disepakati."[8]

Berdasarkan pernyataan diatas Ikra Nira Putri selaku siswa SMA Negeri 25 Bone memperhatikan jumlah pengikut dan respon pengikut untuk mempercayai akun *online shop*, dan kemudian memilih dan membayar melalui Bank.

Andi Rahmat gunawan selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas II IPS yang menyatakan bahwa :

> "Memilih *online shop* dari saran teman-temannya yang pernah melakukan pembelian *online* di *online shop* tersebut sehingga lebih terpercaya untuk menghindari penipuan, dan lebih suka melakukan pembayaran dengan men*transfer* karena di anggap lebih mudah"[9]

Berdasarkan pernyataan di atas Andi Rahmat gunawan selaku siswa SMA Negeri 25 Bone lebih mengambil amannya saja dengan memilih *online shop* yang pernah di jelajahi oleh temannya sehingga lebih terpercaya dan memilih pembayaran dengan mentransfer karena dianggap lebih mudah.\

[8]Ikra Nira Putri, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 26 Februari 2020

[9]Andi Rahmat Gunawan, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

Astrid selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas I IPS yang menyatakan bahwa :

> "Memilih akun *online shop* yang terpercaya dengan melihat jumlah pengikutnya kemudian melihat feedback konsumen sebelumnya, kemudian memilih barang yang diinginkan dan membayar dengan men*transfer* jangan lupa untuk menyimpan bukti *trensfer* karena itu berguna untuk diperlihatakan ke pemilik akun *online shop* jika ada kesalahan dan tetap harus teliti dalam proses transaksi pembelian *online*"[10]

Berdasarkan pernyataan di atas Astrid selaku siswa SMA Negeri 25 Bone melihat jumlah pengikut dan *feedback* konsumen sebelumnya untuk menjadi tolak ukur kepercayaan terhadap *online shop* tersebut, kemmudian memilih dan membayar melalui Bank sesuai kesepakatan.

Siswa SMA Negeri 25 Bone memeliki berbagai macam cara dalam menggunakan instagram sebagai sarana pembelian *online* agar terhindar dari penipuan seperti sebagai berikut :

1. Melakukan riset sebelum memilih barang
2. Memperhatikan jumlah *followers* akun *online shop*
3. Memperhatikan *feedback* konsumen sebelumnya
4. Memperhatikan komentar-komentar atau respon *followers*
5. Memilih *online shop* yang pernah digunakan oleh teman-temanya
6. Memilih *online shop* yang dimiliki oleh orang yang dikenal

Jadi sebelum melakukan pembelian *online* di instagram sebaiknya kita memperhatikan beberapa cara agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan,

[10]Astrid, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 27 Februari 2020.

dan siswa SMA Negeri 25 Bone menggunakan dua sistem pembayaran yaitu *cast* dan *transfer*.

C. Faktor-faktor yang memengaruhi siswa SMA Negeri 25 Bone untuk berperilaku konsumtif

Perilaku konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan dengan perilaku konsumen. Salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi didalam masyarakat adalah gaya hidup dalam memenuhi kebutuhan dan mengikuti keinginan. Perilaku tersebut akan mendatangkan perilaku konsumtif. Konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang atau jasa yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan. Sedangkan perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang ditujukkan untuk mengonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang atau bahkan tidak diperlukan.

Berbicara mengenai perilaku konsumtif maka tidak lepas dengan proses keputus membeli. Perilaku konsumtif merupakan sebagai suatu kecenderungan manusuia yang melakukan konsumsi, masyarakat lebih meningkatkan keinginan dibandingkan kebutuhan untuk memperoleh kesenanagan atau kebahagian serta kepuasan untuk memenuhi kebuthan yang berlebihan, seperti membeli barang yang tidak penting tetapi hanya sebatas menyukai barang tersebut. Adapun faktor-faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumtif diantaranya sebagai berikut :

1. Faktor internal adalah faktor yang asalnya dari dalam diri seseorang atau individu itu sendiri. Faktor ini biasanya berupa sikap juga sifat yang melekat pada diri seseorang. Perilaku konsumtif bisa terjadi karena disebabkan oleh diri sendiri, kemauan dan keputusan sendiri. Berikut ada beberapa hasil wawancara

penulis tentang faktor yang memengaruhi siswa SMA Negeri 25 Bone dalam berperilaku konsumtif sebagai berikut :

Ikra Nira Putri selaku siswa SMA Negeri 25 Bone Kelas 2 IPA yang menyatakan bahwa :

> "Mengaku pernah Belanja *online* di Instagram dengan membeli tiga atau empat barang dalam sebulan dan barang yang biasa dibeli adalah barang yang tidak terlalu penting tetapi menunjang gaya *fashion*nya, seperti kacamata dan jam tangan "[11]

Berdasarka pernyataan di atas Ikra Nira Putri selaku siswa SMA Negeri 25 Bone mengaku membeli barang dengan jumlah tiga samapai empat barang dalam sebulan dan barang yang dibeli ada yang tidak terlalu penting atau tidak terlalu dibutuhkan tetapi tetap membeli barang tersebut untuk menunjang gaya *fashion*nya untuk tetap terlihat trend atau tidak ketinggalan zaman dan ini merupakan perilaku konsumtif dengan membeli barang-baranga yang tidak terlalu dibutuhkan dan ini termasuk sifat yang boros dalam islam seperti yang dijelaskan ayat di atas boros adalah perbuatan yang ingkar kepada Allah SWT, maka dari itu perilaku konsumtif tidak sesuai dengan perspektif islam.

Raden habib Muhlisin selaku siswa SMA Negeri 25 Bone Kelas 2 IPA yang menyatakan bahwa:

> "Mengaku selalu belanja online di Instagram dengan membeli barang untuk menambah koleksinya seperti sepatu".[12]

[11]Ikra Nira Putri, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 26 Februari 2020.

[12]Raden Habib Muhlisi, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

Berdasarkan pernyataan di atas Raden habib Muhlisin selaku siswa SMA Negeri 25 Bone mengaku membeli barang di instagram karena untuk menambah koleksinya, dan barang yang paling sering dikoleksi adalah sepatu, karena dapat dilihat di zaman sekarang model, warna sepatu sangat bervariatif dan bermacam-macam. Dan sikap ini murni muncul dari dalam dirinya sendiri untuk memenuhi keinginan kepuasannya. Dan dalam islam ini tidak termasuk dalam perbuatan yang baik.

Nur Hidayah selaku siswa SMA Negeri 25 Bone Kelas 1 IPA yang menyatakan bahwa:

> "Mengaku selalu belanja *online* di Instagram dengan membeli barang dengan model terbaru seperti hijab, dan tetap membelinya walaupun sudah memiliki warna yang sama".[13]

Rahmi selaku siswa SMA Negeri 25 Bone Kelas 3 IPA yang menyatakan bahwa

> "Mengaku selalu belanja *online* di Instagram dengan membeli empat atau lebih barang dalam sebulan dan barang yang dibeli biasanya adalah barang yang menurutnya lucu dan unik untuk digunakan berfoto"[14]

Berdasarkan pernyatan-pernyataan di atas Nur Hidayah da Rahmi selaku siswa SMA Negeri 25 Bone mengaku membeli barang di instagram karena hanya dengan adannya model terbaru dan hanya untuk digunakan berfoto bukan untuk kepentingan dan ini termasuk dalam sikap boros dan

[13]Nur Hidayah, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

[14]Rahmi, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

ingkar kepada Allah SWT karena sudah berperilaku konsumtif yang semata-mata hanya untuk memenuhi kepuasannya bukan kebutuhannya.

2. Faktor eksternal adalah faktor yang dari luar diri seseorang atau individu. Faktor ini meliputi lingkungan sekitar termasuk orang-orang terdekat seperti teman, keluarga atau idolanya. Karena lingkungan juga sangat berpengaruh dalam berperilaku konsumtif seperti mengikuti perkembangan *fashion* sekarang dengan memanfaatkan media yang ada seperti instagram. Ada beberapa hasil wawancara penulis tentang faktor

Sry Yulianingsih selaku siswa SMA Negeri 25 Bone Kelas 2 IPA yang menyatakan bahwa :

> "Biasanya melakukan belanja *online* di Instagram dengan membeli tiga atau lebih barang dalam sebulan dan barang yang dibeli biasanya adalah barang-barang yang sekarang ini lagi trend digunakan oleh orang-oang dan itu menjadi kepuasan tersendiri jika sudah memeiliki barang tersebut".[15]

Berdasarkan pernyataan di atas Sry Yulianingsih selaku siswa SMA Negeri 25 Bone mengaku berbelanja *online* di instagram dengan memebeli barang-barang yang lagi trend dipakai oleh orang-orang atau mengikuti orang lain yang bukan kebutuhannya, dan ini biasanya di pengaruhi oleh faktor lingkungannya yang medorong untuk berperilaku konsumtif. dalam islam mengikuti seseorang yang tidak berbuat baik akan dipertanggung jawabkan suatu saat nanti.

[15]Sry Yulianingsih, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

Andi Rahmat Gunawan selaku siswa SMA Negeri 25 Bone Kelas 2 IPS yang menyatakan bahwa:

> "Mengaku selalu belanja *online* di Instagram dengan membeli barang yang menurutnya bagus dan mengikuti anjuran temannya yang beranggapan barang tersebut cocok untuk saya gunakan."[16]

Andi Suwandira Putra selaku Siswa SMA Negeri 25 Bone Kelas 2 IPA yang menyatakan bahwa:

> "Mengaku selalu belanja *online* di Instagram karena untuk membeli barang yang sama dengan apa yang dipakai oleh Idolanya yang menurutnya itu lagi trend digunakan saat ini".[17]

Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas Andi Rahmat Gunawan dan Andi Suwandira Putra selaku siswa SMA Negeri 25 Bone mengaku membeli barang di instagram karena mengikuti anjuran teman dan idolanya yang menurutnya baran tersebut lagi trend digunakan.

Nur fadillah selaku Siswa SMA Negeri 25 Bone Kelas 3 IPA yang menyatakan bahwa:

> "Mengaku selalu belanja *online* di Instagram dengan membeli barang yang menurutnya bagus dan mengikuti temannya yang sudah memiliki barang tersebut".[18]

Berdasarkan pernyataan di atas Nur fadillah dan Siti Nurlatifah selaku siswa SMA Negeri 25 Bone mengaku mebeli barang-barang karena

[16]Andi Rahmat Gunawan, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

[17]Andi Suwandira Putra, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 27 Februari 2020.

[18]Nur Fadillah, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 26 Februari 2020.

mengikuti teman dan beralasan membeli barang tersebut karena lucu bukan karena untuk memenuhi kebutuhannya.

Siswa SMA Negeri 25 Bone melakukan pembelian *onliine* karena dua faktor yaitu, faktor internal yang memang berasal dari dalam dirinya untuk memenuhi hastrat dan kepuasannya saja. sedangkan faktor eksternal adalah pengaruh dari teman-teman, idola, atau sebatas hanya untuk mengikuti trend *fashion* sekarang.

D. Instagram sebagai Sarana Pembelian Online dalam Perspektif Islam terhadap Perilaku Konsumtif siswa SMA Negeri 25 Bone

Pembelian *online* yang dilakukan secara berlebihan atau membeli barang hanya untuk memenuhi hasrat dan semata-mata untuk memenuhi kepuasannya bukan untuk memenuhi kebutuhan atau pemborosa maka itu adalah perilaku konsumtif. Kegiatan belanja sebagai salah satu bentuk konsumsi, saat ini telah mengalami pergesaran fungsi dan bisa dikatan sebagai pemborosan yang merupakan sifat yang dibenci Allah. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an. Sebagai mana firman Allah dalam QS Al-Isra/17: 27:

اِنَّ الْمُبَذِّرِيْنَ كَانُوْٓا اِخْوَانَ الشَّيٰطِيْنِ ۗوَكَانَ الشَّيْطٰنُ لِرَبِّهٖ كَفُوْرًا ٢٧.

Terjemahnya:

"*Sesungguhnya pemborosan itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Rabbnya.*"(QS Al-Isra/17: 27)

Sebagai mana yang dijelaskan di Bab pertama Dari ayat diatas kita bisa mengetahui bahwa berbelanja dan bukan kebutuhan secara berlebihan itu adalah pemborosan dan itu merupakan sifat syaitan dan melanggar apa yang diperintahkan oleh Allah.

Dalam perspektif islam perilaku konsumtif sangat dilarang karena tidak mencerminkan perilaku yang baik. Berperilaku konsumtif atau berbelanja secara berlebihan untuk memuaskan hawa nafsu bukan untuk kebutuhan adalah salah satu perbuatan saiytan dan tidak diridhai oleh Allah Swt sebagaimana yang sudah dijelaskan pada Bab pertama. Kebanyakan dari mereka menggunakan instagram untuk membeli barang-barang yang tidak penting tetapi membeli barang karena sebatas lucu dan unik.

Siti Nurlatifah selaku Siswa SMA Negeri 25 Bone Kelas 2 IPA yang menyatakan bahwa:

> "Kebiasaan belanja *online* karena untuk memenuhi kebutuhannya, walaupun kebanyakan barang yang dibeli hanya karena lucu, dan mengikuti zaman yang akhirnya tidak terpakai juga". [19]

Berdasarkan pernyataan di Siti Nurlatifah selaku siswa SMA Negeri 25 Bone mengaku membeli barang-barang karena hanya mengikuti trend *fashion*,untuk memuaskan hawa nafsu dan bahkan ada yang mengaku membeli barang-barang di Instagram karena semata-mata menurutnya barang tersebut hanya lucu dan murah. walau barang tersebut tidak penting. Berbelanja karene untuk memenuhi keinginan dan bukan kebutuhan itu adalah hal tercelah, bersikap berlebih-lebihan dan ini tidak sesuai dengan apa yang diperintahkan oleh Allah. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an. Sebagaimana firman Allah dalam QS Al-Ma'idah/5: 77 :

قُلْ يَأَهْلَ االْكِتَبِ لَاتَغْلُوْافِيْ دِيْنِكُمْ غِيْرَ الْحَقِّ وَلَاتَتَّبِعُوْااَهْوَم آءَقَوْمٍ قَدْ ضَلُوْامِنْ قَبْلُ

[19]Siti Nurlatifah, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

وَاَضَلُّوْاكَثِيْرًا وَضَلُّوْاعَنْ سَوَآءِ السَّبِيْلِ .٧٧

Terjemahnya:

"Katakanlah Muhammad,"wahai ahli kitab! Janganlah kamu berlebih-lebihan dengan cara yang tidak benar dalam agamamu. Dan janganlah kamu mengikuti keinginan orang-orang yang telah tersesat dahulu dan (telah) menyesatkan banyak(manusia), dan mereka sendiri tersesat dari jalan yang lurus."(QS Al-Mai'dah/5: 77)

Maka dari itu jangan beralasan belanja *online* karena semata-mata hanya mengikuti trend, memenuhi keinginan dan kepuasan bukan untuk kebutuhan, dan juga hanya untuk mengikuti perkembangan zaman dan mengikuti perbuatan teman yang salah karena itu adalah perbuatan yang sesat. .

Instagram merupakan salah satu jejaring sosial yang banyak diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi konten visual yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan vidio singkat. Instagram juga memiliki fitur diantaranya untuk membuat *story*, *sharing* tetapi instagram juga merupakan salah satu jenis jejaring sosial yang dapat berinteraksi dengan sesama pengguna dengan saling mengikuti, memberi *like* atau berkomentar. Instagram sekarang ini sangat banyak dugunakan untuk jual beli beli *online* atau berbisnis *online* dengan menjual berbagai macam produk seperti pakaian, obat-obatan, alat make up dan lain-lain. Pembelian *online* adalah proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain-lain dengan menggunakan media sebagai alatnya.

Instagram adalah aplikasi yang hampir semua siswa SMA Negeri 25 Bone gunakan, kemudahan instagram ketika melakukan pembelian *online* konsumen/pembeli bebas memilih dan bebas membandingkan produk satu dengan yang lain karena Produk-produk di instagram lebih murah, lebih lengkap, bervariasi, *update* dan terpercaya dibandingkan dengan media lainnya. Ada beberapa hasil wawancara penulis tentang instagram sebagai sarana pembelian *online* terhadap perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 25 Bone dalam perspektif Islam sebagai berikut :

1. Pembelian *online* di instagram lebih murah

   Instagram adalah salah satu media sosial yang menampilkan gambar dan video ini menjadi inistiatif pebisnis untuk menjadikan instagram sebagai sarana jual beli *online* yang dapat mempermudah transaksi jual beli. Produk-produk yang ditawarkan di instagram cenderung lebih murah dan pernyataan ini dibenarkan oleh :

   Rahmi selaku siswa SMA Negeri 25 Bone Kelas 3 IPA yang menyatakan bahwa:

   > "Melakukan pembelian *online* di instagram karena produk-produknya lebih murah dan *online shop*nya lebih terpercaya, dan setelah belanja *online* akun *online shop* tersebut akan menandai akun instagram yang telah melakukan pembelian *online* dan secara tidak langsung *online shop* tersebut mempromosikan akun instagram konsumenya".[20]

   Berdasarkan pernyataan di atas Rahmi selaku siswa SMA Negeri 25 Bone melakukan pembeliah *online* di instagram karena menganggap produk-

[20]Rahmi, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

produk yang ditawarkan lebih murah dan merasa mendapatkan *feedback* yang baik dari *online shop* setelah melakukan belanja online.

Andi Rahmat Gunawan selaku siswa SMA Negeri 25 Bone Kelas 2 IPS yang menyatakan bahwa:

> "Melakukan pembelian *online* di Instgram karena barang yang dijual lebih murah, dibandingkan dengan media lainnya dan transaksinya lebih mudah".[21]

Berdasarkan pernyataan di atas Andi Rahmat Gunawan selaku siswa SMA Negeri 25 Bone melakukan pembelian *online* karena barang yang dijual di instagram lebih murah dari media lainnya dan merasa proses transiknya lebih mudah.

2. Produk yang ditawarkan di instagram lebih variatif

Produk yang bervariatif akan menjadi hal yang menarik bagi konsumen. Karena produk yang variatif memiliki nilai tersendiri bagi konsumen dan itu bisa menjadi alasan konsumen untuk melakukan pembelian *onliine* seperti yang dilakukan oleh :

Ikra Nira Putri selaku siswa SMA Negeri 25 Bone Kelas 2 IPA yang menyatakan bahwa:

> "Melakukan pembelian *online* di instagram karena barang-barang yang ditawarkan lebih menarik, unik, lengkap, bervariatif dan *online shopnya* terpercaya"[22]

[21]Andi Rahmat Gunnawan, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

[22]Ikra Nira Putri, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 26 Februari 2020.

Berdasarkan pernyataan di atas Ikra Nira Putri selaku siswa SMA Negeri 25 Bone melakukan pembelian *online* di instagram karena mengaku barang-barang yang ditawarkaan di instagram lebih bervariatif dan unik baik dalam segi bentuk model dan warna.

3. Produk di instagram lebih *update* atau lebih mengikuti trend *fashion*

Instagram sekarang ini sangat populer di gunakan oleh semua kalangan dan sekarang ini instagram bukan hanya di gunakan untuk sekedar membagikah foto dan video pribadi tetapi sekarang instagram juga digunakan untuk bisnis dengan menawarkan produk atau jasa dengan secara *online* baik itu dalam bentuk foto atau video yang di bagikan di instagram. Oleh karena itu barang-barang yang ditawarkan di instagram tidak pernah ketinggalan zaman dan selalu berinovasi menjual produk dengan barang-barang terbaru sesuai dengan perkembangan *fashion* sekarang, sesaui dengan pernyataan :

Sri Yulianingsih selaku siswa SMA Negeri 25 Bone Kelas 2 IPA yang menyatakan bahwa :

> "Memilih instagram sebagai sarana pembelian *online* karena produk di instagram lebih *update* dan produk yang ditawarkan selalu trend digunakan oleh orang banyak".[23]

Berdasarkan pernyataan di atas Sri Yulianingsih selaku siswa SMA Negeri 25 Bone mengaku melakukan pembelian *online* di instagram karena produk yang ditawarkan di instagram lebih *update* dibanding dengan media lainnya dan itu merupakan salah satu hal yang bisa menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian *online.*

[23]Sry Yulianingsih, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

Nur Fadillah selaku siswa SMA Negeri 25 Bone Kelas 3 IPA yang menyatakan bahwa:

> "Melakukan pembelian *online* di instagram karena banyak model dan bentuk produk dan instagram saat ini sangat populer digunakan oleh *online shop* sehinggah barang-barangnya tidak pernah ketinggalan".[24]

Berdasarkan pernyataan di atas Nur Fadillah selaku siswa SMA Negeri 25 Bone mengaku melakukan pembelian *online* di instagram karena kepopuleran instagram di lingkungan sekitarnya daan barang yang ditawarkan di instagram tidak pernah ketinggalan.

4. Pembelian *online* di instagram sebagai penunjang

Penunjang adalah dorongan untuk melakukan sesuatu, baik dari teman, keluarga atau diri sendiri. Suksesnya kegiatan jual beli *online* memunculkan banyaknya *website* toko *online* yang saling bersaing.

kebanyakan dari Siswa SMA Negeri 25 Bone menggunakan instagram dengan mengikuti teman-teman sekitarnya. Pada awalnya mereka hanya menggunakan instagram untuk membagikan foto dan vidio singkat tetapi sekarang ini mereka juga menggunakan instagaram untuk melakukan pembelian *online*.

Siti Nurlatifah selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas 2 IPA yang menyatakan bahwa :

> "Awalnya disarankan dan dianjurkan oleh temannya dan kemudian merasa nyaman dan suka karena saat belanja *online* di Instagram dan konsumen bebas memilih produk dengan melihat berbagai macam

[24]Nur Fadillah, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 26 Februari 2020.

> model dan kualitas barangnya tidak jauh beda dengan gambar yang ditampilkan di Instagram dan kualitas barang tidak buruk ”.[25]

Berdasarkan pernyataan di atas Siti Nurlatifah selaku siswa SMA Negeri 25 Bone mengaku membeli barang di instagram karena disarankan dan dianjurkan oleh temannya kemudian merasa nyaman dan suka sehingga itu menjadi kebiasaannya.

Andi Suwandira Putra selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas 2 IPA yang menyatakan bahwa :

> “penunjang konsumen melakukan pembelian *online* di instagram karena diajak oleh teman sekelasnya yang melihat harga diskon kemudian mulai tertarik berbelanja *online*”.[26]

Berdasarkan pernyataan di atas Andi Suwandira Purtra selaku siswa SMA Negeri 25 Bone menyatakan membeli barang-barang di instagram kerena di anjurkan olh teman sekelasnya, dan tertarik dengan diskon yang ditawarkan oleh *online shop* di instagram.

Raden Habib Muhlisin selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas 2 IPA yang menyatakan bahwa :

> “Melakukan pembelian *online* di instagram Awalnya hanya bantu teman yang menjual di instagram dengan membeli barang jualannya, kemudian mulai mencari barang-barang kebutuhan *fashion* di Instagram karena barang-barang di Istagram lebih mengikuti tren *fashion* sekarang ini”.[27]

---

[25]Siti Nurlatifah, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

[26]Andi Suwandira Putra, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 27 Februari 2020.

[27]Raden Habib Muhlisin, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

Berdasarkan pernyataan di atas Raden Habib Muhlisin selaku siswa SMA Negeri 25 Bone mengaku membantu temannya dengan membeli produk yang ditawarkan di instagram, kemudian mulai mencari kebutuhan *fashion*nya di instagram.

Nur Hidayah selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas 1 IPA yang menyatakan bahwa :

> "Melakukan pembelian *online* di instagram karena dianjurkan oleh teman, sehingga kami bisa membeli barang dalam satu *Online Shop* untuk menghemat ongkos kirim ".[28]

Berdasarkan pernyataan di atas Nur Hidayah selaku siswa SMA Negeri 25 Bone mengaku yang menunjangnya dalam melakukan pembelian *online* adalah temannya untuk membeli barang dalam satu toko untuk menghemat ongkos kirim dengan membagi duanya.

Astrid selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas 1 IPS yang menyatakan bahwa :

> "Penunjang Konsumen melakukan pembelian *online* di instagram karena Mengikuti teman yang sering melakukan pembelian *online* dan untuk mengikuti Tren *fhasion* sekarang ini".[29]

Berdasarkan pernyataan di atas Astrid selaku siswa SMA Negeri 25 Bone mengaku penunjang ketika melakukan pembelian *online* adalah mengikuti teman-temannya yang sering melakukan pembelian *online* .

---

[28]Nur Hidayah, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

[29]Astrid, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 27 Februari 2020.

Siswa SMA Negeri 25 Bone awalnya disarankan dan dianjurkan oleh teman-teman sekitarnya yang pernah bahkan sering melakukan pembelian *online* dan kemudian ia merasa nyaman dan suka saat belanja *online* sendiri karena kualitas produk tidak jauh beda dengan apa yang ditampilkan di akun instagram *online shop,* fenomena internet dan sosial media di zaman ini menyebabkan budaya, gaya, mode dan pemikiran menyebar dan begitu cepat dan diikuti oleh banyak orang dengan tersebarnya atau viralnya hal tersebut. Tidak luput juga kaum muslim ikut-ikutan dengan budaya dan pemikiran yang sesuai dengan ajaran Islam, maka tidak mengapa seperti trend teknologi dan sains akan tetapi yang menyebar cepat dan menjadi viral cukup banyak yang bertentangan dengan Agama Islam. Seharusnya tindakan seperti itu tidak boleh diikuti karena hal tersebut akan dipertangung jawabkan suatu saat nanti dan bukan merupakan perbuatan yang baik. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an. Sebagaimana firman Allah dalam QS Al-Isra/17: 36:

وَلَا تَقْفُ مَالَيْسَ لَكَ بِهٖ عِلْمٌ اِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَكُلُّ اُولٰۤىِٕكَ كَانَ عَنْهُ مَسْـُٔوْلًا ٣٦.

Terjemahnya:

"Dan janganlah kamu mengikuti sesuatu yang tidak kamu ketahui. Karena pendengaran, pengelihatan, dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggung jawabanya."(QS Al-Isra/17: 36)

Seorang muslim itu harusnya punya prinsip yaitu bersumber dari Al-Quran dan sunnah berdasarkan pemahaman para salaf. Dikarenakan punya

prinsip seorang muslim tidak mudah ikut-ikutan begitu saja, akan tetapi kembali kepada prinsip dalam Al-Quran dan sunnah.

5. Kepuasan dan kualitas barang

Jual beli *online* sekarang ini sangat populer dilakukan oleh masyarakat indonesia. Hal ini menandakan banyaknya aplikasi yang tersedia untuk jual beli *online* termasuk Instagram, yang biasanya hanya digunakan untuk membagikan foto dan vidio singkat sekarang ini instagram sudah banyak digunakan untuk jual beli online dengan membuat akun *Online Shop* yang menarik dan terpercaya, menawarkan produk yang berkualitas bagus, lengkap dan murah.

Kepuasan konsumen adalah prioritas utama semua penjual sehingga konsumen tidak merasa kecewa dan akan kembali berbelanja. Untuk membuat konsumen tidak merasa kecewa maka penjual harus mengirim barang-barang yang sama dengan apa yang ditampilkan di Akun instagram, dan pesanan harus sesuai bentuk, warna pilihan konsumen, karena kepuasan konsumen tergantung dengan barang yang sampai kepada konsumen.

Nur Fadillah selaku Siswa SMA Negeri 25 Bone Kelas 3 IPA yang menyatakan bahwa :

> "Tergantung barang yang sampai kalau barangnya sesuai pesanan maka konsumen akan merasa puas dan akan membuatkan *story* dengan kata-kata yang memuaskan dan apabila barangnya jelek dan tidak sesuai pesanan maka akan melakukan yang sebalikanya".[30]

[30]Nur Fadillah, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 26 Februari 2020.

Siti Nurlatifah selaku Siswa SMA Negeri 25 Bone Kelas 2 IPA yang menyatakan bahwa :

> "Merasa cukup puas karena sampai sekarang ini belum pernah mendapat barang pesanan yang berbeda dari apa yang dipesan, masalah kualitas tidak terlalu dipermasalahkan karna jika harga murah maka kualitas barang juga rendah begitupun sebaliknya".[31]

Berdasarkan pernyataan-pernyataan diatas Kepuasan ketika belanja *online* itu tergantung dengan baranng yang sampai kepada konsumen dan kualitas barang juga tergantung dengan harga yang ditawarkan oleh akun *online shop* di Instagram apabila harganya mahal maka kualitas barang tidak akan mengecewakan begitu pula sebaliknya, siswa SMA Negeri 25 Bone sangat aktif menggunakan instagram baik untuk proses pembelian ataupun untuk mengunggah foto atau video.

[31]Siti Nurlatifah, Siswa SMA Negeri 25 Bone, wawancara oleh penulis di SMA Negeri 25 Bone, Kabupaten Bone, tanggal 24 Februari 2020.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat diambil bebrapa kesimpulan:

1. Cara siswa SMA Ngeri 25 Bone Menggunakan Instagram sebagai Sarana Pembelian Online Siswa SMA Negeri 25 Bone memeliki berbagai macam cara dalam menggunakan instagram sebagai sarana pembelian *online* agar terhindar dari penipuan yaitu, Melakukan riset sebelum memilih barang, memperhatikan jumlah *followers* akun *online shop*, memperhatikan *feedback* konsumen sebelumnya, memperhatikan komentar-komentar atau respon *followers*, memilih *online shop* yang pernah digunakan oleh teman-temanya, memilih *online shop* yang dimiliki oleh orang yang dikenal. Jadi sebelum melakukan pembelian *online* di instagram sebaiknya kita memperhatikan beberapa cara agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan, dan siswa SMA Negeri 25 Bone menggunakan dua sistem pembayaran yaitu *cast* dan *transfer*.
2. Faktor-faktor yang memengaruhi siswa SMA Negeri 25 Bone dalam berperilaku konsumtif ada faktor yaitu, faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri seseorang untuk memiliki barang tersebut untuk memenuhi keinginan dan kepuasannya, contohnya membeli barang karena hanya untuk mengikuti trend *fashion* sekarang. Dan faktor eksternal adalah faktor lingkungan sekitar yang mendorong siswa SMA Negeri 25 Bone untuk melakukan pembelian *online* baik itu teman atau

idolanya, sontohnya membeli barang karena dianjurkan oleh teman-temannya bukan untuk memenuhi kebutuhannya.

3. Instagram sebagai Sarana Pembelian *Online* dalam Perspektif Islam terhadap Perilaku Konsumtif siswa SMA Negeri 25 Bone, prilaku konsumtif siswa SMA Negeri 25 Bone merupakan perbuatan yang tidak baik dan tidak sesuai dengan perspektif Islam karena Islam senantiasa mengajarkan kesederhanaan dan sesungguhnya pemborosan itu adalah sifat syaitan yang tidak diridhai oleh Allah Swt.

B. Saran

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Siswa SMA Negeri 25 Bone membuktikan adanya dampak yang di berikan media sosial Instagram dan juga faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif, namun ada beberapa saran dari penulis diantaranya:

1. Bagi siswa SMA Negeri 25 Bone (Nara Sumber) yang berperilaku konsumtif agar dapat menelaah dampak positif dan negatif dari perilaku konsumtif, dan belajar untuk tidak membelanjakan uangnya pada hal-hal yang kurang penting dan hanyauntuk keinginan sesaat.
2. Pihak sekolah membuat peraturan mengenai hal-hal yang dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Misalnya, pembatasan penggunaan alat elektronik maupun *gedget* untuk mempersempit siswa dalam mengakses *online shop* pada media sosial instagram dan lain sebagainya.
3. Bagi orang tua diharapkan mampu memberikan pengawasan kepada anak-anaknya untuk lebih selektif dalam pembelian *online*, dan

membiasakan hidup hemat serta tidak cepat terpengaruh oleh pemilih *online shop* pada instagram

DAFTAR RUJUKAN

Afrizal, *Metodelogi Penelitian Kuliatatif* Cet,I; Jakarta; Rajawali pers, 2014.

Aisyah, Nur. "*Pengaruh Tingkat Keaktifan Penggunaan Jejaring Sosial Terhdap Perilaku Konsumtid Siswa SMAN 9 Surabaya dalam Berbelanja Online"*, Skripsi Program Sarjana UIN Sunan Ampel Surabaya, 2013.

Ali Ma'ruf, Moh. "Analisis Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Kabupaten Nganjuk", Skripsi Program Sarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta, 2017.

Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi* Jakarta: Kencana, 2006.

Dyah Alyusi, Shiefti. *Media Sosial Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial* Jakarta: Prenada Media Group, 2016.

Dapartemen Pendidikan Nasional, *kamus Besar Bahasa Indonesia pusat bahasa* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.

Elvinaro, Ardianto. *Komunikasi Massa suatu Pengantar* Bandung: Remaja Rosdakarya,2004.

Efendi, Usman. Psikologi Konsumen Cet. I; Jakarta: Rajawali Pers 2016.

Holmes, David. *Komunikasi Media, Teknolgi, dan Masyarakat* Cet. I; Yogyakarta: Pustak Pelajar, 2012.

Hurlock, Elizabeth. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* Jakarta: Erlangga, 1996.

Hidayatun, Umi. "*Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Dukungan teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta tahun 2014/2016"* Skripsi Program Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.

Hasan, Iqbal. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* Cet. I;Jakarta: Bumi Aksara, 2004.

Iffah, Vicky. "Analisis Strategi Bisnis *E-commerce* Perusahaan *Startup* Digital di Ijadfarm Surabaya". Skripsi Program Sarjana UIN Walisongo Semarang, Semarang, 2018.

Islami Yusanto, Muhammad. *Menggagas Bisnis Islami* Jakarta: Gema Nusantara, 2002.

J.Setiadi, Nugroho. *Perilaku Konsumen* Cet. I; Bogor: Prenada Media, 2003.

Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* Cet. XX; Diponegoro: Bandung, 2011.

Katz, Elihu dan Jay G. Blumler. "*Teori Uses and Gratification",* dalam Yusuf Zainal, Abidin. *Metode Penelitian Komunikasi: Teori dan Aplikasi* Cet. I; Jakarta: Pustaka Setia, 2015.

Morissan,dkk. *Teori komunikasi Massa* Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.

Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Aanalisis isi dan Analisis data sekunder* Cet.IV; Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2014.

Martin, Garry. *modifikasi Perilaku* Yogyakart: Pustaka Pelajar, 2015.

Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian* Cet,I; Jakarta: Kencana, 2011.

Noegroho, Agung. *Teknologi Komunikasi* Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Nurdin. *Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi* Yogyakarta: Buku Litera, 2012.

Paul, Peter J.. *Belanja Online* Jakarta: Piramedia, 2008.

Quail, Dennis Mc. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar* Cet. II; Jakarta: Erlangga, 1991.

Rohmah, Hanafi'ah Hidayatur. *"New Media dan Perilaku Konsumen Studi Korelasi Pengaruh Penggunaan Akun Instgram @md_Store_hijab terhadap Perilaku Membeli dikalangan Mahasiswa Fakulta Ekonomi Angkatan 2011 Universitas Pembagunan "veteran" Yogyakarta"* Skripsi program Sarjana Universitas Islam Negeri Yogyakarta, 2016.

Rahmat, Hidayah Dede. *Teori dan Aplikasi Psikologi kepribadian dalam Konseling* Jakarta: Ghalia Indonesia, 2015.

Rakhmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.

Soegito. “ Fenomena Perilaku Konsumtif ” dalam Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* Cet. I; Jakarta: Pustaka Setia, 2015.

Yaumin, Muhammad dan Damopolii Muljono. *Action Research Teori,Model dan Aplikasi* Jakarta: Kencana, 2014.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

PEDOMAN WAWANCARA

1. Mengapa Anda menggunakan instagram sebagai sarana pembelian *online*?
2. Apa saja alasan Anda memilih instgaram sebagai sarana pembelian *online*?
3. Adakah kemudahan instagram dalam pembelian *online* dibanding dengan media lainnya?
4. Bagaimana cara Anda menggunakan instagram untuk melakukan pembelian *online?*
5. Hal apa yang menunjang ketika Anda melakukan pembelian *online*?
6. Mengapa Anda termotivasi membeli barang di instgaram?
7. Berapa jumlah barang yang biasa Anda beli dalam sebulan?
8. Mengapa harus membeli barang tersebut?
9. Apakah barang tersebut penting?
10. Bagaimana kepuasan anda setelah belanja *online*?

PEDOMAN OBSERVASI

INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PEMBELIAN *ONLINE*

TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA

SMA NEGERI 25 BONE DALAM

PERSPEKRIF ISLAM

Nur Atikah

03.16.2077

Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Ushuluddin dan dakwah

OBSERVASI

A. SISWA SMA NEGERI 25 BONE MENGGUNAKAN INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PEMBELIAN ONLINE

(...✓.....) Siswa SMA Negeri 25 Bone Menggunakan instagram

(...✓.....) Siswa SMA Negeri 25 Bone melakukan belanja *Online*

(...✓.....) Intagram mempermudah Siswa untuk belanja *On*line

(.....) Barang pesanan sesuai dengan yang diharapkan

(.....) Mereka berbelanja secara yakin

(...✓.....) Memastikan penjualnya jelas

B. FAKTOR YANG MEMENGARUHI SISWA SMA NEGERI 25 BONE DALAM BERPERILAKU KONSUMTIF

(...✓.....) Instagram memberikan ketertarikan untuk belanja *online*

(...✓.....) Faktor Lingkungan sekitar Siswa

(...✓.....) Tekanan pergaulan

(...✓.....) Menuruti Kemauan

(...✓...) Untuk kepentingan Pribadi

(...✓...) Ikut-ikutan dengan teman-temannya

(...✓...) Mengikuti tren *Fhasion* sekarang

(...✓...) Mengikuti perkembangan saat ini

Wawancara penulis dengan Rahmi selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas III IPA, 24 Februari 2019

Wawancara penulis dengan Siti Nurlatifah aelaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas II IPA, 24 Februari 2020

Wawancara penulis dengan Nur Hidayah selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas I IPA, 24 Februari 2020

Wawancara penulis dengan sri yulianingsih selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas II IPA, 24 Februari 2020

Wawancara penulis dengan Andi Rahmat Gunawan selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas II IPA, 24 Februari 2020

Wawancara penulis dengan Raden Habib Muhlisin selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas II IPA, 24 Februari 2020

Wawancara penulis dengan Ikra Nira Putri selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas II IPA, 26 Februari 2020

Wawancara penulis dengan Nur Fadillah selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas III IPA, 26 Februari 2020

Wawancara penulis dengan Andi Suwandira Putra selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas II IPA, 27 Februari 2020

Wawancara penulis dengan Astrid selaku siswa SMA Negeri 25 Bone kelas I IPA, 27 Februari 2020

allyouneedshop19
Aktif 21m yang lalu

Des 18, 11:21 AM

Tdk ada warna putihnya ?

Nda ada warna putih

Bahan apa itu ?

Bahan PU

Pesanka hitamnya

Pesan...

allyouneedshop19
Aktif 21m yang lalu

Mauka juga pesan dompet

Ohiyee , wrna apa ?

Wrn yg itu 🤳

😄

Hehhe , ku cek kan ki dulu dih 😊😊🙏

Pesan...

fmd.id
BELLA SQUARE & HIJAB M...

Anda menanggapi ceritanya 😍

yuk diorder kak🤗

Masih ada yg itu ?😍

masih dong kak 🤗 mauki?

Berapa itu ?

60rb aja kak 😍

Pesan...

girlsneed.id10
Aktif hari ini

Foto coba itu wrn nude kak

▶ Foto

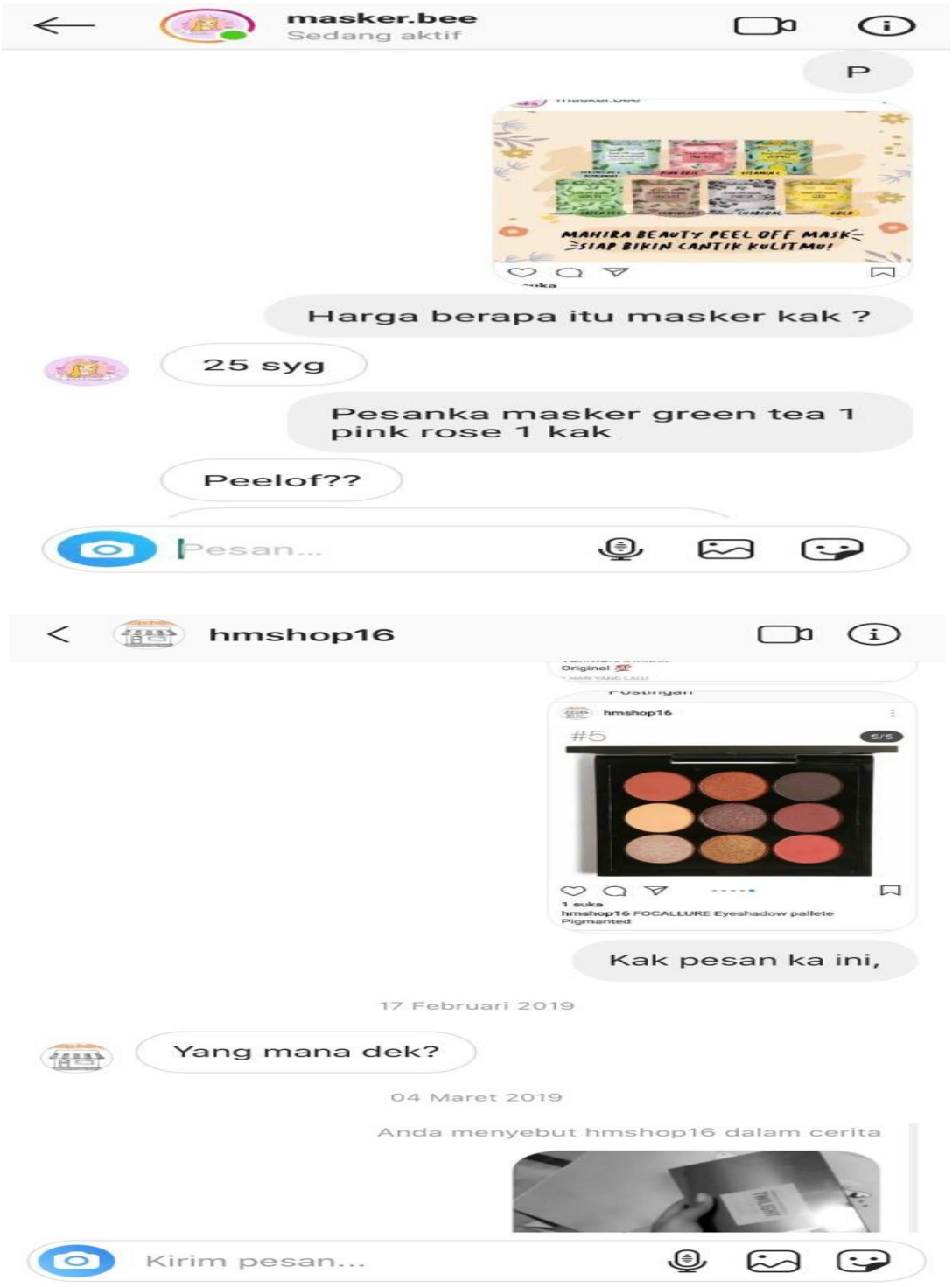
Creamnya coba kak

Yg cream mo kak😏

Iyye dek

Jan 14, 2:33 PM

Pesan...



Gambar di atas adalah beberapa obrolan siswa SMA Negeri 25 Bone yang ingin melakukan pembelian *online* di instagram.

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BONE
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
Jln. Hos Cokroaminoto Watampone, Kab. Bone, Sul-Sel, 92733-Telepon: (0481) 21395
Fax: (0481) 21395

KARTU KONSULTASI PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama	:	NUR ATIKAH
NIM	:	03162077
Fakultas	:	USHULUDDIN DAN DAKWAH
Program Studi	:	KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
Tahun Akademik	:	2019/2020
Pembimbing	:	1. Dr. SAMSINAR.S,S.Ag.,M.Hum
	:	2. A. FAJAR AWALUDDIN,M.Pd.I.
Judul Skripsi	:	INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PEMBELIAN ONLINE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA DI SMA NEGERI 25 BONE DALAM PERSPEKTIF ISLAM

No.	Tanggal Konsultasi	Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1	18/02/2020	- Konsultasi Instrumen Penelitian khususnya pedoman wawancara	
2	9/03/2020	- Perbaiki : h. 3. Catatan kaki h. 4. Tak pakai Innote Gunakan transliterasi, perhatikan penggunaan huruf kapital - Jenis hurufnya hrs konsisten : Times New Roman. Hasil penelitian sesuaikan dengan perspektif Islam	
3.	16/03/2020	- Perbaiki : Penggunaan kata sambung "di" Penggunaan huruf kapital, kata dimana, Pengaturan margin 4 3 Kajian Pustaka di perbaiki - Gambaran umum lokasi terutama penjelasan tabel	

Pembimbing 1

Dr. SAMSINAR.S,S.Ag.,M.Hum
NIP. 197707202003122002

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BONE
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

Alamat : Kampus II Polewali Telp.(0481)23928, Website : fud-iain.bone.ac.id.

REVIEW SKRIPSI

Nur Atikah/03 16 2077/KPI

Judul : Instagram Sebagai Sarana Pembelian Online Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 5 Bone dalam Perspektif Islam

Abstrak :

1. Tujuan penelitian double. Hapus yang paragraf 1 dan satukan paragraf 2 ke paragraph 1. Tujuan penelitian hanya 1 spasi. Kalau rumusan masalahnya ditambah maka, tujuan penelitiannya adalah :
   a. Untuk mengetahui cara siswa SMA Negeri 25 Bone menggunakan instagram sebagai sarana pembelian online
   b. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memegaruhi siswa SMA Negeri 25 Bone dalam berperilaku konsumtif
   c. Untuk menganalisis penggunaan instagram sebagai sarana pembelian online dalam perspektif Islam terhadap perilaku konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone.
2. Kata dipaparkan dibuka saja. Mengacu pada pokok masalah di atas, maka.....
3. Apakah penggunaan instagram sebagai sarana pembelian online sesuai dengan perspektif Islam terhadap perilaku konsumtif Siswa SMA N 25 Bone? (Tambahan Rumusan Masalah 3). Hasilnya nanti : dianalisis oleh peneliti dari hasil wawancara dan hasil observasi bahwa tidak sesuai dengan perspektif Islam karena .....

Daftar Isi :

1. Pada Pembahasan dan Hasil diperbaiki. Sesuaikan dengan rumusan masalahnya. Bab III berisi :
   a. Profil SMA Negeri 25 Bone
   b. Cara Siswa SMA Negeri 25 Bone Menggunakan Instagram sebagai Sarana Pembelian Online
   c. Faktor-faktor yang Memengaruhi Siswa SMA Negeri 25 Bone dalam Berperilaku Konsumtif
   d. Analisis Penggunaan Instagram sebagai Sarana Pembelian Online dalam Perspektif Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone
2. Gunakan jenis huruf *times new roman*

Bab I :

1. Jenis penelitiannya adąlah deskriptif kualitatif. Setelah catatan kaki dikemukakan bahwa deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan atau menggambarkan obyek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada di lokasi penelitian. Fakta-fakta yang tampak dikemukakan secara faktual, sistematis dan akurat tentang instagram sebagai sarana pembelian online terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif Islam.
2. Pada teknik pengumpulan data pada point a, masih ada kata yang menyatu "dahuluuntuk"
3. Untuk pindah ke poin lain, jangan ditutup dengan catatan kaki. Sebaiknya dianalisis dari hasil kutipan, setelah itu baru pindah ke sub atau poin lain.

Bab III :

1. Tambah Hasil Penelitian sesuai dengan saran yang ada dalam abstrak
2. Jawab di hasil penelitian sesuai dengan daftar isi pada bab III
3. Jenis huruf belum berubah. Masih ada jenis huruf selain Times New Roman
4. Huruf I dalam kata Islam harus huruf besar
5. Jangan monoton sama awal kata dari setiap wawancara seperti "mengaku selalu berbelanja online…..

Bab IV :

Penutup/Kesimpulan disesuaikan dengan rumusan masalah. Menjawab rumusan masalah. Lihat rumusan masalahnya.

Daftar Rujukan :

Gunakan spasi 1

Catatan Penting Lainnya :

1. Lengkapi semua isi skripsi : Kata Pengantar, Daftar Isi, Surat Pernyataan Keaslian Skripsi yang bermaterai 6000, Persetujuan Pembimbing, Lampiran-lampiran : Curriculum Vitae (Riwayat hidup Penulis dilengkapi dengan Foto Penulis), Instrumen Penelitian berupa pedoman wawancara dan pedoman angket, foto-foto penelitian.
2. Jadikan Pedoman Penyusunan Skripsi IAIN Bone sebagai rujukan dalam menyusun skripsi

Watampone, 3 April 2020
Pembimbing I

Dr. Samsinar S, M.Hum.
NIP. 197707202003122002

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BONE
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

Alamat : Kampus II Polewali Telp.(0481)23928, Website : fud-iain.bone.ac.id.

REVIEW SKRIPSI

Nur Atikah/03 16 2077/KPI

Judul : Instagram Sebagai Sarana Pembelian Online Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 5 Bone dalam Perspektif Islam

Abstrak :

1. Masih salah kata instagram
2. Hasil penelitian point ke 2 buka perspektif Islamnya. Kemukakan bahwa factor yang memengaruhi siswa SMA Negeri 25 Bone dalam berperilaku konsumtif adalah faktor internal dan eksternal. Kemukakan internalnya apa dan eksternalnya apa?
3. Tidak usah lagi mengatakan pada point ke 3 bahwa berdasarkan hasil wawancara, langsung saja bahwa penggunaan penggunaan instagram sebagai sarana pembelian online terhadap perilaku konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone, tidak sesuai dengan perspektif Islam karena siswa SMA Negeri 25 Bone menjadikan instagram sebagai sarana pembelian online tidak untuk memenuhi kebutuhannnya akan tetapi memenuhi keinginan dan mengikuti trend masa kini, sehingga dalam Islam dikategorikan sebagai perilaku yang berlebih-lebihan dan pemborosan, dan perilaku tersebut dikategorikan sebagai perilaku syaitan dan tidak diridhai Allah swt. (Begini yang anda kemukakan dalam abstrak. Perbaiki bahasanya agar penguji dan orang yang membacanya mudah memahaminya)

Daftar Isi :

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian diganti menjadi Profil SMA Negeri 25 Bone
2. Perbaiki kata "Perspektif" bukan Persfektif
3. Jenis hurufnya bukan Times New Roman

Bab I :

1. Masih ada penggunaan huruf kapital yang tidak sesuai
2. Rumusan masalah pada poin ke 2 tambahkan kata cara
3. Mana rumusan masalah ke 3 seperti yang ada pada abstrak?
4. Teliti semua. Sesuaikan dengan review skripsi ke-2.
5. Mana pengertian keseluruhan dari judul dalam definisi operasional?
6. Perbaiki semua sesuai saran atau petunjuk yang saya berikan

7. Tujuan penelitian juga belum berubah, masih 2 poin padahal sudah berubah jadi 3. Lihat di abstrak

Bab III :

1. Jenis huruf diperbaiki. Masih ada jenis huruf selain Times New Roman
2. Gambaran umum lokasi Penelitian diganti menjadi Profil SMA Negeri 25 Bone

Bab IV :

1. Penggunaan kata Islam. Gunakan huruf kapital pada awal kata Islam
2. Jenis hurufnya bukan Times New Roman
3. Poin ke 2 belum berubah. Faktor yang dijelaskan adalah faktor internal dan eksternal. Jelaskan apa internalnya dan apa eksternalnya
4. Poin ke 3 perbaiki bahasanya terlalu bertele-tele
5. Pada saran 1, ada huruf yang hilang
6. Pada saran 3, langsung saja dikemukakan bagi orangtua diharapkan mampu memberikan pengawasan kepada anak-anaknya untuk lebih selektif dalam pembelian online, dan membiasakan hidup hemat serta tidak cepat terpengaruh oleh pemilik *online shop* pada instragram.

Catatan Penting Lainnya :

1. Lengkapi semua isi skripsi : Kata Pengantar, Daftar Isi, Surat Pernyataan Keaslian Skripsi yang bermaterai 6000, Persetujuan Pembimbing, Lampiran-lampiran : Curriculum Vitae (Riwayat hidup Penulis dilengkapi dengan Foto Penulis), Instrumen Penelitian berupa pedoman wawancara dan pedoman angket, foto-foto penelitian.
2. Jadikan Pedoman Penyusunan Skripsi IAIN Bone sebagai rujukan dalam menyusun skripsi

Watampone, 10 April 2020
Pembimbing I

Dr. Samsinar S, M.Hum.
NIP. 197707202003122002

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BONE
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
Jln. Hos Cokroaminoto Watampone, Kab. Bone, Sul-Sel, 92733-Telepon: (0481) 21395
Fax: (0481) 21395

KARTU KONSULTASI
PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama	:	NUR ATIKAH
NIM	:	03162077
Fakultas	:	USHULUDDIN DAN DAKWAH
Program Studi	:	KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
Tahun Akademik	:	2019/2020
Pembimbing	:	1. Dr. SAMSINAR.S,S.Ag.,M.Hum
	:	2. A. FAJAR AWALUDDIN,M.Pd.I.
Judul Skripsi	:	INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PEMBELIAN ONLINE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA DI SMA NEGERI 25 BONE DALAM PERSPEKTIF ISLAM

No.	Tanggal Konsultasi	Uraian Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	12/3/2020	Masih perlu perbaikan dari segi sistematika pembahasan	
2.	16/3/2020	ACC	

Pembimbing 2

A. FAJAR AWALUDDIN,M.Pd.I.
NIP. 198212132018011001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BONE

Jln. Hos Cokroaminoto Watampone, Kab. Bone, Sul-Sel, 92733-Telepon: (0481) 21395 Fax: (0481) 21395

Nomor : B-0241/In.33/TL.01/1/2020
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada
Yth. Kepala Cabang Dinas Pendidikan Wilayah III
Di-
Watampone

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan bahwa Mahasiswa Program Strata Satu Jurusan USHULUDDIN DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BONE :

Nama	:	NUR ATIKAH
Tempat / Tanggal Lahir	:	Bengo, 1997-02-22
NIM	:	03162077
Program Studi	:	KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Bermaksud melakukan penelitian dalam penulisan skripsi dengan judul :

"INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PEMBELIAN ONLINE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA DI SMA NEGERI 25 BONE DALAM PERSPEKTIF ISLAM"

Pembimbing	:	1. Dr. SAMSINAR,S, S.Ag.,M.Hum 2. A. FAJAR AWALUDDIN, M.Pd.I.
Waktu Penelitian	:	20-01-2020 S/D 20-02-2020
Tempat Penelitian	:	SMA NEGERI 25 BONE, Desa Bengo, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone, Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mengharapkan kebijaksanaannya memberikan izin kepada Mahasiswa yang bersangkutan.

Watampone, 14 Januari 2020

A.n. Rektor,
Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga

Dr. NURSYIRWAN, S.AG., M.PD.
NIP. 197305261998021001

Tembusan :

1. Dekan Fakultas USHULUDDIN DAN DAKWAH IAIN Bone
2. Ketua Program Studi KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM IAIN Bone
3. Kepala Subbagian Administrasi Akademik IAIN Bone
4. Pembimbing 1 dan 2
5. Arsip

PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENDIDIKAN
CABANG DINAS PENDIDIKAN WILAYAH III
Jalan Dr. Wahidin Sudirohusodo Nomor 2 Watampone (92733)

IZIN PENELITIAN

Nomor : 867/042-CD.WIL.III/DISDIK

Berdasarkan Surat Kementerian Agama Republik Indonesia Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone Nomor : B-0241/In.33/TL.01/1/2020, tanggal 14 Januari 2020, perihal Permohonan Izin Penelitian kepada Mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : **NUR ATIKAH**
NIM : 03162077
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaraan Islam

Untuk itu Kepala Cabang Dinas Pendidikan Wilayah III memberikan Izin kepada yang bersangkutan untuk melakukan Penelitian pada **SMA Negeri 25 Bone** guna Penyusunan Skripsi dengan Judul ***"Instagram sebagai Sarana Pembelian Online terhadap Perilaku Konsumtif Siswa di SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif Islam".***

Untuk melaksanakan kegiatan sebagaimana dimaksud dengan ketentuan :

1. Pelaksanaan kegiatan tidak bertentangan dengan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.
2. Izin dari Kepala UPT SMA Negeri 25 Bone.
3. Tidak mengganggu proses belajar mengajar.

Demikian Surat Izin ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Watampone, 16 Januari 2020
KEPALA,

Drs. A. SYAMSU ALAM, M.Pd
Pangkat : Pembina Utama Muda
NIP. 19661015 198903 1 015

PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENDIDIKAN
UPT SMAN 25 BONE
Alamat : Jl. Poros Bone – Makassar KM. 43 Bengo - Lappajupeng
Desa Bengo Kecamatan Bengo Kabupaten Bone
e.mail sman25bonebengo@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Nomor: 421.3/ 37 /SMA.25/BONE/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	**MASRIDA,S.Pd.M.M**
NIP	:	19660612 199203 2 017
Pangkat/Gol	:	Pembina Tk.I, IV/b
Jabatan	:	Kepala Sekolah
Tempat tugas	:	UPT SMAN 25 Bone

Memberikan Izin Kepada :

Nama	:	**NUR ATIKAH**
NIM	:	03162077
Program Studi	:	Komunikasi dan Penyiaran Islam

Untuk mengadakan penelitian di UPT SMAN 25 Bone dengan judul penelitian ***"Instagram sebagai Sarana Pembelian Online terhadap Perilaku Konsumtif Siswa di SMA Negeri 25 Bone dalam Pesfektif Islam".***

Demikian Surat Keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengo, 24 Februari 2020
Kepala Sekolah

UPT SMAN 25 BONE KABUPATEN BONE

MASRIDA, S. Pd., M.M
NIP.19660612 199203 2 017

Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sri yulianingsi

Pekerjaan : Siswa SMA NEGERI 25 BONE KELAS II IPA

Benar-benar telah mengadakan wawancara dengan saudara

Nama : Nur Atikah

Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Bone

Dalam rangka mengumpulkan data untuk menyelesaikan penulisan skrip yang berjudul :

" **Instagram sebagai Sarana Pembelian *Online* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif islam** "

Demikian keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengo, 24 Februari 2020

Nara Sumber

Sri Yulianingsi

Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Raden Habib Muhlisin

Pekerjaan : pelasar (siswa SMA Negeri 25 Bone kelas III IPA)

Benar-benar telah mengadakan wawancara dengan saudara

Nama : Nur Atikah

Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Bone

Dalam rangka mengumpulkan data untuk menyelesaikan penulisan skrip yang berjudul :

" **Instagram sebagai Sarana Pembelian *Online* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif islam** "

Demikian keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengo, 24 Februari 2020

Nara Sumber

Raden Habib Muhlisin

Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur hidayah

Pekerjaan : pelajar(Siswa SMA Negeri 25 Bone kelas 1 IPA)

Benar-benar telah mengadakan wawancara dengan saudara

Nama : Nur Atikah

Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Bone

Dalam rangka mengumpulkan data untuk menyelesaikan penulisan skrip yang berjudul :

" **Instagram sebagai Sarana Pembelian *Online* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif islam** "

Demikian keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengo, 24 Februari 2020

Nara Sumber

Nur Hidayah

Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Nurlatifah

Pekerjaan : pelajar (siswa SMA Negeri 25 Bone kelas XI IPA)

Benar-benar telah mengadakan wawancara dengan saudara

Nama : Nur Atikah

Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Bone

Dalam rangka mengumpulkan data untuk menyelesaikan penulisan skrip yang berjudul :

" **Instagram sebagai Sarana Pembelian *Online* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif islam** "

Demikian keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengo, 24 Februari 2020

Nara Sumber

Siti Nurlatifah

Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Andi Rahmat Gunawan

Pekerjaan : Siswa SMA Negeri 25 Bone kelas 11 IPS

Benar-benar telah mengadakan wawancara dengan saudara

Nama : Nur Atikah

Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Bone

Dalam rangka mengumpulkan data untuk menyelesaikan penulisan skrip yang berjudul :

" **Instagram sebagai Sarana Pembelian *Online* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif islam** "

Demikian keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengo, 24 Februari 2020

Nara Sumber

Andi Rahmat Gunawan

Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rahmi

Pekerjaan : pelajar (Siswa SMA Negeri 25 Bone kelas III IPA)

Benar-benar telah mengadakan wawancara dengan saudara

Nama : Nur Atikah

Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Bone

Dalam rangka mengumpulkan data untuk menyelesaikan penulisan skrip yang berjudul :

" **Instagram sebagai Sarana Pembelian *Online* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif islam** "

Demikian keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengo, 14 Februari 2020

Nara Sumber

Rahmi

Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur fadillah

Pekerjaan : pelajar (Siswa SMA Negeri 25 Bone Kelas III IPA)

Benar-benar telah mengadakan wawancara dengan saudara

Nama : Nur Atikah

Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Bone

Dalam rangka mengumpulkan data untuk menyelesaikan penulisan skrip yang berjudul :

" **Instagram sebagai Sarana Pembelian *Online* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif islam** "

Demikian keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengo, 26 Februari 2020

Nara Sumber

Nur fadillah

Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ikra Nira putri

Pekerjaan : pelajar (siswa SMA Negeri 25 Bone kelas XI IPA)

Benar-benar telah mengadakan wawancara dengan saudara

Nama : Nur Atikah

Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Bone

Dalam rangka mengumpulkan data untuk menyelesaikan penulisan skrip yang berjudul :

" **Instagram sebagai Sarana Pembelian *Online* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif islam** "

Demikian keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengo, 26 Februari 2020

Nara Sumber

Ikra Nira putri

Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Andi Suwandira Putra

Pekerjaan : pelajar (siswa SMA Negeri 25 Bone kelas XI IPA)

Benar-benar telah mengadakan wawancara dengan saudara

Nama : Nur Atikah

Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Bone

Dalam rangka mengumpulkan data untuk menyelesaikan penulisan skrip yang berjudul :

" **Instagram sebagai Sarana Pembelian *Online* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif islam** "

Demikian keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengo, 27 Februari 2020

Nara Sumber

Andi Suwandira Putra

Keterangan Wawancara

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Astrid

Pekerjaan : pelajar (siswa SMA Negeri 25 Bone kelas I IPS)

Benar-benar telah mengadakan wawancara dengan saudara

Nama : Nur Atikah

Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Bone

Dalam rangka mengumpulkan data untuk menyelesaikan penulisan skrip yang berjudul :

" **Instagram sebagai Sarana Pembelian *Online* terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 25 Bone dalam Perspektif islam** "

Demikian keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bengo, 27 Februari 2020

Nara Sumber

Astrid

RIWAYAT HIDUP

Nur Atikah lahir di Desa Bengo, Kecamatan Bengo, Kabupaten Bone, Provinsi Sulawesi Selatan pada hari Senin 22 Februari 1997. Penulis merupakan anak ke-2 dari dua bersaudara dsri pasangan Nurdin dan Hj.Asiah. pekerjaan Ayah sebagai Petani dan ibu sebgai IRT.

jenjang pendidikan yang ditempuh penulis, pada tahun 2004 penulis masuk Sekolah Dasar di SD INP 12/79 BENGO dan lulus pada tahun 2010. Penulis melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 2 Lappariaja dan lulus pada tahun 2013. Selanjutnya masuk pada Sekolah Menengah Akhir di SMA NEGERI 1 Bengo dan lulus pada tahun 2016.

Pada tahun yang sama penulis diterima menjadi mahasiswa di program Studi KomunikasI dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone.