

ABSTRAK

Anggia Anggraeni, 1218030020, 2025. Dampak Penggunaa Facebok Pada Gaya Hidup Konsumtif Ibu Rumah Tangga (Penelitian di Sukapura, Kiaracondong, Bandung).

Media sosial sekarang sudah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, termasuk bagi ibu rumah tangga. Salah satu media sosial yang masih sering digunakan adalah Facebook. Selain sebagai tempat berkomunikasi dan mencari hiburan, Facebook juga digunakan untuk promosi dan jual beli. Hal ini membuat pola konsumsi masyarakat ikut berubah, termasuk di kalangan ibu rumah tangga di Sukapura, Kecamatan Kiaracondong, Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Facebook memengaruhi gaya hidup konsumtif ibu rumah tangga.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana penggunaan Facebook memengaruhi gaya hidup konsumtif ibu rumah tangga di Kelurahan Sukapura, Kecamatan Kiaracondong, Kota Bandung. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengungkap faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumtif tersebut, serta memahami peran media sosial dalam membentuk pola konsumsi dan keputusan belanja yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan.

Penelitian ini diperkuat oleh teori Jean Baudrillard mengenai *masyarakat konsumtif*, di mana konsumsi tidak lagi dilihat sebagai kebutuhan nyata, melainkan sebagai cara untuk membentuk identitas sosial dan menunjukkan status. Menurut Baudrillard, masyarakat modern tidak hanya membeli barang untuk digunakan, tetapi karena barang tersebut membawa “citra” atau makna simbolik tertentu. Dalam hal ini, ibu rumah tangga membeli barang yang mereka lihat di Facebook bukan hanya karena butuh, tetapi karena ingin menunjukkan gaya hidup, mengikuti tren, atau merasa diterima dalam lingkarannya.

Metode yang digunakan adalah kualitatif, dengan cara mewawancarai sepuluh ibu rumah tangga yang aktif menggunakan Facebook. Data dianalisis dengan pendekatan deskriptif kualitatif untuk melihat pola konsumsi yang timbul dari penggunaan media sosial. Bahwa Facebook mendorong perilaku konsumtif, di mana informan sering membeli barang yang tidak dibutuhkan karena terpengaruh iklan, postingan teman, dan tren di media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Facebook memberikan pengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif ibu rumah tangga. Banyak dari mereka terdorong untuk membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan setelah melihat iklan, postingan teman, atau promosi di grup jual beli. Pola konsumsi ini didorong oleh keinginan untuk mengikuti tren, membentuk citra diri, dan memenuhi dorongan emosional, bukan semata karena kebutuhan. Media sosial seperti Facebook menjadi ruang yang memperkuat perilaku konsumtif melalui visualisasi gaya hidup yang menarik dan persuasif.

Kata Kunci: Facebook, Gaya Hidup Konsumtif, Ibu Rumah Tangga