

Konsumerisme dan Alienasi: Dampak Budaya Materialistik terhadap Identitas dan Kesejahteraan Remaja

Faza Fairuzan Al-Qodami¹, Naila Faiza², Salisa Almudhia³, Yunita Ayu Noviyanti⁴, Achmad Hufad⁵, Yani Achdiani⁶

^{1,2,3,4,5}Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia

⁶Fakultas Pendidikan Teknologi dan Industri, Universitas Pendidikan Indonesia

¹fazafairuzan@upi.edu, ²nailafaiza@upi.edu, ³salisaalmudhia@upi.edu,

⁴yunitaayunoviyanti@upi.edu, ⁵achmadhufad@upi.edu, ⁶yaniachdiani@upi.edu

Diterima	13	April	2025
Disetujui	25	Juni	2025
Dipublish	25	Juni	2025

Abstract

The phenomenon of consumerism has become increasingly ingrained in modern society, particularly among Indonesian teenagers who are vulnerable to the influence of materialism. This study aims to analyze the impact of consumerism on adolescent identity and psychological well-being using a qualitative approach. Data were obtained through interviews and literature studies related to materialism, alienation, and subjective well-being. The results show that teenagers with a materialistic orientation tend to experience high social pressure, anxiety, and life dissatisfaction. The influence of social media and social environments further reinforces their alienation from an authentic sense of self, leading them to engage in impulsive consumption patterns aimed at gaining social validation. However, there is a growing awareness of sustainable consumption as a healthier and wiser alternative. Some teenagers have adopted a more selective approach to following trends and have shown interest in environmentally friendly products. Therefore, interventions from various parties, including families, educational institutions, and public policies, are necessary to promote more conscious and sustainable consumption patterns to support adolescents' long-term psychological well-being.

Keywords: *Consumerism, materialism, adolescent identity*

Abstrak

Fenomena konsumerisme semakin mengakar dalam budaya masyarakat modern, terutama di kalangan remaja Indonesia yang rentan terbawa pengaruh materialisme. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak konsumerisme terhadap identitas dan kesejahteraan psikologis remaja dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang kami hadirkan dalam penelitian ini kami dapatkan melalui wawancara dan studi literatur terkait materialisme, alienasi, serta kesejahteraan subjektif. Dari hasil penelitian yang kami lakukan ini terlihat bahwasanya remaja yang memiliki orientasi materialistik cenderung mengalami tekanan sosial yang tinggi, kecemasan, dan ketidakpuasan hidup. Pengaruh media sosial dan lingkungan sosial semakin memperkuat keterasingan mereka dari identitas diri yang autentik, mengarahkan mereka pada pola konsumsi impulsif yang bertujuan untuk memperoleh validasi sosial. Meskipun demikian, terdapat kesadaran yang mulai tumbuh mengenai konsumsi berkelanjutan sebagai alternatif yang lebih sehat dan bijaksana. Beberapa remaja telah mengadopsi gaya hidup yang lebih selektif dalam mengikuti tren serta menunjukkan ketertarikan terhadap produk ramah lingkungan, ataupun hanya tertarik dengan produk atau barang yang sedang benar benar mereka butuhkan. Oleh



karena itu, diperlukan intervensi dari berbagai pihak, termasuk keluarga, institusi pendidikan, dan kebijakan publik, untuk mendorong pola konsumsi yang lebih sadar dan berkelanjutan guna mendukung kesejahteraan psikologis remaja dalam jangka panjang.

Kata kunci: Konsumerisme, materialisme, identitas remaja

Pendahuluan

Konsumerisme telah menjadi fenomena yang semakin mendunia dan tertanam kuat dalam budaya masyarakat modern, termasuk di Indonesia. Dengan pesatnya pertumbuhan ekonomi serta perkembangan teknologi, gaya hidup yang berorientasi pada materi semakin mendominasi pola konsumsi masyarakat, terutama di kalangan remaja. Budaya ini tidak hanya mempengaruhi kebiasaan konsumsi, tetapi juga berdampak pada pembentukan identitas serta kesejahteraan psikologis mereka. Di Indonesia, fenomena ini semakin terlihat dengan meningkatnya penggunaan media sosial dan tingginya eksposur terhadap iklan-iklan komersial yang mempromosikan gaya hidup serba instan dan mewah (Mambela, 2019). Hal ini terlihat dari meningkatnya daya beli masyarakat serta tren konsumsi yang tidak lagi sekadar memenuhi kebutuhan dasar, melainkan juga sebagai sarana pencitraan diri. Kalangan remaja menjadi salah satu kelompok yang paling rentan terhadap pengaruh budaya konsumerisme ini. Dalam fase pencarian jati diri, mereka cenderung mudah terpengaruh oleh arus informasi yang deras, terutama melalui media sosial yang mempromosikan standar kehidupan ideal dengan penekanan pada kemewahan dan instant.

Remaja, sebagai kelompok usia yang sedang berada dalam fase krusial pencarian jati diri, sangat rentan terhadap pengaruh budaya materialistik yang kini semakin meluas. Masa remaja bukan hanya ditandai oleh perubahan fisik dan emosional, tetapi juga merupakan periode penting dalam pembentukan identitas personal dan sosial. Masa remaja merupakan periode kritis dalam pembentukan identitas diri, dimana individu mulai mengeksplorasi nilai-

nilai, keyakinan, dan peran sosial yang akan membentuk diri mereka di masa depan (Hidayah Nur, 2016). Di tengah lingkungan yang sarat dengan nilai-nilai materialisme, banyak remaja membentuk identitas diri mereka berdasarkan pada kepemilikan barang-barang mewah dan pencapaian status sosial yang tercermin dari pola konsumsi mereka. Hal ini dapat mengarah pada alienasi, di mana remaja merasa terpisah dari diri mereka yang sebenarnya dan lebih fokus pada pencitraan diri yang semu. Media sosial menjadi saluran utama penyebaran standar kehidupan ideal, yang sering kali menekankan pada kemewahan dan keinstanan, sehingga memicu perbandingan sosial dan tekanan psikologis.

Konsep alienasi yang pertama kali dikemukakan oleh Karl Marx dalam ranah sosiologi mengacu pada kondisi di mana individu merasa terpisah atau terasing, baik dari dirinya sendiri, orang lain, maupun dari struktur sosial di sekitarnya. Dalam konteks konsumerisme, alienasi terjadi ketika remaja merasa bahwa nilai diri mereka ditentukan oleh apa yang mereka miliki, bukan oleh siapa mereka sebenarnya. Dalam hal ini nilai-nilai materialistik, alienasi dapat muncul sebagai akibat dari internalisasi nilai eksternal yang mendominasi persepsi diri. Individu, khususnya remaja, cenderung menilai harga diri mereka berdasarkan simbol-simbol konsumsi seperti pakaian bermerek, gadget terbaru, atau gaya hidup yang ditampilkan secara visual di ruang-ruang digital. Proses ini menjadikan remaja tidak lagi mengenali identitas sejatinya, melainkan merasa terpaksa membentuk diri sesuai dengan ekspektasi sosial yang dibentuk oleh budaya konsumtif. Fenomena ini semakin diperparah oleh media sosial, dimana remaja seringkali membandingkan diri mereka dengan



standar hidup yang tidak realistis yang ditampilkan oleh influencer atau selebritas (Munajah et al., 2023). Situasi ini semakin diperparah oleh kehadiran media sosial yang telah menjadi ruang utama dalam pembentukan identitas sosial. Media sosial tidak hanya memfasilitasi komunikasi dan interaksi, tetapi juga berfungsi sebagai etalase digital di mana setiap orang dapat memamerkan gaya hidup, status ekonomi, dan pencapaian pribadi. Bagi remaja yang tengah berada dalam fase pencarian identitas, media sosial kerap menjadi pedang bermata dua. Di satu sisi, mereka mendapatkan ruang ekspresi diri; namun di sisi lain, mereka terjebak dalam siklus perbandingan sosial yang melelahkan. Fenomena seperti *fear of missing out* (FOMO), tekanan untuk tampil sempurna, serta kebutuhan untuk mendapat validasi dalam bentuk “likes” atau komentar positif menciptakan tekanan psikologis yang tinggi.

Pengaruh budaya materialisme terhadap kondisi psikologis remaja kini menjadi perhatian yang semakin besar. Sejumlah studi menunjukkan bahwa remaja yang memiliki kecenderungan hidup materialistik lebih mudah mengalami tekanan mental seperti stres, perasaan cemas berlebihan, hingga gejala depresi. Kondisi ini terjadi akibat tekanan untuk terus memenuhi standar konsumsi yang tinggi, yang sering kali tidak sebanding dengan kemampuan finansial mereka. Selain itu, remaja yang terjebak dalam pola pikir materialistik juga cenderung mengalami penurunan tingkat kepuasan hidup serta kurangnya rasa syukur, yang merupakan aspek penting dalam kesejahteraan subjektif (Rahayu & Setiawati, 2019).

Di Indonesia, pertumbuhan kelas menengah yang signifikan serta semakin mudahnya akses terhadap produk-produk konsumen telah mempercepat laju konsumerisme di kalangan masyarakat, khususnya remaja. Peningkatan daya beli, dipadukan dengan perkembangan teknologi digital dan urbanisasi, menciptakan

kehidupan yang sangat mendukung budaya konsumtif. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2022), konsumsi rumah tangga di Indonesia terus mengalami peningkatan, dengan remaja menjadi salah satu segmen pasar yang paling berpotensi. Tren ini diperkuat oleh pesatnya perkembangan platform e-commerce serta strategi iklan digital yang secara khusus menasar remaja sebagai konsumen utama (MA Pahmi et al., 2022). Namun demikian, di balik geliat pertumbuhan ekonomi dan konsumsi tersebut, terdapat kekhawatiran serius mengenai dampak jangka panjang dari budaya materialisme terhadap aspek psikologis dan sosial remaja. Ketika konsumerisme menjadi norma sosial yang mendominasi, nilai-nilai seperti kesederhanaan, kerja keras, dan autentisitas mulai tergeser oleh keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial melalui konsumsi barang bermerek dan gaya hidup mewah. Remaja, yang masih dalam tahap perkembangan identitas dan stabilitas emosional, cenderung menjadikan konsumsi sebagai sarana validasi diri. Tekanan untuk tampil sesuai dengan standar sosial tertentu dapat memunculkan kecemasan, rasa tidak cukup, hingga depresi, terutama ketika mereka tidak mampu memenuhi ekspektasi tersebut.

Secara global, isu konsumerisme dan alienasi di kalangan remaja telah menjadi fokus perhatian para peneliti. Remaja di berbagai negara, baik yang tergolong maju maupun berkembang, sama-sama menghadapi pengaruh budaya materialisme, meskipun derajat intensitasnya serta manifestasinya dapat berbeda-beda sesuai dengan konteks sosial dan ekonomi masing-masing. Di negara berkembang seperti Indonesia, di mana proses modernisasi dan globalisasi berlangsung dengan cepat dan masif, pengaruh konsumerisme terhadap identitas dan kesejahteraan remaja menjadi isu yang sangat signifikan. Perpaduan antara arus global budaya konsumtif, pertumbuhan teknologi digital, dan keterbukaan informasi telah menciptakan realitas sosial baru bagi



remaja Indonesia. Namun, proses ini tidak berlangsung secara merata. Ketimpangan sosial dan ekonomi yang masih lebar menyebabkan tidak semua remaja memiliki akses yang sama terhadap gaya hidup konsumtif yang ditampilkan di media sosial atau media massa. Hal ini menciptakan tekanan psikologis yang besar bagi mereka yang merasa tidak mampu mengikuti standar konsumsi yang ditampilkan oleh kelompok yang lebih mampu secara finansial. Dalam konteks ini, konsumerisme tidak hanya menjadi simbol status, tetapi juga alat pembeda sosial yang semakin menajamkan polarisasi kelas.

Akibatnya, remaja dari kelompok ekonomi menengah ke bawah berisiko mengalami perasaan minder, rendah diri, dan bahkan mengalami krisis identitas karena merasa "tertinggal" dalam mengikuti arus tren yang dianggap sebagai standar keberhasilan dan eksistensi sosial. Maka dari itu, penting untuk memahami bagaimana ketimpangan struktural ini memperparah dampak konsumerisme terhadap kesejahteraan psikologis remaja di negara-negara berkembang seperti Indonesia.

Dengan demikian, memahami secara mendalam pengaruh budaya materialistik terhadap identitas dan kesejahteraan remaja di Indonesia menjadi hal yang krusial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih lanjut bagaimana konsumerisme berdampak pada alienasi dan kesejahteraan psikologis remaja, dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti penggunaan media sosial, tekanan sosial, dan kondisi finansial. Melalui pemahaman yang lebih baik mengenai dinamika ini, diharapkan dapat dirancang strategi intervensi yang efektif untuk membantu remaja membangun identitas yang kuat serta mencapai kesejahteraan psikologis yang optimal.

Metode Penelitian

Penelitian ini mengaplikasikan pendekatan

kualitatif sebagai metode utama untuk menganalisis dampak materialistik terhadap identitas dan kesejahteraan remaja. Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami hubungan antara tekanan materialistik baik dari media sosial, lingkungan sosial, maupun ekspektasi sosial dengan kesejahteraan remaja secara keseluruhan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi wawancara serta pengumpulan data dari literatur yang relevan mengenai topik materialisme, identitas remaja, dan kesejahteraan psikologis. Studi literatur digunakan untuk mendukung temuan-temuan yang diperoleh dari wawancara dan memberikan konteks yang lebih luas mengenai pengaruh materialisme dalam kehidupan remaja. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman tentang tantangan yang dihadapi remaja dalam era modern yang semakin materialistik dan dapat memberikan rekomendasi untuk mendukung kesehatan mental remaja di tengah dinamika sosial yang berkembang pesat.

Dalam penelitian ini juga akan dikaitkan dengan Teori Konflik yang dikemukakan oleh Karl Marx, Dalam konteks konsumerisme di kalangan remaja, teori konflik Marx dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana kelas dominan (melalui perusahaan dan media) menciptakan kebutuhan-kebutuhan semu yang mendorong remaja untuk terus mengonsumsi barang dan jasa. Media sosial dan iklan memainkan peran penting dalam membentuk kesadaran palsu (*false consciousness*) yang membuat remaja percaya bahwa identitas dan status sosial mereka ditentukan oleh kepemilikan barang-barang tertentu

Hasil dan Pembahasan

1. Pengaruh konsumerisme terhadap kehidupan remaja

Dari hasil penelitian Konsumerisme memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap kehidupan



remaja, terutama dalam hal gaya hidup, kebiasaan belanja, dan cara mereka memandang status sosial. Hal ini sangat dipengaruhi oleh media sosial dan tren yang berkembang di era digital ini, yang membuat remaja merasa terdorong untuk membeli barang-barang baru untuk menunjukkan eksistensi mereka atau mengikuti tren yang sedang populer. Pengaruh ini membawa dampak positif dan negatif, mulai dari perasaan ingin selalu up-to-date hingga ketergantungan pada barang-barang material untuk merasa diterima dalam kelompok sosial. Pengaruh konsumerisme terhadap kehidupan remaja saat ini dapat dianggap sangat besar. Sehingga banyak remaja yang merasa terpengaruh untuk mengikuti tren dan membeli barang-barang tertentu karena adanya dorongan dari lingkungan sosial dan media. Dari hasil wawancara, responden memberikan penjelasan bahwa mereka merasa pengaruh konsumsi terhadap gaya hidup mereka cukup signifikan. Dengan semakin banyaknya barang dan produk yang ditawarkan melalui berbagai platform internet, remaja kini menjadi cenderung lebih sering terpapar iklan dan promosi yang dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam berbelanja. Hal ini menunjukkan bahwa konsumerisme sudah menjadi bagian dari budaya hidup remaja yang tidak bisa diabaikan atau dihindari begitu saja.

Salah satu faktor utama yang memperbesar pengaruh konsumerisme terhadap remaja adalah tekanan sosial yang ada di sekitarnya. Media sosial dan iklan memainkan peran yang sangat besar dalam mendorong keinginan remaja untuk selalu mengikuti tren terbaru. Di platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, banyak influencer dan teman-teman sebayanya yang memamerkan barang-barang baru, gadget terbaru, atau gaya hidup mewah yang membuat remaja merasa terdorong untuk membeli barang-barang yang serupa. Selain itu, iklan yang ada di media sosial sering kali sangat menarik dan menampilkan produk dengan cara

yang dapat menggugah hasrat membeli, sehingga menciptakan rasa urgensi untuk segera memiliki barang tersebut agar tidak merasa ketinggalan atau dianggap tidak up-to-date. Lebih jauh lagi, fokus remaja saat ini cenderung lebih terarah pada barang-barang material yang dianggap sebagai simbol status sosial mereka. Keinginan untuk memiliki produk tertentu, seperti pakaian bermerek, gadget terbaru, atau aksesoris lainnya meskipun hanya sekedar lucu atau menarik perhatian, sering kali dianggap sebagai ukuran keberhasilan di kalangan remaja. Mereka lebih sering menilai diri mereka berdasarkan apa yang mereka miliki, bukan berdasarkan kualitas hubungan pribadi atau pencapaian lainnya dalam hidup. Sayangnya, hal ini menyebabkan mereka cenderung mengabaikan nilai-nilai penting seperti hubungan interpersonal yang tulus dan pencapaian pribadi yang lebih bermakna. Konsumerisme yang berlebihan ini membuat remaja lebih fokus pada penampilan dan apa yang bisa dipamerkan, daripada pengembangan diri yang lebih mendalam.

Kecenderungan untuk mengikuti tren juga sangat memengaruhi pola konsumsi remaja. Banyak dari mereka membeli barang bukan karena kebutuhan, tetapi lebih untuk pamer di media sosial atau untuk sekedar ikut-ikutan tren yang sedang populer. Mereka merasa bahwa membeli barang yang sedang "hits" akan meningkatkan popularitas atau daya tarik mereka di mata teman-teman atau audiens media sosial. Fenomena ini memperlihatkan bahwa sebagian besar keputusan pembelian yang dilakukan oleh remaja bukan berasal dari kebutuhan, melainkan dorongan untuk memperoleh pengakuan sosial. Mereka merasa bahwa dengan memiliki barang yang tepat, mereka bisa mendapatkan perhatian dan penghargaan dari orang lain, meskipun sering kali barang tersebut sebenarnya tidak dibutuhkan.



Namun, pengaruh konsumerisme ini tidak hanya berdampak positif. Tekanan untuk memiliki barang-barang tertentu dapat menimbulkan kebiasaan konsumtif yang berlebihan, yang pada akhirnya membawa dampak negatif. Salah satunya adalah stres yang muncul ketika remaja merasa tertekan karena tidak dapat memenuhi keinginan konsumsi mereka. Beberapa remaja bahkan menjadi boros dan terjebak dalam siklus konsumtif tanpa mempertimbangkan konsekuensi finansial jangka panjang. Selain itu, perasaan frustrasi dan depresi bisa timbul ketika keinginan mereka tidak dapat dipenuhi, baik karena keterbatasan ekonomi atau karena kesulitan dalam mendapatkan barang yang diinginkan. Dampak psikologis ini menunjukkan bahwa meskipun konsumerisme bisa memberikan kebahagiaan sementara, efek jangka panjangnya sering kali berujung pada perasaan kekosongan dan ketidakpuasan.

Keterikatan dengan gengsi dan upaya untuk mengikuti gaya hidup orang lain juga menjadi bagian dari dampak buruk konsumerisme. Remaja yang terobsesi dengan gaya hidup yang dianggap lebih keren sering kali rela mengeluarkan uang lebih banyak untuk membeli barang-barang tertentu, meskipun itu tidak sesuai dengan kebutuhan mereka. Fenomena konsumerisme yang kian mengakar dalam kehidupan remaja membuat banyak dari mereka terjebak dalam pola pikir yang keliru, yakni bahwa kebahagiaan, penerimaan sosial, dan identitas diri hanya dapat dicapai melalui kepemilikan barang-barang material. Pandangan ini diperkuat oleh media sosial dan iklan komersial, yang secara terus-menerus mengasosiasikan keberhasilan dan popularitas dengan gaya hidup mewah dan konsumsi berlebihan. Akibatnya, banyak remaja yang mengabaikan pertimbangan keuangan yang bijak dan rasional. Mereka cenderung lebih mengikuti dorongan sesaat untuk membeli barang-barang konsumtif demi pencitraan

sosial, dibandingkan mempertimbangkan nilai guna atau urgensi kebutuhan tersebut.

Perilaku ini berisiko menimbulkan kebiasaan belanja impulsif dan penggunaan sumber daya finansial yang tidak sesuai dengan kemampuan mereka. Dalam jangka panjang, hal ini dapat mengganggu kestabilan ekonomi pribadi remaja, mengakibatkan ketergantungan terhadap utang, serta menurunkan literasi keuangan mereka. Lebih dari itu, pola konsumsi semacam ini berpotensi menimbulkan kecemasan sosial, karena remaja merasa harus terus memenuhi standar gaya hidup tertentu demi diterima dalam lingkungannya. Oleh karena itu, pemahaman kritis terhadap nilai-nilai konsumerisme perlu ditanamkan sejak dini agar remaja mampu mengelola konsumsi secara sehat dan bertanggung jawab.

2. Hubungan antara materialisme dan kepuasan hidup

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat hubungan negatif antara materialisme dan kepuasan hidup pada remaja. Semakin tinggi tingkat materialisme, semakin rendah tingkat kepuasan hidup yang dirasakan. Materialisme memengaruhi perilaku dan pola pikir remaja dengan membuat mereka lebih fokus pada kepemilikan barang materi sebagai sumber kebahagiaan utama. Hal ini mendorong perilaku konsumtif, di mana remaja merasa perlu terus membeli barang-barang baru untuk mengikuti tren terbaru agar merasa puas. Namun, kepuasan yang diperoleh bersifat sementara dan seringkali digantikan oleh keinginan untuk membeli barang lainnya, menciptakan siklus ketidakpuasan yang berkelanjutan. Materialisme pada remaja dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik eksternal maupun internal.

Media sosial memainkan peran besar dengan mempromosikan gaya hidup konsumtif dan menciptakan standar yang tidak realistis. Pola asuh dalam keluarga juga berpengaruh, di mana



orang tua yang terlalu menekankan pentingnya materi dapat menanamkan nilai serupa pada anak-anak mereka. Tekanan teman sebaya juga menjadi faktor signifikan, mendorong remaja untuk memiliki barang tertentu agar diterima dalam kelompok sosial. Selain itu, faktor internal seperti rendahnya harga diri dapat membuat remaja mencari validasi melalui kepemilikan materi, menganggapnya sebagai cara untuk meningkatkan kepercayaan diri.

Dampak negatif materialisme sangat nyata, terutama dalam menurunkan kepuasan hidup dan kebahagiaan. Remaja yang terlalu fokus pada materi cenderung mengabaikan hubungan interpersonal dan pengembangan diri, yang sebenarnya lebih penting untuk kebahagiaan jangka panjang. Hal ini dapat meningkatkan stres bahkan depresi, terutama ketika mereka merasa tidak mampu memenuhi tuntutan sosial untuk memiliki barang-barang tertentu. Perilaku konsumtif juga berpotensi menyebabkan masalah keuangan dan mengganggu motivasi belajar, karena perhatian remaja lebih teralihkan pada keinginan material daripada pencapaian akademik atau pribadi. Selain itu, materialisme dapat memperburuk hubungan sosial, karena remaja menjadi lebih individualistik dan kurang peduli terhadap lingkungan sekitar. Namun, materialisme juga memiliki dampak positif jika berada dalam tingkat yang wajar.

Dalam beberapa kasus, keinginan untuk memiliki barang tertentu dapat memotivasi remaja untuk bekerja keras dan berprestasi guna meningkatkan status ekonomi mereka. Materialisme juga dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan daya beli. Namun, dampak positif ini hanya dapat dirasakan jika materialisme tidak berlebihan dan tidak mengorbankan aspek-aspek penting dalam kehidupan, seperti hubungan sosial, kesehatan mental, dan pengembangan diri. Secara keseluruhan,

materialisme memiliki pengaruh yang kompleks terhadap kehidupan remaja.

Di satu sisi, ia dapat memicu perilaku konsumtif dan mengurangi kepuasan hidup; di sisi lain, dalam kadar yang seimbang, ia dapat menjadi pendorong untuk mencapai tujuan tertentu. Kunci utamanya adalah menciptakan kesadaran akan pentingnya keseimbangan antara keinginan material dan nilai-nilai non-material, seperti hubungan sosial, pencapaian pribadi, dan rasa syukur, agar remaja dapat mencapai kebahagiaan yang lebih autentik dan berkelanjutan.

3. Konsumsi keberlanjutan dikalangan remaja

Berdasarkan hasil wawancara, terlihat bahwa konsumsi berkelanjutan masih menjadi konsep yang belum sepenuhnya dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari. Mayoritas responden mengakui bahwa gaya hidup konsumtif yang dipengaruhi media sosial dan tekanan teman sebaya masih mendominasi pola konsumsi mereka. Media sosial dengan iklan yang menarik dan durasi singkat membuat mereka mudah tergoda untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan.

Fenomena FOMO (Fear of Missing Out) juga disebutkan sebagai pendorong utama perilaku konsumsi tidak berkelanjutan, dimana remaja merasa harus mengikuti tren terbaru agar tidak ketinggalan zaman atau dianggap ketinggalan oleh teman-temannya. Namun, terdapat kesadaran yang mulai tumbuh di kalangan remaja mengenai pentingnya konsumsi berkelanjutan. Beberapa narasumber menyatakan dukungan mereka terhadap gerakan ini, dengan alasan bahwa pola konsumsi yang bijak dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Mereka menyadari bahwa membeli barang hanya karena tren tanpa mempertimbangkan



kebutuhan sebenarnya merupakan pemborosan sumber daya, bahkan secara eksplisit menyebutkan manfaat thrift shopping dan memilih produk ramah lingkungan sebagai bentuk partisipasi dalam konsumsi berkelanjutan. Tantangan utama dalam menerapkan konsumsi berkelanjutan di kalangan remaja terletak pada kuatnya pengaruh budaya materialistik.

Remaja seringkali mengukur status sosial melalui kepemilikan barang-barang tertentu, terutama yang sedang tren di media sosial. Hal ini menciptakan siklus konsumsi yang tidak sehat, dimana kepuasan hanya bersifat sementara dan segera digantikan oleh keinginan untuk memiliki barang baru. Beberapa responden juga mengakui pernah merasa tertekan untuk membeli barang tertentu agar diterima dalam kelompok sosialnya.

Di sisi lain, wawancara ini juga mengungkap beberapa strategi yang digunakan remaja untuk menyeimbangkan keinginan mengikuti tren dengan kesadaran berkelanjutan. Narasumber kami menyebutkan pentingnya menyaring tren yang sesuai dengan kepribadian dan kebutuhan pribadi. Mereka tidak sepenuhnya menolak tren, tetapi lebih selektif dalam memilih mana yang benar-benar dibutuhkan. Pendekatan ini menunjukkan potensi untuk mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam pola konsumsi remaja tanpa harus mengorbankan identitas diri. Media sosial sebagai faktor dominan dalam pembentukan pola konsumsi remaja ternyata memiliki peran ganda. Jika di satu sisi menjadi penyebab perilaku konsumtif, di sisi lain bisa dimanfaatkan sebagai sarana edukasi tentang konsumsi berkelanjutan.

Beberapa narasumber juga menyadari bahwa platform digital bisa digunakan untuk mengakses informasi tentang produk ramah lingkungan atau tutorial daur ulang. Namun, efektivitasnya masih terbatas karena konten-

konten promosi produk yang lebih menarik dan agresif masih mendominasi. Dalam konteks hubungan sosial, perilaku konsumtif berlebihan ternyata dapat menimbulkan dampak negatif. Fokus berlebihan pada materi bisa membuat hubungan menjadi kurang tulus dan menimbulkan kecemburuan sosial. Di sisi lain, ketika remaja mulai menerapkan prinsip keberlanjutan, hal ini justru bisa memperkuat hubungan interpersonal berdasarkan nilai-nilai yang lebih substansial.

Upaya untuk mendorong pola konsumsi yang berkelanjutan di kalangan remaja harus dilakukan melalui pendekatan yang menyeluruh dan melibatkan berbagai aspek kehidupan mereka. Pendidikan, baik di lingkungan sekolah maupun luar sekolah, perlu memberikan penekanan yang lebih besar terhadap pentingnya kesadaran akan dampak lingkungan serta pentingnya sikap konsumsi yang bijaksana. Materi pembelajaran dapat diarahkan untuk membentuk pemahaman kritis mengenai perbedaan antara kebutuhan dan keinginan, serta dampak jangka panjang dari perilaku konsumtif. Selain itu, keluarga memiliki peran sentral dalam membentuk pola pikir remaja, terutama dalam menanamkan nilai kesederhanaan, pengendalian diri, dan prioritas kebutuhan.

Dari sisi regulasi, pemerintah perlu mengatur dengan lebih ketat iklan-iklan produk yang menyasar remaja, agar mereka tidak terus-menerus terpapar oleh pesan-pesan konsumtif yang menyesatkan. Menariknya, hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian remaja mulai melihat gaya hidup berkelanjutan sebagai bagian dari identitas diri yang modern dan positif. Dengan pendekatan yang tepat, kesadaran terhadap konsumsi yang ramah lingkungan bisa dikemas menjadi tren baru yang tidak kalah menarik dari gaya hidup materialistik. Maka, mendorong konsumsi bijak bukan hanya tentang membatasi, tetapi juga



membuka ruang bagi remaja untuk membangun jati diri yang kuat dan bertanggung jawab.

4. Perspektif Teori Konflik Karl Marx terhadap fenomena Konsumerisme dan Budaya Materialistik terhadap Identitas dan Kesejahteraan Remaja

Dalam perspektif Karl Marx, masyarakat terbagi ke dalam dua kelas utama: kelas borjuis (pemilik alat produksi) dan kelas proletar (pekerja). Teori konflik Marx menyoroti adanya pertentangan kepentingan antara kedua kelas ini, di mana kelas borjuis memanfaatkan kekuasaannya untuk mempertahankan dominasi ekonomi, sosial, dan budaya. Dalam konteks konsumerisme remaja, fenomena ini dapat dibaca sebagai bentuk *hegemoni budaya* yang dikendalikan oleh kelas kapitalis melalui media, industri mode, dan teknologi digital. Konsumerisme yang merajalela di kalangan remaja tidak dapat dilepaskan dari sistem kapitalisme yang bertumpu pada produksi dan konsumsi massal. Media sosial dan iklan yang mayoritas dikuasai oleh kepentingan kapitalis berperan sebagai alat ideologis untuk menanamkan nilai-nilai materialistik sejak dini.

Dalam hal ini, remaja dijadikan sebagai target pasar yang sangat potensial karena sedang dalam tahap pembentukan identitas, sehingga mudah diarahkan untuk mengasosiasikan kebahagiaan, status sosial, dan eksistensi diri melalui konsumsi barang-barang tertentu. Dengan kata lain, kesadaran remaja telah direkayasa sedemikian rupa oleh struktur kapitalis agar mereka menjadi konsumen yang loyal. Menurut Marx, kondisi ini mencerminkan bentuk *alienasi*, di mana individu terpisah dari esensi kemanusiaannya akibat eksploitasi sistem kapitalis. Remaja yang terdorong membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan, tetapi demi pengakuan sosial atau agar tidak tertinggal tren, sesungguhnya telah teralienasi dari identitas asli mereka. Mereka bukan lagi menjadi subjek aktif yang memilih

secara sadar, melainkan menjadi objek dari kepentingan pasar. Penggunaan media sosial untuk memamerkan barang konsumsi hanya memperdalam ilusi bahwa nilai diri ditentukan oleh apa yang dimiliki, bukan oleh siapa mereka sebenarnya. Selain itu, tekanan sosial yang dirasakan remaja akibat standar konsumsi yang tinggi juga mencerminkan ketimpangan sosial yang menjadi perhatian utama Marx. Tidak semua remaja memiliki kemampuan ekonomi yang sama untuk mengakses produk-produk "trendy", sehingga mereka yang berasal dari kelas ekonomi menengah ke bawah akan mengalami tekanan psikologis, kecemburuan sosial, hingga depresi. Dalam hal ini, sistem kapitalisme tidak hanya memperlebar jurang antara kelas, tetapi juga menciptakan ketimpangan dalam hal harga diri dan relasi sosial.

Kesimpulan

Konsumerisme telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan remaja di era modern, terutama dengan berkembangnya media sosial dan strategi pemasaran digital yang semakin agresif. Studi ini menunjukkan bahwa budaya materialistik yang melekat pada pola konsumsi remaja tidak hanya membentuk identitas mereka, tetapi juga berpengaruh pada kesejahteraan psikologis. Remaja yang terlalu berorientasi pada kepemilikan barang sebagai simbol status sosial cenderung mengalami tekanan sosial, kecemasan, dan ketidakpuasan hidup yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan oleh dorongan untuk selalu mengikuti tren dan memperoleh validasi dari lingkungan sekitar, yang pada akhirnya dapat mengarah pada perasaan keterasingan atau alienasi dari identitas diri yang sejati.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa faktor eksternal seperti media sosial, tekanan teman sebaya, dan pola asuh keluarga memiliki peran besar dalam membentuk pola pikir materialistik pada



remaja. Remaja yang terpapar secara terus-menerus dengan gaya hidup konsumtif melalui media sosial lebih rentan terhadap siklus konsumsi impulsif yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan nyata. Tekanan sosial untuk memiliki barang tertentu agar diterima dalam kelompok juga memperkuat kecenderungan konsumtif ini, sehingga mereka lebih menilai diri berdasarkan kepemilikan materi daripada pencapaian personal atau kualitas hubungan sosial yang dimiliki.

Namun, di tengah dominasi budaya materialistik, muncul kesadaran akan pentingnya konsumsi berkelanjutan. Beberapa remaja mulai menunjukkan sikap lebih selektif dalam berbelanja, mempertimbangkan aspek keberlanjutan, serta mengadopsi pola konsumsi yang lebih bijaksana. Kesadaran ini menandakan adanya potensi perubahan pola konsumsi yang lebih sehat dan bertanggung jawab jika didukung oleh edukasi yang tepat, baik dari keluarga, sekolah, maupun kebijakan publik.

Oleh karena itu, diperlukan upaya kolektif untuk menyeimbangkan antara konsumsi dan kesejahteraan remaja. Pendidikan tentang konsumsi yang bijak, penguatan nilai-nilai non-material dalam keluarga, serta kebijakan yang lebih ketat dalam regulasi iklan dapat menjadi langkah strategis untuk mengurangi dampak negatif konsumerisme. Dengan pendekatan yang tepat, remaja dapat dibantu untuk membangun identitas yang lebih autentik dan mencapai kesejahteraan psikologis yang lebih baik, tanpa harus bergantung pada validasi dari kepemilikan materi.

Daftar Pustaka

Abyandary, T. T. (2023). Pengaruh Intensitas Menonton Youtube Terhadap Perilaku Konsumerisme Audiens. *Tuturlogi: Journal of*

Southeast Asian Communication, 2(3), 193-206.

Alam, T. P., & Hasmira, M. H. (2021). Perilaku Konsumerisme Remaja Penggemar Olahraga Surfing di Pantai Air Manis Kota Padang. *Jurnal Perspektif*, 4(3), 307-319.

Christianti, Y. D., Amir, V., & Suhasto, R. I. N. (2021). Paradoks Konsumerisme “Manusia Akuntansi” Studi Fenomenologi Transendental Perilaku Konsumsi di Era Industri 4.0 Dalam Pandangan Islam. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 462259.

Cindrakasih, R. (2021). Dinamika globalisasi budaya Korea di Indonesia dan pola konsumsi remaja “Korean Wave” di media sosial Instagram. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 2(1), 17-28.

Fitriah, N. L., Islam, M. H., & Diharjo, R. F. (2023). Dampak Korean Wave Terhadap Perilaku Konsumerisme Merchandise K-Pop Dikalangan Mahasiswa Probolinggo. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 5(2), 4427-4434.

Haliza, S. N., & Habib, M. A. F. (2022). Analisis Perilaku Konsumerisme Masyarakat Pada Diskon Belanja Online Pengguna E-Commerce Shopee. *Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial*, 8(2), 85-101.

Hidayah Nur, H. (2016). Krisis Identitas Diri Pada Remaja “Identity Crisis of Adolescences.” *Sulesana Volume*, 10, 49–62.

Insani, I. M. I. I. M., Iqbal, M., & Rakhman, M. A. (2024). Dampak Budaya Korean Pop Dalam Perilaku Konsumerisme di Kalangan



- Penggemar K-Pop UKM Hallyu-Up Edutainment. *The Indonesian Journal of Social Studies*, 7(1), 143-157.
- Jafar, M. K., Anggrainy, N. E., Suhardin, I., & Tohai, R. N. (2023). Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Remaja di Manado. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 3(2), 96-105.
- MA Pahmi, AFM Ayob, & G Suprayitno. (2022). Review: Dampak Disrupsi ICT dan Covid 19 terhadap Perubahan Perilaku Konsumen dan Digital E-Commerce di Indonesia. *JENIUS: Jurnal Terapan Teknik Industri*, 3(1), 22-32. <https://doi.org/10.37373/jenius.v3i1.234>
- Mambela, I. J. (2019). “ Pengaruh Perkembangan Zaman Modern Yang Memunculkan Perilaku Abstrak : Pendahuluan : Pembahasan : Zaman Modern. *Pengaruh Perkembangan Zaman Modern Yang Memunculkan Perilaku Gaya Hidup Konsumerisme, Di Kalangan Mahasiswa Teologi Zaman Ini*, 4.
- Munajah, M., Agniawati, N. G., & Sari, S. I. (2023). Globalisasi dan Alienasi: Dampak Media Sosial Terhadap Keterasingan Manusia. *Integritas Terbuka: Peace and Interfaith Studies*, 2(1), 35-46. <https://doi.org/10.59029/int.v2i1.8>
- Nazarudin, H., & Widiastuti, T. (2022). Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri Kota Kupang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 24(1), 29-35.
- Nistrina, D., Widodo, I. A., Larassari, I. B., & Rahmaji, F. (2020). Dampak konsumerisme budaya Korea (Kpop) di kalangan mahasiswa fakultas ilmu sosial universitas negeri Malang. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1), 78-88.
- Rahayu, I. I., & Setiawati, F. A. (2019). Pengaruh Rasa Syukur Dan Memaafkan Terhadap Kesejahteraan Psikologis Pada Remaja. *Jurnal Ecopsy*, 6(1), 50-57. <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v6i1.5700>
- Ramadhan, M. W. N. (2023). Perilaku konsumerisme di kalangan mahasiswa Universitas Bhayangkara melalui media online shop (Shopee). *Prosiding Konferensi Nasional Sosial dan Politik (KONASPOL)*, 1, 453-466.
- Satriya, R. B., Andini, M. M., & Wulansari, Y. D. (2023). Gaya Hidup Mahasiswi Prodi Sosiologi Universitas Jember Dalam Perilaku Konsumerisme. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(12), 5713-5718.

