



## Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 4 No. 2 Tahun 2025: 2702-2708

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



### Dampak Sosial Media terhadap Gaya Hidup dan Keuangan Generasi Z

<sup>1</sup>Elvina Novalia Khasanah\*, <sup>2</sup>Ari Ardiansyah

<sup>1,2</sup> Universitas Pamulang

\* Corresponding author: [elvina363@gmail.com](mailto:elvina363@gmail.com)

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima 19 Mei 2025 Disetujui 23 Mei 2025 Diterbitkan 1 Juni 2025</p> <p><b>Kata Kunci:</b> media sosial, gaya hidup, keuangan, generasi Z, literasi keuangan.</p>	<p>Perkembangan media sosial secara masif memberikan pengaruh signifikan terhadap pola perilaku dan gaya hidup Generasi Z, khususnya mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak media sosial terhadap gaya hidup dan pengelolaan keuangan mahasiswa Universitas Pamulang. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif melalui survei kuesioner terhadap 40 mahasiswa aktif yang termasuk dalam Generasi Z. Instrumen penelitian telah diuji validitas dan reliabilitasnya dengan hasil yang sangat valid dan reliabel. Data dianalisis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan gaya hidup konsumtif mahasiswa, yang pada akhirnya berdampak pada kondisi keuangan mereka. Paparan konten konsumtif di media sosial mendorong mahasiswa untuk mengikuti tren tanpa mempertimbangkan kondisi finansial. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan literasi keuangan digital agar mahasiswa lebih bijak dalam mengelola keuangan di era digital.</p>
<p><b>Keywords:</b> social media, lifestyle, finance, Generation Z, financial literacy.</p>	<p><b>ABSTRACT</b></p> <p><i>The rapid growth of social media has significantly influenced the behavior and lifestyle of Generation Z, particularly university students. This study aims to analyze the impact of social media on the lifestyle and financial management of students at Universitas Pamulang. The research employed a quantitative method through questionnaire surveys distributed to 40 active Generation Z students. The research instruments were tested for validity and reliability, yielding very valid and reliable results. Data were analyzed using multiple regression analysis with SPSS version 27. The findings indicate a significant influence of social media usage intensity on students' consumerist lifestyles, which in turn affects their financial stability. Exposure to consumer-oriented content on</i></p>

---

*social media encourages students to follow trends without considering their financial capacity. Therefore, enhancing digital financial literacy is essential to help students make wiser financial decisions in the digital era.*

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak besar terhadap perilaku sosial dan ekonomi masyarakat, khususnya Generasi Z. Generasi ini tumbuh bersama perangkat digital dan media sosial yang secara langsung memengaruhi cara mereka berinteraksi, berpikir, bahkan mengambil keputusan, termasuk dalam aspek gaya hidup dan pengelolaan keuangan. Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga arena untuk membangun identitas diri, mengikuti tren, dan membandingkan gaya hidup dengan orang lain, yang secara tidak langsung dapat memicu perilaku konsumtif.

Penelitian terdahulu telah banyak membahas hubungan antara media sosial dan perilaku konsumtif. Misalnya, sejumlah studi menunjukkan bahwa paparan terhadap konten yang menampilkan gaya hidup mewah dapat memengaruhi keputusan pembelian impulsif (Rahmawati, 2021; Putri, 2022). Ada pula studi yang fokus pada dampak media sosial terhadap pengelolaan keuangan pribadi di kalangan remaja, namun cenderung masih bersifat umum dan belum menyentuh konteks lokal tertentu. Beberapa peneliti fokus pada korelasi antara intensitas penggunaan media sosial dengan pembentukan citra diri digital, sementara yang lain membatasi analisis hanya pada aspek ekonomi tanpa mengaitkannya secara langsung dengan gaya hidup. Belum banyak penelitian yang secara spesifik membahas dampak media sosial terhadap gaya hidup sekaligus kondisi keuangan Generasi Z di lingkungan mahasiswa, khususnya dalam konteks kampus di Indonesia.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada mahasiswa Universitas Pamulang sebagai representasi Generasi Z yang rentan terdampak media sosial dalam kehidupan sehari-harinya. Penelitian ini memiliki kebaruan dalam mengkaji keterkaitan antara media sosial, gaya hidup konsumtif, dan pengelolaan keuangan secara bersamaan, dalam satu kerangka analisis yang utuh. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana media sosial memengaruhi gaya hidup dan pengelolaan keuangan mahasiswa Generasi Z, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan literasi keuangan digital di kalangan mahasiswa.

## KAJIAN LITERATUR

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel utama yang dikaji, yaitu media sosial (sebagai variabel independen), gaya hidup (sebagai variabel mediasi), dan kondisi keuangan (sebagai variabel dependen). Ketiganya dianalisis melalui pendekatan teoritis yang terstruktur, mulai dari grand theory hingga applied theory.

*Grand theory* yang mendasari penelitian ini adalah *Teori Perilaku Konsumen*, sebagaimana dikemukakan oleh Schiffman dan Kanuk (2008), yang menyatakan bahwa perilaku konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan rasional, tetapi juga oleh faktor psikologis, sosial, dan budaya. Media sosial sebagai bagian dari budaya digital memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi individu terhadap nilai suatu produk dan gaya hidup tertentu.

*Middle theory* yang digunakan adalah *Teori Interaksi Simbolik* dari George Herbert Mead dan Herbert Blumer, yang menekankan bahwa individu membentuk makna melalui interaksi sosial. Dalam konteks media sosial, individu membentuk identitas dan gaya hidup berdasarkan simbol-simbol sosial yang tersebar luas di dunia maya, seperti foto, video, atau status yang mencerminkan "gaya hidup ideal". Konten

dari influencer dan peer group menciptakan norma digital yang memengaruhi cara berpikir dan bertindak audiens, termasuk dalam pengambilan keputusan konsumsi.

*Applied theory* yang digunakan adalah *Teori Literasi Keuangan* dari Huston (2010), yang mendefinisikan literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan berbagai konsep keuangan dalam pengambilan keputusan sehari-hari. Individu dengan literasi keuangan yang rendah cenderung tidak mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga rentan terhadap perilaku konsumtif, terutama saat terpapar oleh media sosial yang menampilkan gaya hidup konsumtif sebagai sesuatu yang lumrah dan patut ditiru.

Hubungan antar variabel dalam penelitian ini ditunjukkan melalui pengaruh langsung media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa Generasi Z, yang selanjutnya berdampak pada pengelolaan keuangan mereka. Semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial dan paparan terhadap konten konsumtif, semakin besar kecenderungan seseorang untuk mengikuti gaya hidup konsumtif, yang berdampak pada ketidakseimbangan keuangan pribadi.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Penelitian dilakukan pada bulan Maret hingga April 2025, dengan lokasi di lingkungan Universitas Pamulang. Target dari penelitian ini adalah mahasiswa aktif di regular sabtu (CS) pada Universitas Pamulang yang tergolong dalam Generasi Z, yaitu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Subjek penelitian dipilih secara acak dari berbagai program studi untuk mendapatkan variasi responden yang lebih representatif.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel media sosial, gaya hidup, dan literasi keuangan. Kuesioner tersebut menggunakan skala Likert dengan lima tingkatan (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju). Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form, yang disebarakan melalui grup WhatsApp. Sebelum disebarakan secara luas, kuesioner telah melalui uji validitas dan reliabilitas terhadap 40 responden awal.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik statistik deskriptif untuk melihat profil responden, serta analisis regresi berganda untuk melihat pengaruh signifikan media sosial terhadap gaya hidup dan keuangan mahasiswa. Analisis dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Jenis Kelamin**

Identitas responden berikut ini disajikan pada tabel frekuensi berdasarkan jenis kelamin responden seperti di table 1. Berdasarkan tabel 1, maka dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini responden berjenis kelamin Perempuan sebanyak 35 orang (87,5%). Sedangkan responden Laki-laki sebanyak 5 orang (12,5%). Hasil ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Perempuan lebih banyak dari laki-laki Dimana hal ini sesuai mahasiswa fakultas Manajemen di Universitas Pamulang didominasi oleh mahasiswa berjenis kelamin Perempuan.

**Tabel 1.** Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Kumulatif Persentase
Valid	Perempuan	35	87,5	87,5	87,5
	Laki-laki	5	12,5	12,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah dengan SPSS 27 (2025)

### Usia Responden

Identitas responden berikut ini disajikan pada tabel frekuensi berdasarkan usia responden sebagai berikut:

**Tabel 2.** Responden Berdasarkan Usia Responden

	Usia	Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Kumulatif Persentase
Valid	18 - 20 tahun	22	55,0	55,0	55,0
	21 - 24 tahun	14	35,0	35,0	90,0
	25 - 27 tahun	3	7,5	7,5	97,5
	>27 tahun	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah dengan SPSS 27 (2025)

Berdasarkan usia responden pada tabel 2 tersebut menunjukkan bahwa responden berusia antara 18 - 20 tahun sebanyak 22 orang (55%), responden yang berusia antara 21 - 24 tahun sebanyak 14 orang (35,5%), responden yang berusia antara 25 - 27 tahun sebanyak 3 orang (7,5%), responden yang berusia >27 tahun sebanyak 1 orang (2,5%). Berdasarkan hasil tersebut mayoritas mahasiswa berusia 18 - 20 tahun atau sebesar 55%.

### Perkerjaan Responden

Identitas responden berikut ini disajikan pada tabel frekuensi berdasarkan pekerjaan responden. Berdasarkan tabel 3, diketahui responden yang berkerja paruh waktu (*part-time*) sebanyak 12 orang (30%), responden yang berkerja penuh waktu (*full-time*) sebanyak 26 orang (65%), dan responden yang tidak memiliki pekerjaan atau pengangguran (*jobless*) sebanyak 2 orang (5%). Dari data tersebut terlihat bahwa mahasiswa regular CS univeristasi mayoritas memiliki pekerjaan penuh waktu (*full-time*) sebanyak 65%, hal ini disebabkan karena regular CS diperuntukan untuk mahasiswa yang berkerja sambil kuliah.

**Tabel 3.** Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden

	Lama Bekerja	Frekuensi	Persentase	Valid Persentase	Kumulatif Persentase
Valid	Paruh Waktu ( <i>Part-time</i> )	12	30,0	30,0	30,0
	Pekerja Penuh ( <i>Full-time</i> )	26	65,0	65,0	95,5
	Pengangguran ( <i>Jobless</i> )	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Sumber: Data di olah dengan SPSS 27 (2025)

### Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:267) “validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Uji validitas digunakan untuk menguji pertanyaan maupun pernyataan pada kuesioner yang disebar apakah valid atau tidak. Caranya dengan membandingkan antara rhitung dengan rtabel dengan tingkat kesalahan (signifikan) 5%. Sedangkan nilai rtabel dalam penelitian ini dengan signifikasi 0,05, jumlah Sampel  $n = 40$  dan jumlah variabel bebas = 2 maka untuk mengetahui nilai rtabel dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Degree of freedom} = n - 2$$

$$\text{Degree of freedom} = 40 - 2 = 38$$

Jadi nilai Rtabel adalah = 0,312 (terlampir uji r)

- Bila nilai Rhitung > Rtabel (0,312) maka item pertanyaan valid
- Bila nilai Rhitung < Rtabel (0,312) maka item pertanyaan tidak valid.

Pengujian validitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan alat bantu komputer program SPSS ver.27 diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.** Uji Validitas Media Sosial pada Gaya Hidup

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keputusan
P1	0,819	0,312	Valid
P2	0,864	0,312	Valid
P3	0,926	0,312	Valid
P4	0,910	0,312	Valid
P5	0,899	0,312	Valid
P6	0,927	0,312	Valid
P7	0,957	0,312	Valid
P8	0,944	0,312	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 27 (2025)

**Tabel 5.** Uji Validitas Media Sosial pada Keuangan

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keputusan
P1	0,797	0,312	Valid
P2	0,886	0,312	Valid
P3	0,885	0,312	Valid
P4	0,827	0,312	Valid
P5	0,651	0,312	Valid
P6	0,611	0,312	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 27 (2025)

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut dapat diketahui bahwa nilai Rhitung > Rtabel 0,312, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam *indicator* variable gaya hidup dan variable keuangan adalah valid. Sehingga tidak ada item pernyataan yang dihapus dan semua item pernyataan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

### Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:460), reliabilitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu variabel yang mengukur suatu konsep untuk mengakses dari suatu pengukuran. Suatu variabel penelitian dikatakan reliabel apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

**Tabel 6.** Kriteria Penilaian Tingkat Reliabilitas

Interval	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Sangat Tidak Reliabel
0,20 – 0,40	Tidak Reliabel
0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Arikunto (2016:89)

Berikut ini adalah hasil pengujian reliabilitas variable gaya hidup dan keuangan yang dapat dilihat pada tabel 7 :

**Tabel 7.** Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup dan Keuangan

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keputusan
1	Gaya Hidup	0,969	Sangat Reliabel
2	Keuangan	0,872	Sangat Reliabel

Sumber: Hasil data diolah dengan SPSS 27 (2025)

Berdasarkan tabel 1.6. tersebut dapat ketahu bahwa variable gaya hidup memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,80 dan variable keuangan memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,80 . Dengan demikian maka hasil uji reliabilitas terhadap variable gaya hidup dan keuangan adalah sangat

reliabel, sehingga semua butiran pertanyaan dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penilitan selanjutnya.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial memberikan pengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif dan pengelolaan keuangan mahasiswa Generasi Z di Universitas Pamulang. Semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin besar kecenderungan mahasiswa dalam mengikuti gaya hidup konsumtif yang berdampak negatif terhadap kestabilan keuangan pribadi. Temuan ini memperkuat pentingnya literasi keuangan digital dalam membentuk pola pikir mahasiswa agar lebih rasional dalam pengambilan keputusan finansial, khususnya saat terpapar tren digital. Ke depan, perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan cakupan responden yang lebih luas dan mempertimbangkan variabel tambahan seperti pengaruh influencer atau iklan digital untuk memperkaya pemahaman mengenai dinamika perilaku konsumtif di era media sosial.

## REFERENSI

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Putri, A. N. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 10(1), 45-52.
- Rahmawati, D. (2021). Gaya Hidup dan Keuangan Generasi Milenial dalam Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(2), 78-88.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer Behavior* (10th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta