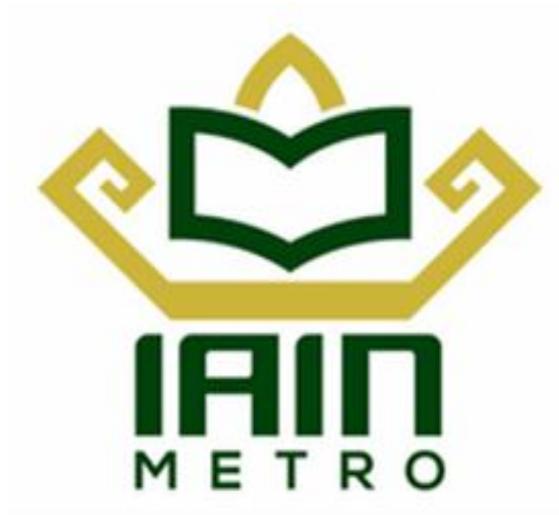


SKRIPSI

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP
MAHASISWA IAIN METRO**

**Oleh:
DEWI OKTAVIANI
NPM. 14118004**



**Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1440 H/ 2019 M**

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA IAIN METRO

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:
DEWI OKTAVIANI
NPM. 14118004

Pembimbing I : Drs. Dri Santoso, M.H.
Pembimbing II : Suci Hayati, M.S.I.

Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1439 H/ 2018 M

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA
HIDUP MAHASISWA IAIN METRO**

Nama : Dewi Oktaviani

NPM : 14118004

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

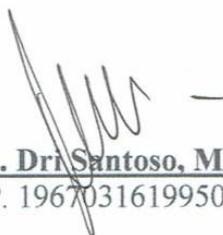
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)

MENYETUJUI

Sudah dapat kami setuju untuk dimunaqosyahkan dalam sidang
Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Pembimbing I

Metro, 14 Januari 2019
Pembimbing II


Drs. Dri Santoso, MH
NIP. 196703161995031001


Suci Havati, M.S.I
NIP. 197703092003122003

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Skripsi untuk dimunaqosyahkan

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi saudara:

Nama : Dewi Oktaviani
NPM : 14118004
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Judul : **PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA
HIDUP MAHASISWA IAIN METRO**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

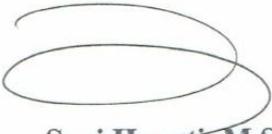
Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

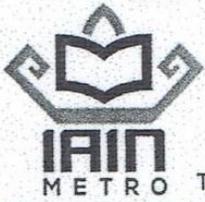
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I


Drs. Dri Santoso, MH
NIP. 196703161995031001

Metro, 14 Januari 2019
Pembimbing II


Suci Hayati, M.S.I
NIP. 197703092003122003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: 0297/In.28.3/D/PP.00.9/01/2019.....

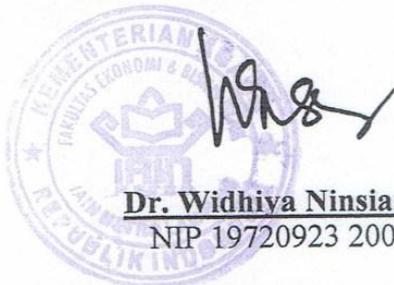
Skripsi dengan judul: PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA IAIN METRO, disusun oleh: Dewi Oktaviani, NPM 14118004, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Rabu, 16 Januari 2019.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Drs. Dri Santoso, M.H.
Penguji I : Liberty, SE, MA
Penguji II : Suci Hayati, S.Ag, MSI.
Sekertaris : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA IAIN METRO

Oleh:

DEWI OKTAVIANI

Media sosial adalah media yang memungkinkan penggunanya untuk saling melakukan aktivitas sosial secara virtual melalui jaringan internet. Penggunaan media sosial lebih banyak digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri yang berlebihan yang mempengaruhi cara pandang, gaya hidup, serta budaya suatu bangsa. Media sosial bagi para mahasiswa IAIN Metro merupakan hal yang penting tidak hanya sebagai tempat memperoleh informasi yang menarik tetapi juga sudah menjadi *lifestyle* atau gaya hidup.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN Metro. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data yang peneliti gunakan adalah sumber data primer, dan sumber data sekunder. Sumber data primer diperoleh dari Mahasiswa IAIN Metro. Sumber data sekunder diperoleh dari buku-buku, internet dan kepustakaan lainnya. Metode pengumpulan data, peneliti menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode analisis data peneliti adalah reduksi data, menyajikan data, dan menyimpulkan data dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa IAIN Metro menggunakan media sosial seperti *instagram*, *whatsapp* dan *facebook*. Media sosial tersebut sudah menjadi *lifestyle* atau gaya hidup bagi mahasiswa IAIN Metro. Pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN Metro memiliki dampak positif dan negatif. Dilihat dari aspeknya perilaku mahasiswa IAIN Metro termasuk ke dalam pembelian impulsif karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba/ keinginan sesaat. Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, bersikap tidak kikir dan juga tidak boros.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dewi Oktaviani
NPM : 14118004
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil dari penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 11 Januari 2019

Yang Menyatakan,



Dewi Oktaviani
NPM. 14118004

MOTTO

يَأْتِيهَا النَّاسُ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ فَلَا تَغُرَّنَّكُمُ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا وَلَا يَغُرَّنَّكُم
بِاللَّهِ الْغُرُورُ

*"Maka janganlah sekali kali engkau membiarkan kehidupan dunia ini
memperdayakanmu."*

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan hidayah-Nya, maka akan saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Sugianto dan Ibu Sugiarti yang telah mendidik serta mendoakan demi keberhasilanku.
2. Adik kandungku tercinta, Gilang Ramadhan yang selalu mendoakan serta memberikan *support*.
3. Dosen pembimbing skripsiku Bapak Drs. Dri Santoso, MH dan Ibu Suci Hayati, S. Ag., M.S.I yang selalu memberikan bimbingan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Sahabat-sahabatku Apriyani, Eni Susanti, Asri Hernawati, Fitri Utami, dan Indah Setya Lestari yang selalu memberi semangat kepadaku dalam keadaan suka maupun duka.
5. Teman-temanku kelas B angkatan 2014 jurusan Ekonomi Syariah yang selalu memberikan semangat dan selalu membuat cerita bersama dalam menyelesaikan kuliah ini.
6. Almamater tercinta IAIN Metro yang menjadi tempat peneliti menuntut ilmu dan memperdalam ilmu Ekonomi Syairah.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Upaya penyelesaian Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Drs. Dri Santoso, MH selaku pembimbing satu dan Ibu Suci Hayati, S. Ag., M.S.I selaku pembimbing dua yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi.
4. Seluruh Dosen dan Staff karyawan IAIN Metro.
5. Almamater tercinta IAIN Metro dan teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2014 yang saya sayangi.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan pada akhirnya peneliti berharap hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah.

Metro, 11 Januari 2019

Peneliti,


Dewi Oktaviani
NPM. 14118004

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| HALAMAN NOTA DINAS..... | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN | v |
| HALAMAN ABSTRAK | vi |
| HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN..... | vii |
| HALAMAN MOTTO | viii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | ix |
| HALAMAN KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Penelitian Relevan..... | 8 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEOR..... | 11 |
| A. Media Sosial | 11 |
| 1. Pengertian Media Sosial..... | 10 |
| 2. Karakteristik Media Sosial | 13 |
| 3. Aplikasi - Aplikasi Media Sosial | 16 |
| 4. Manfaat Media Sosial | 22 |
| B. Gaya Hidup | 26 |

| | |
|---|-----------|
| 1. Pengertian Gaya Hidup | 26 |
| 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup | 28 |
| 3. Aspek Gaya Hidup Mahasiswa | 31 |
| C. Teori Konsumsi | 37 |
| 1. Pengertian Konsumsi | 37 |
| 2. Aspek Perilaku Konsumsi | 38 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 44 |
| A. Jenis dan Sifat Penelitian | 44 |
| B. Sumber Data | 45 |
| C. Teknik Pengumpulan Data | 47 |
| D. Teknik Analisa Data | 50 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 52 |
| A. Deskripsi Lokasi Penelitian..... | 52 |
| 1. Lokasi dan Sejarah IAIN Metro | 52 |
| 2. Visi dan Misi IAIN Metro..... | 55 |
| B. Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metro..... | 58 |
| BAB V PENUTUP | 69 |
| A. Kesimpulan | 69 |
| B. Saran..... | 70 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Internet merupakan produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Sebagai produk teknologi, maka internet dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Jika pada masa lalu masyarakat berinteraksi secara *face to face communication*, maka dewasa ini masyarakat berinteraksi di dunia maya atau melalui interaksi sosial online.¹

Teman-teman di jejaring sosial pun nampak lebih dekat dan nyata dibanding keberadaan tetangga kita sendiri. Orang-orang kemudian menjadi begitu terobsesi dengan dunia maya dan menarik diri dari lingkungan sosialnya. Hal inilah yang kemudian menimbulkan berbagai gangguan kepribadian seperti sikap menyendiri, anti-sosial cenderung tidak peka dengan kebutuhan orang sekitar, individualistis dan lain-lain.²

Pemanfaatan internet akhir-akhir ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Media internet tidak lagi hanya sekedar menjadi media komunikasi semata, tetapi juga sebagai bagian yang tak terpisahkan dari dunia bisnis, industri, pendidikan, dan pergaulan sosial. Khususnya pada media sosial yang pertumbuhannya sangat meningkat. Media sosial yang marak belakangan ini seperti *Facebook, Twitter, Instagram, Youtube*, dan

¹Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2016), h. 3.

²Kursiwi: "*Dampak Penggunaan Gadget Terhadap Interaksi Sosial Mahasiswa Semester V (Lima) Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri (UIN) Jakarta*" (Jakarta:UIN Jakarta, 2016)

Whatsapp adalah produk teknologi media baru yang kini sedang digemari banyak kalangan.

Penggunaan media sosial saat ini lebih banyak digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri yang berlebihan hingga terkadang tidak ada batas antara kehidupan nyata dan kehidupan di dunia maya. Media sosial kini bisa dimanfaatkan lebih jauh. Tidak hanya untuk memberi kabar tentang keberadaan saja, lebih dari itu media sosial kini sudah bisa digunakan sebagai sarana pengganti kehidupan kita di dunia maya. Seperti mengirim pesan, berkomentar terhadap pesan orang lain, menjalin pertemanan lebih banyak, mencari pasangan, berkirim foto, ruang untuk saling tukar pendapat dan lain sebagainya.

Akses terhadap media telah menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang, dikarenakan adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, dan akses pengetahuan dari belahan bumi yang berbeda. Kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan dunia dalam gengaman.³

Majunya teknologi dan arus informasi membuat masyarakat Indonesia lebih terbuka pada pengetahuan global. Tidak bisa dipungkiri lagi perkembangan media ikut juga berperan aktif dalam perubahan gaya hidup seseorang baik media elektronik, cetak maupun online. Dilihat dari era modern sekarang ini media sosial bukan hanya sekedar media komunikasi

³Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 2.

namun sudah menjadi bagian dari gaya hidup manusia khususnya golongan muda atau pelajar dan mahasiswa.

Dalam setiap kehidupan kita sudah mengenal apa yang namanya gaya hidup, gaya hidup adalah sesuatu yang selalu ada dan dipraktikkan oleh manusia disekelilingnya. Gaya hidup juga sudah menjadi panutan bagi orang-orang yang mengenalnya, karena dengan seperti itu akan nampak cara hidup yang mereka inginkan, sesuai kebutuhan mereka tanpa harus memikirkan orang lain, asiknya gaya hidup juga bisa dirasakan oleh beberapa mahasiswa yang masih melihat trend-trend gaya hidup sekarang ataupun masa depan, yang lebih dikenal dengan gaya hidup modern. Gaya hidup juga sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi.⁴

Gambaran gaya hidup mahasiswa yang diharapkan yakni mahasiswa merupakan sekelompok pemuda yang mengisi waktunya dengan belajar untuk menambah pengetahuan, ketrampilan, keahlian, serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan yang positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa. Dengan mengikuti berbagai aktivitas kampus, aktif di kelas, maupun dalam hal organisasi, dan lain sebagainya.

Berpikir secara rasional dengan perkembangan media sosial yang ada, tidak memilih serta merta akan kepuasan tapi kebutuhan. Tidak tergoda akan pengaruh yang berkembang diluar sana karena tetap fokus pada masa perkuliahannya. Maksudnya perilaku konsumtif tersebut membawa perubahan pada gaya hidup mahasiswa. Perilaku konsumtif mahasiswa yang

⁴Monanda, Rizka. "Pengaruh Media Sosial Instagram @Awkarin Terhadap Gaya Hidup Hedonis Di Kalangan Followers Remaja". JOM FISIP Vol.4 No.2 – Oktober 2017

mulai terbiasa lama kelamaan mulai menjadi kebiasaan yang menjadikan sebuah gaya hidup.⁵

Hal ini membawa mahasiswa ke dalam tindakan yang mementingkan penampilan luar mereka, harga diri mereka, serta bagaimana mengikuti perkembangan dilingkungan sekitar supaya setara, kebiasaan ini menjadikan mereka sulit untuk bersikap rasional yang pada mulanya mahasiswa diharapkan mampu bertindak rasional dalam menyikapi perkembangan yang ada. Menjadikan mahasiswa tidak lagi berorientasi pada masa depan, justru berorientasi pada gaya hidup yang mereka jalani pada masa sekarang.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, yang seharusnya kampus merupakan tempat mahasiswa memperoleh ilmu pengetahuan, bertukar pikiran, bersosialisasi sesama mahasiswa, dan lain sebagainya. Namun yang terlihat kampus dijadikan ajang pameran penampilan dan gaya hidup mereka. Sehingga ketika banyak mahasiswa menerapkan gaya hidup konsumtif, kehidupan kampus semakin tidak jelas.

Mahasiswa yang memiliki kemampuan dalam hal finansial menjadi mudah terpengaruh untuk memenuhi gaya hidup yang konsumtif tersebut. Mahasiswa akan dianggap mengikuti perkembangan zaman apabila telah membeli dan memakai barang-barang dengan merek terkenal, bukan lagi melalui prestasi. Sebagian mahasiswa lain yang berada dalam tingkat ekonomi menengah juga mengikuti gaya hidup konsumtif akibat tuntutan pergaulan. Sehingga sebagian mahasiswa kini hanya mementingkan penampilan, gengsi, dan mengikuti lingkungan sekitar.

⁵Wahidah, Nurul. *“Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan”*, (Pontianak: Universitas Tanjungpura, 2013)

Uang saku mahasiswa lebih dipentingkan untuk membeli sesuatu yang menjadi keinginan mereka dibanding dengan membeli perlengkapan kampus yang lebih penting sebagai pendukung kuliah. Terkait dengan gaya hidup mahasiswa sebagai pelaku ekonomi hal yang tepat adalah mengutamakan kebutuhan yang prioritas bukan pada eksistensi di lingkungan perkuliahan.

Peneliti telah melakukan tindakan prasurvey kepada beberapa mahasiswa IAIN Metro dengan menggunakan metode *interview in dept interview*. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan cara menggabungkan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel.⁶ Kemudian menggunakan *Snowball sampling* dimana penentuan sampel yang diambil mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu orang atau dua orang, tetapi karena dengan dua orang 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 sebelumnya.⁷

Prasurvey ini dilakukan kepada mahasiswa IAIN Metro jurusan ekonomi syariah angkatan 2015 dan 2016 yang mempunyai media sosial, aktif di media sosial, dan memiliki jumlah pertemanan di media sosial yang cukup banyak. Pertanyaan yang peneliti ajukan adalah apakah informan pengguna media sosial? aplikasi media sosial apa saja yang informan miliki? Dan apakah informan mengikuti gaya hidup yang ada di media sosial? Pada

⁶Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 216.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 234.

wawancara pertama dilakukan dengan saudara Feri Pratama *program study* ekonomi syariah semester 6, saudara Feri Pratama adalah pengguna media sosial dan aplikasi yang dimiliki *instagram, twitter, dan whatsapp*. Saudara Feri Pratama selalu mengikuti gaya hidup di media sosial karena mengikuti perkembangan zaman. Menurut saudara Feri Pratama “*sosial media is everytime*”.⁸

Wawancara selanjutnya dilakukan dengan saudari Sepi Ratih adalah pengguna media sosial dan aplikasi yang dimiliki *facebook, instagram, whatsapp, dan youtube channel*. Saudari Sepi Ratih mengaku tidak mengikuti gaya hidup di media sosial karena gaya hidup di media sosial tidak konstan selalu berubah-ubah kalau mengikuti gaya hidup di media sosial tidak memiliki prinsip sendiri lebih baik dengan gaya hidup kita sendiri yang apa adanya.⁹

Prasurvey yang dilakukan kepada mahasiswa-mahasiswa tersebut menunjukkan bahwa media sosial bagi para mahasiswa merupakan hal yang penting tidak hanya sebagai tempat memperoleh informasi yang menarik tetapi juga sudah menjadi *lifestyle* atau gaya hidup, tetapi ada juga mahasiswa yang tidak tertarik untuk mengikuti gaya hidup yang ada di media sosial,

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengangkat judul “pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN Metro” Maka dari itu dengan adanya penelitian ini pembaca diharapkan dapat memudahkan mengkaji masalah-masalah pengaruh media sosial terhadap

⁸Feri Pratama, *Interview*, Mahasiswa IAIN Metro angkatan 2015, 14 Maret 2018.

⁹Sepi Ratih, *Interview*, Mahasiswa IAIN Metro angkatan 2015, 14 Maret 2018.

gaya hidup mahasiswa IAIN Metro (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Metro).

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi pertanyaan penelitian pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN Metro?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN Metro.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin diperoleh oleh penelitian ini adalah:

- a. Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah, pengetahuan, dalam hal pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN Metro. Serta hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai referensi peneliti selanjutnya.
- b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan dan bahasan pertimbangan bagi semua pihak dalam memahami sosial media yang dapat berpengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa. Serta memberikan manfaat bagi semua pihak.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan dikaji.¹⁰ Peneliti mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya. Peneliti membaca beberapa penelitian yang berhubungan dengan tema yang akan dibahas dipenelitian ini. Oleh karena itu, di dalam kajian pustaka ini dipaparkan tentang penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini.

Berdasarkan penelusuran yang peneliti lakukan terhadap karya ilmiah atau skripsi di perpustakaan IAIN Metro bahwa yang mem bahas tentang “Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metro” belum pernah ada yang meneliti sebelumnya. Dengan demikian, maka peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut. Diharapkan setelah penelitian ini selesai, penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa IAIN Metro. Namun, sejauh penelitian yang telah dilakukan, peneliti menjumpai hasil penelitian relevan yang memiliki titik singgung dengan judul yang diangkat dalam penelitian ini, diantaranya:

Peneliti mengutip hasil penelitian yang telah lalu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Fitria Listie Suryani (2014) Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Instagram dan Fashion Remaja (Studi Kasus Peran Media Sosial Instagram terhadap Tren Fashion Remaja dalam Akun @ootdindo Tahun 2014)*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dengan 7 orang

¹⁰ Imam Mustofa, *pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Metro: P3M, 2013), h. 27

informan yang telah ditentukan, yaitu pendiri akun komunitas *fashion online* @ootdindo, follower @ootdindo yang aktif bermain *Instagram*, dan remaja yang fotonya pernah di-*feature* oleh akun @ootdindo.

Skripsi ini mengkaji tentang peran akun *Instagram* @ootdindo terhadap fashion remaja yang menjadi *followers* akun tersebut. Beberapa peran akun @ootdindo adalah sebagai referensi remaja dalam mencari *trend* saat ini, membantu mempromosikan merek produk atau merek *fashion* saat ini, membantu remaja meningkatkan eksistensi diri, berperan sebagai tempat *update event* tentang *fashion* yang akan digelar dan menjadi tempat mencari info karir seputar *fashion*. Peran tersebut terjadi karena *Instagram* @ootdindo konsisten mengunggah konten dari para *followersnya*.¹¹

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Ikhsan Tila Mahendra (2017) UIN Syarif Hidayatullah tentang Peran Media Sosial *Instagram* Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, media sosial *Instagram* sangat berperan dalam membentuk kepribadian remaja.

Peran pertama adalah sebagai media perluasan diri dalam kehidupan sosial remaja, untuk mengetahui keadaan orang-orang disekitarnya, serta memberikan informasi tentang keadaannya kepada orang-orang disekitarnya. Peran kedua sebagai media perluasan diri dalam mengembangkan minat pribadi dan minat spiritual, dimana *Instagram* digunakan sebagai tempat

¹¹Fitria Listie Suryanim, "*Instagram dan Fashion Remaja (Studi Kasus Peran Media Sosial Instagram terhadap Tren Fashion Remaja dalam Akun @ootdindo)*", (Depok: Universitas Indonesia, 2014).

belajar dan menunjukkan minat pribadinya kepada orang-orang. Sedangkan untuk minat spiritual, remaja cenderung mengacuhkannya.

Peran ketiga adalah sebagai media untuk menghibur diri, melalui konten-konten yang menghibur dan menunjukkan kelucuan mereka kepada orang lain. Peran keempat sebagai media untuk mengungkapkan emosi. Mereka tidak takut dengan persepsi buruk dari orang lain tentang mengungkapkan emosi diri tersebut. Hal tersebut menunjukkan belum adanya keseimbangan emosi bagi para remaja. Peran kelima adalah sebagai media untuk membentuk citra diri yang baru, seolah-olah diri mereka lebih baik di Instagram ketimbang di kehidupan sehari-hari.¹²

Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa penelitian dengan judul pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN Metro belum pernah diteliti sebelumnya, khususnya di lembaga IAIN Metro.

¹²Ikhsan Tila Mahendra: Skripsi. *"Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi"* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Konsumsi

Jean Baudrillard merupakan seorang teoritis postmodernis dan sosiolog asal Perancis, Baudrillard menjelaskan konsep dasar tentang konsumsi dengan menghubungkannya dengan kapitalisme global dan media massa yang berperan dalam menyebarkan tanda-tanda untuk dikonsumsi oleh masyarakat konsumen.

Menurut analisis Baudrillard, globalisasi telah menyebabkan masyarakat perkotaan menjadi satu model global yang berperilaku “seragam”. Keseragaman ini disebabkan karena pengaruh media yang berperan dalam menyebarkan tanda-tanda dalam setiap kehidupan. Hal tersebut berakibat pada pergeseran pola pikir dan logika konsumsi masyarakat.

Menurut teori Baudrillard, kini logika konsumsi masyarakat bukan lagi berdasarkan *use value* atau *exchange value* melainkan hadir nilai baru yang disebut “*symbolic value*”.¹³ Maksudnya, orang tidak lagi mengonsumsi objek berdasarkan nilai tukar atau nilai guna, melainkan karena nilai tanda atau simbolis yang sifatnya abstrak dan terkonstruksi. Hal ini disebabkan karena beberapa bagian dari tawaran iklan justru menyangkal kebutuhan konsumen akan keunggulan produk, melainkan dengan menyerang rasa sombong tersembunyi

¹³Mutia Hastiti Pawanti, “*Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard*”, FIB UI 2013.

dalam diri manusia, produk ditawarkan sebagai simbol prestise dan gaya hidup mewah yang menumbuhkan rasa bangga dalam diri pemakainya.

Dari sinilah terjadi percampuran antara kenyataan dengan simulasi dan menciptakan hiperrealitas di tengah masyarakat, dimana yang nyata dan tidak nyata menjadi tidak jelas. Media secara perlahan membuat masyarakat jauh dari kenyataan, kemudian masyarakat secara tidak sadar akan terpengaruh oleh simulasi dan tanda (simulacra) yang ada di tengah-tengah kehidupan mereka. Periode simulasi adalah ketika terdapat hal yang nyata dan tidak nyata. Hal yang nyata diperlihatkan melalui model konseptual yang berhubungan dengan mitos, yang tidak dapat dilihat kebenarannya dalam kenyataan. Segala sesuatu yang menarik perhatian masyarakat konsumen (seperti seni ataupun kebutuhan sekunder) ditayangkan media dalam bentuk dan model-model yang ideal.

Baudrillard menyimpulkan bahwa keadaan yang terjadi dalam masyarakat konsumen terkait pada kondisi terkendali yang diatur oleh para pemilik modal. Sistem kendali yang digunakan adalah dengan kampanye besar-besaran menyangkut gaya hidup dan prestise. Pengkondisian masyarakat dunia dalam keadaan seperti ini memberikan kesempatan bagi mereka untuk memasarkan produk seluas-luasnya ke seluruh dunia, sehingga mereka mampu membuat banyak orang bekerja keras demi membeli barang-barang tak masuk akal, namun memberi prestige dan simbol status sosial yang memiliki makna tersendiri bagi kehidupan subjek yang bersangkutan.¹⁴

¹⁴Mutia Hastiti Pawanti, Loc.cit

Hal tersebut merupakan bentuk simulasi dari masyarakat konsumsi yang diartikan sebagai “objek palsu”. Dengan kata lain, kini masyarakat tanpa sadar telah menganut ideologi baru, sebuah ideologi yang mengarahkan masyarakat untuk berlomba-lomba mengonsumsi kehampaan.

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial terdiri dari dua kata, yaitu media dan sosial. Media adalah alat, sarana komunikasi, perantara, atau penghubung. Sosial artinya berkenaan dengan masyarakat atau suka memperhatikan kepentingan umum (suka menolong, menderma, dsb).¹⁵ Dari sisi bahasa tersebut, media sosial dimaknai sebagai sarana berkomunikasi dan berbagi.

Media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.¹⁶ Media sosial ialah fitur berbasis *website* yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada media sosial kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan *visual* maupun *audiovisual*. Contohnya seperti *twitter*, *facebook*, *blog*, *forsquare*, dan lainnya.¹⁷

¹⁵KBBI Daring: Pencarian dalam <http://kbbi.kemdigbud.go.id>, Diunduh pada tanggal 19 Januari 2018.

¹⁶Media Sosial – Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia bebas dalam http://id.m.wikipedia.org/wiki/Media_sosial, Diunduh Pada tanggal 19 Januari 2018.

¹⁷Danis Puntodi, *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*, (Jakarta: PT Elex Komputindo, 2011), h.1

Berikut beberapa pengertian media sosial menurut beberapa ahli menurut Mandibergh media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang mengasilkan konten. Sedangkn menurut Shirky media sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi, bekerja sama diantara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka instusional maupun organisasi.

Selanjutnya menurut Boyd media sosial dijelaskan sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu salingberkolaborasi atau bermain. Kemudian menurut Van Dijk media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapatdilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.Mike dan Young juga mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dari pengertian-pengertian di atas, penulis menyimpulkan bahwa mediasosial adalah media yang memungkinkan penggunanya untuk saling melakukan aktivitas sosial melalui jaringan internet tanpa dibatasi jarak, ruang, dan waktu.

Berbagai alasan mengapa seseorang membuat sebuah akun pada media sosial, diantaranya untuk tetap terhubung dengan keluarga dan teman,

memperoleh informasi dan kabar melalui *news feed* yang disediakan oleh media sosial, hingga menunjukkan eksistensi diri. Dalam sebuah penelitian dinyatakan, media sosial berhubungan dengan kepribadian *introvert*. Semakin *introvert* seseorang maka dia akan semakin aktif di media sosial sebagai pelampiasan.¹⁸

Maraknya dan membludaknya pengguna media sosial di kalangan mahasiswa, akhir-akhir ini mulai muncul anggapan semakin aktif seorang di media sosial maka mereka semakin dianggap keren dan gaul. Namun kalangan mahasiswa yang tidak mempunyai media sosial biasanya dianggap kuno, ketinggalan jaman, dan kurang bergaul. Pada akhirnya anggapan ini akan membentuk kesan krisis eksistensi diri. Tidak jarang mahasiswa–mahasiswa yang menggunakan media sosial ini menjadi dramatis dan terus membuat pencitraan atas dirinya.

2. Karakteristik Media Sosial

Ada ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding media lainnya. Salah satunya adalah media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Adapun karakteristik media sosial, yaitu:

a) Jaringan (*Network*)

Antar pengguna Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau

¹⁸Setyastuti, Yuanita. 2012. *Aprehensi Komunikasi Berdasarkan Konteks Komunikasi dan Tipe Kepribadian Ekstrovert- Introvert*. Jurnal Komunikator. Volume 4, Nomor 2, Bulan November 2012

internet.¹⁹ Jaringan yang terbentuk antarpengguna merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam atau tablet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan di antara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) antar pengguna itu saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

b) Informasi

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasi representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan informasi menjadi semacam komoditas.²⁰ Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antarpengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring (*network society*).

c) Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa menjadi akses kapan pun dan melalui perangkat apapun.²¹ Setiap informasi apa pun yang diunggah di *facebook* sebagai contoh, informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian

¹⁹ Rulli Nasrullah, Op.Cit, h. 16

²⁰ Rulli Nasrullah, Op.Cit, h. 19

²¹ Rulli Nasrullah, Op.Cit, h. 22

hari, bulan, sampai tahun. Informasi itu akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudahnya bisa diakses.

d) Interaksi

Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti jempol di *facebook* atau hati di *Instagram*. Interaksi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*).

e) Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsung masyarakat (*society*) di dunia virtual. Pengguna media sosial bisa dikatakan sebagai warga negara digital yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan. Layaknya masyarakat atau Negara, di media sosial juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunanya.²² Media sosial tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadirealitas tersendiri, bahkan apa yang ada di media sosial lebih nyata (*real*) dari realitas itu sendiri.

f) Konten oleh pengguna

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC). Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh orang lain.²³ Konten ini adalah format baru dari budaya interaksi dimana para pengguna dalam

²²Rulli Nasrullah, Op.Cit, h. 28

²³Rulli Nasrullah, Op.Cit, h. 31

waktu yang bersamaan berlaku sebagai produser pada satu sisi dan sebagai konsumen dari konten yang dihasilkan di ruang online pada lain sisi.

g) Penyebaran (*Share*)

Penyebaran atau *sharing* merupakan karakter lainnya dari mediasosial. *Sharing* merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya.²⁴ Maksud dari pengembangan ini misalnya, komentar yang tidak sekadar opini, tetapi juga data atas fakta terbaru. Di media sosial konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain.

3. Aplikasi - Aplikasi Media Sosial

Zaman sekarang ini media sosial sudah menjadi kebutuhan pokok bagi sebagian orang, mereka seperti orang kecanduan yang akan merasa aneh bila sehari saja tidak menggunakan aplikasi-aplikasi media sosial saat ini. Berikut aplikasi – aplikasi di media sosial yang paling sering digunakan oleh mahasiswa:

a) *Facebook*

Facebook adalah jejaring sosial yang sangat populer di dunia maya, bahkan seluruh dunia juga menggunakan ini. *Facebook* adalah sarana sosial yang menghubungkan orang dengan orang di dunia maya. *Facebook* muncul pada Februari 2004 yang didirikan oleh Mark Zurkerberg.²⁵

²⁴Rulli Nasrullah, Op.Cit, h. 33

²⁵Fb Adalah Jejaring Sosial Yg Populer dalam <http://beginner-j.blogspot.co.id/2013/02/fb-adalah-jejaring-sosial-yg-populer.html>, Diunduh pada tanggal. 13 Januari 2017.

Awal dibuatnya *facebook* hanya ditujukan untuk kalangan Mahasiswa Universitas Harvard. Baru di tahun 2005 *facebook* membuka keanggotaan untuk kalangan anak sekolah. Setahun kemudian tepatnya tahun 2006 *Facebook* membuka keanggotaan secara *universal* alias siapa saja dari belahan bumi manapun semua orang bisa bergabung dengan *facebook*.

Facebook telah menjadi situs *social networking* terbesar saat ini, ada begitu banyak manfaat *facebook* yang bisa kita gunakan. Berikut adalah beberapa manfaat *facebook* yang sangat terasa dalam kehidupan sekarang ini:

- 1) Sebagai tempat untuk mencari teman.
- 2) Sebagai tempat untuk promosi.
- 3) Sebagai tempat untuk diskusi.
- 4) Sebagai tempat untuk menjalin hubungan, contohnya mencari pacar karena di *facebook* mudah saja untuk mendapatkan pacar.
- 5) Sebagai tempat untuk belajar.

Facebook juga mempunyai kerugian, berikut adalah kerugian dari *facebook*:

- 1) Dapat mengurangi waktu efektif.
- 2) Pornografi, *facebook* sangat memungkinkan untuk penyebaran foto-foto yang berbau pornografi.
- 3) Tugas sekolah tidak dihiraukan.
- 4) Pekerjaan tidak dihiraukan.
- 5) Meningkatkan rasa cemburu pada pasangan.

Ada juga keuntungan dari *facebook*, yaitu:

- 1) Menjalin silaturahmi, islam menganjurkan untuk saling menjaga tali silaturahmi.
- 2) Tempat belajar, seperti mencoba tes *toefl* dan lain sebagainya.
- 3) *Refreshing*.
- 4) Bisnis, *facebook* merupakan salah satu ladang bisnis yang cukup menggiurkan.
- 5) Tempat curhat, dengan menuliskan sepenggal kalimat yang sedang dirasakan di kolom keadaan, maka orang-orang akan mengerti apa yang sedang kita rasakan.
- 6) Praktis, *facebook* mempunyai banyak fasilitas dibanding dengan aplikasi lainnya.²⁶

b) *Twitter*

Twitter adalah suatu layanan *social networking* yang termasuk dalam kategori *mikroblogging*. Pada maret 2006 mulai berdirinya *twitter* yang didirikan oleh Jack Dorsey, Evan williams dan Biz Stone. Konsep awal dari *twitter* adalah sebuah sistem yang pengguna dapat untuk mengirimkan pesan yang dapat disebar ke semua teman. Dengan melakukan diskusi dan koreksi di sistem tersebut, maka saat ini *twitter* telah berkembang menjadi layanan jejaring sosial yang memiliki fitur untuk menerbitkan posting singkat atau status serupa dengan *SMS* yang bisa diakses di Internet.²⁷

c) *Youtube*

²⁶Media Sosial : Berbagai Macam Sosmed dalam <http://mediainformasidankomunikasi.blogspot.co.id/2016/01/berbagai-macam-sosmed.html>, Diunduh pada tanggal 13 Januari 2018

²⁷Sejarah twitter | Alam tekno dalam <http://alamtekno.blogspot.co.id/2013/06/sejarah-twitter.html>, Diunduh pada tanggal 14 Januari 2018

Youtube diluncurkan pada bulan Mei 2005, *youtube* telah memudahkan miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan membagikan beragam video. *Youtube* menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta bertindak sebagai *platform* distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil. *Youtube* merupakan salah satu perusahaan milik Google.

Youtube diciptakan oleh 3 orang mantan karyawan *paypal* (website online komersial), Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada Februari 2005. Sejak awal diluncurkan, *youtube* langsung mendapat sambutan baik di masyarakat. *Youtube* adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli dan dari segala penjuru dunia melalui suatu web.²⁸

Kehadiran *youtube* membawa pengaruh luar biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki gairah di bidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video blog, tetapi tidak memiliki lahan “untuk mempublikasikan karyanya”. *Youtube* mudah dipergunakan, tidak memerlukan biaya tinggi, dan dapat diakses dimanapun, tentunya dengan *smartphone* yang canggih. Hal itu membuat pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah konten-konten video mereka untuk dipublikasikan.

4). *Instagram*

²⁸David, Ruthellia Eribka, Mariam Sondakh, dan Stefi Harilama. 2017. “Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi”. E-journal “Acta Diurna” Volume VI. No. 1.

Instagram adalah aplikasi layanan berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk berfoto dan memberi filter lalu menyebarkan foto tersebut di media sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan lainnya. Semenjak kemunculannya *Instagram* pada tanggal 6 oktober 2010 di *Apple Store* aplikasi ini langsung diburu oleh pengguna *Apple*. Berdiri pada tahun 2010 perusahaan Burbn Inc, merupakan sebuah teknologi startup yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Terbukti pada akhir desember 2010 pengguna *instagram* telah mencapai 1 juta pengguna dan pada juni 2011 telah mencapai 5 juta pengguna dengan total 150 juta photo pada bulan agustus 2011.²⁹

Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa *Facebook* setuju mengambil alih *Instagram* dengan nilai hampir \$1 miliar dalam bentuk tunai dan saham. Pada tanggal 11 Mei 2016, *Instagram* memperkenalkan tampilan baru sekaligus ikon baru dan desain aplikasi baru. Terinspirasi oleh ikon aplikasi sebelumnya, ikon baru merupakan kamera sederhana dan pelangi hidup dalam bentuk gradien.

d) *Line*

Line adalah sebuah aplikasi pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai *platform* seperti *smartphone*, tablet dan komputer. Tetapi *line* juga bisa dibilang aplikasi media sosial karena didalamnya terdapat beberapa fitur *time line* sebagai tempat yang berguna untuk membuat status, foto, video, dan juga informasi yang lainnya. *Line* juga bisa melakukan *voice call* dan juga *video call* secara gratis.

²⁹Eryta Ayu Putri Soesanto. 2013. "*Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop (Studi Deskriptif Kualitatif Aplikasi Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Online Shop)*". Surabaya: UPN Veteran Jatim.

Negara yang dari dulu sampai sekarang masih mengembangkan *line* sampai sebegus ini adalah negara Jepang. Pada awalnya *line* hanya dapat dioperasikan di android saja, tetapi sekarang *line* dapat digunakan diberbagai lata komunikasi antaranya *handphone* dan laptop atau *windows*.³⁰

e) *Whatsapp*

Whatsapp didirikan pada tahun 2009 oleh Jan Koum dan Brian Acton yang telah menghabiskan waktu 20 tahun di *yahoo*. *Whatsapp* bergabung di facebook pada tahun 2014, tetapi terus beroperasi sebagai aplikasi yang terpisah dengan fokus untuk membangun layanan bertukar pesan yang bekerja dengan cepat dan reliabel dimanapun diseluruh dunia.

Whatsapp dimulai sebagai alternatif untuk *SMS*, mengirim dan menerima berbagai macam media: teks, foto, video, dokumen, lokasi, dan juga panggilan suara. Pesan dan panggilan diamankan dengan *enkripsi end-to-end* yang berarti tidak ada pihak ketiga termasuk *whatsapp* yang dapat membaca pesan atau mendengar panggilan.³¹

4. Manfaat Media Sosial

Manfaat media sosial saat ini tidak dapat terpisahkan dengan kehidupan sehari-hari. Saat ini media sosial sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan. Tua, muda, pria, wanita, bos besar, sampai *office boy* pun sudah mengenal dan mengetahui tentang media sosial.

³⁰Media Sosial : Berbagai Macam Sosmed dalam <http://mediainformasidankomunikasi.blogspot.co.id/2016/01/berbagai-macam-sosmed.html>, *op.cit*

³¹Tentang Whatsapp dalam <https://www.whatsapp.com/about/?l=id>, Diunduh pada tanggal 14 Januari 2018

Perkembangan teknologi informasi yang pesat merupakan salah satu penyebab bomingnya media sosial. Para *web developer* pun kini berlomba-lomba untuk mengembangkan berbagai media sosial yang dapat dinikmati semua kalangan, seperti: facebook, twitter, instagram, path, dan masih banyak lagi. Berikut beberapa manfaat media sosial dilihat dari berbagai bidang:

a. Media Sosial Untuk Bersosialisasi

Manfaat media sosial tentu sesuai dengan namanya yaitu untuk bersosialisasi. Sosialisasi ini dapat dilakukan kapan saja, dimana saja, tanpa batas waktu dan ruang, tetapi terbatas pada koneksi, signal dan kuota internet. Hal inilah tujuan utama dari media sosial dan sukses menyedot banyak pengguna yang ingin bersosialisasi dan berkomunikasi dengan kerabatnya.

b. Media Sosial Menggantikan Fungsi Buku Diary

Generasi 80-90an pasti sudah tidak asing lagi dengan buku diary. Buku ini biasanya berisi curhatan-curhatan dari si pemilik tentang perasaannya. Bisa berisi curhatan sedih, curhatan jatuh cinta, atau curhatan yang menyenangkan. Saat ini fungsi diary sudah hampir punah dan dapat digantikan oleh media sosial.

Bukan rahasia lagi kalau banyak pengguna media sosial yang menulis curhatan-curhatan mereka, seperti: mengeluh, sedih, jatuh cinta, dan saat bahagia. Karena mudah dalam menggunakannya, maka media sosial pun sering menjadi tempat penggunanya untuk curhat.

c. Media Sosial Dapat Mempertemukan Teman Lama

Masih ada hubungannya dengan bersosialisasi, media sosial bisa membawa kita untuk bertemu teman lama, teman masa kecil, partner bisnis yang *lost contact* bahkan bisa bertemu saudara kandung yang terpisah lama.

d. Media Sosial Menemukan Teman Baru

Ini salah satu manfaat media sosial yang sangat menarik. Dari hasil bermain di media sosial, bisa mendapatkan teman-teman baru yang mungkin cocok dengan pengguna media sosial.

e. Sebagai Media Penghibur

Media sosial banyak menyediakan hiburan yang menarik bagi semua orang. Misalnya mendengarkan musik, *streaming video*, cerita-cerita lucu, gambar-gambar lucu, dan juga kutipan-kutipan menarik yang dapat membuat rileks dan bisa melupakan galau, jenuh dan pusing sejenak.

f. Penyaluran Hobi

Ada banyak grup dan akun dari media sosial yang menjadi tempat berkumpulnya para pengguna dengan minat dan hobi yang sejenis. Ada komunitas kendaraan bermotor, komunitas hobi unik, komunitas kolektor, komunitas supporter, komunitas pencinta musik, dan bahkan ada pula komunitas karyawan dengan jenis pekerjaan yang sama. Dalam komunitas ini, para pengguna media sosial dapat saling berbagi pengalaman, tips dan banyak hal yang mengenai hobi dan kesamaan minat mereka.

g. Memberikan Berbagai Macam Informasi ter-*update*

Media sosial berisi segudang informasi, berita, ilmu, pengetahuan, dan kabar terkini, malah informasi-informasi tersebut lebih cepat menyebar melalui media sosial dibanding media elektronik, seperti televisi dan radio.

h. Mempopulerkan Diri

Media sosial juga bisa saja membuat seseorang dikenal oleh banyak publik, baik karena disengaja maupun tidak sengaja. Populer semacam ini biasanya dikarenakan orang itu memiliki hal unik yang menarik perhatian.

i. Media Sosial Untuk Meminta Bantuan

Pengguna media sosial sangat banyak, jumlahnya ratusan juta dan cukup lebih beberapa ratus atau beberapa puluh ribu penggunanya berdomisili di sekitar. Hal ini bisa dimanfaatkan untuk meminta bantuan. Contohnya adalah ketika ada saudara yang kehilangan dompet bisa meminta bantuan pengguna media sosial untuk membantu dan masih banyak contoh yang lainnya.

j. Media Sosial Untuk Mencari Uang

Manfaat yang satu ini sedang ramai-ramainya dinikmati oleh pengguna media sosial. Tidak adanya pajak yang dipungut dari promosi dan marketing pada media sosial, membuat para pengguna media sosial dapat mencari uang dengan leluasa dengan menggunakan media sosial.

Hanya bermodalkan media sosial dan teknik marketing yang baik, maka pembeli akan datang dengan sendirinya.³²

C. Gaya Hidup

1. Pengertian Gaya Hidup

Definisi gaya hidup menurut *David Chaney* ialah pola-pola tindakan dalam membedakan antara satu dengan yang lain. Gaya hidup adalah bentuk identitas kolektif yang berkembang seiring waktu.³³ Gaya hidup berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami. Gaya hidup didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu (aktifitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya.

Gaya hidup pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uang. Ada orang yang senang mencari hiburan bersama kawan-kawannya, ada yang senang menyendiri, ada yang senang berpergian bersama keluarga, berbelanja, melakukan aktivitas yang dinamis, dan ada pula yang memiliki waktu luang dan uang berlebih untuk kegiatan sosial keagamaan. Gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan seseorang.³⁴

³²10 Manfaat Sosial media di Berbagai Bidang dalam <https://manfaat.co.id/10-manfaat-sosial-media-di-berbagai-bidang>, Diunduh pada tanggal 14 Januari 2018

³³David Chaney, *LIFESTYLE :Sebuah Pengantar Komprehensif*,(Yogyakarta : Jelasutra, 2004), h.237.

³⁴Makalah Gaya Hidup dalam Masyarakat Modern dalam <http://doputsi.blogspot.in/2016/05/makalah-gaya-hidup-dalam-masyarakat.html>, Diunduh pada tanggal 14 januari 2018.

Gaya hidup sebagai ciri modernisasi yang populer pada zaman sekarang ini tidak dapat dipungkiri. Gaya hidup telah menjadi bagian dari kehidupan sosial sehari-hari dunia modern, gaya hidup berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh mereka yang hidup dalam masyarakat modern. Jadi pada kesimpulannya, gaya hidup adalah suatu pola atau cara individu mengekspresikan atau mengaktualisasikan, cita-cita, kebiasaan atau hobi, opini, dan sebagainya dengan lingkungannya melalui cara yang unik, yang menyimbolkan status dan peranan individu bagi lingkungannya.

Gaya hidup dapat dijadikan jendela dari masing-masing kepribadian individu. Setiap individu berhak dan bebas memilih gaya hidup mana yang dijalannya, baik itu gaya hidup mewah, gaya hidup hedonis atau gaya hidup untuk mencari kesenangan saja, gaya hidup sehat, gaya hidup sederhana dan sebagainya.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut pendapat Armstrong gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Lebih lanjut Armstrong menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada dua faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (*internal*) dan faktor yang berasal dari luar (*eksternal*).

Faktor internal yaitu sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi dengan penjelasannya sebagai berikut:

a. Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku.

b. Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

c. Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

d. Konsep Diri

Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal perilaku.

e. Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa nyaman dan kebutuhan terhadap *prestise* merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan *prestise* itu besar maka akan membentuk gaya hidup hedonis atau gaya hidup yang mencari kesenangan saja.

f. Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

Adapun faktor eksternal sebagai berikut :

a. Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut jadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

b. Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

c. Kelas sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang tersusun dalam sebuah

urutan jenjang dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur yang pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan atau status dan peranan.

Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, *prestise* hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.

d. Kebudayaan

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.³⁵

3. Aspek Gaya Hidup Mahasiswa

Pembahasan mengenai gaya hidup tidak ada matinya, gaya hidup akan selalu menjadi sahabat sejati manusia karena akan selalu menjadi bagian dalam keseharian. Dimensi dari keseharian manusia yang melekat dalam pola gaya hidup meliputi *health, fashion, food, transport, mobile phone, living, vocation*.

³⁵Gaya Hidup (Bergaya Untuk Hidup) dalam <https://sosiologibudaya.wordpress.com/2011/05/18/gaya-hidup/>, Diunduh pada tanggal 17 Januari 2018

Mengikuti pola hidup menuntun kita untuk mencoba pengalaman baru yang memberikan kita sensasi sehingga kita akan mengikutinya secara berulang-ulang hingga menjadi sebuah kebiasaan.

Gaya hidup telah merasuki semua golongan, tak terkecuali mahasiswa. Pembahasan gaya hidup mahasiswa sangat menarik untuk dibahas, dapat dilihat dari perspektif pendidikan, sosial, ekonomi, dan agama. Bagaimanapun gaya hidup sudah menjadi ikon dari modernitas dan merupakan pilihan bagi semua orang untuk dapat menyeleksi dan memilih apa yang menjadi kebutuhan terutama bagi mahasiswa agar tidak terjerumus dalam arus zaman.

a. Aspek Pendidikan Gaya Hidup Mahasiswa

Gaya hidup merupakan istilah yang sedang populer saat ini dalam masyarakat. Gaya hidup masyarakat sekarang sudah mengalami perubahan dan perkembangan zaman. Dahulu orang tidak terlalu mementingkan penampilan dan gaya hidup, mereka lebih mementingkan kebutuhan pokok daripada penampilan tetapi sekarang berbeda keadaannya.

Membahas mengenai gaya hidup dikalangan mahasiswa saat ini sangat menarik. Faktor naiknya taraf hidup (peningkatan ekonomi) yang ada pada mahasiswa membuat mereka memiliki pergaulan yang luas, pengetahuan informasi yang lebih modern, serta membuat gaya hidup mahasiswa berubah dimulai dari pakaian, bergaul dan berbagai kegiatan lainnya yang dapat mempengaruhi kehidupannya.

Kehidupan mahasiswa zaman sekarang banyak yang bertentangan dari dalam dirinya, mulai dari gaya hidup yang tidak sesuai dengan tingkat

pendidikannya, juga bertolak belakang dengan kondisi ekonomi keluarganya. Tetapi mereka malah memaksakan dirinya untuk sebanding dengan orang-orang disekitarnya yang mungkin mapan dalam ekonominya.

Tanpa para mahasiswa sadari, mereka masuk dalam pergaulan kota yang sangat mengedepankan penampilan, mahasiswa yang datang dari kampung jauh dari pengawasan keluarga membuat mereka bebas mengaplikasikan dirinya untuk masuk lingkungan yang seperti apa tanpa berpikir panjang mengenai dampak yang akan terjadi selanjutnya. Kebanyakan orang menganggap pendidikan sebagai gaya hidup bahkan mereka tidak mau ketinggalan dari temannya.

Kampus yang seharusnya dijadikan tempat menuntut ilmu malah dijadikan ajang pamer dan kekayaan saja. Sehingga banyak ditemukan mahasiswa yang konsumtif, kehidupan dikampus semakin tidak jelas. Mahasiswa yang ekonominya mapan cenderung mudah terpengaruh dengan gaya hidup yang konsumtif. Mahasiswa akan dianggap mengikuti zaman dengan penampilan yang kekinian dan *merk* pakaian ternama. Ada beberapa *trend* gaya hidup yaitu pakaian, musik, makanan, minuman, penampilan pribadi, olahraga, kendaraan dan lain-lain.

b. Aspek Sosial Rasionalitas dan Gengsi Sosial

Gengsi merupakan sifat takut akan jatuhnya harga diri. Orang seperti ini selalu mementingkan dan membanggakan kehormatan diri (*prestise*). Para mahasiswa akan *update* informasi terkini tentang gaya hidup yang modern agar tidak ketinggalan zaman. Dimana cara hidup yang

diambil mahasiswa berubah mulai dari berpakaian, bersosialisasi, dan berbagai kegiatan lainnya yang dapat mempengaruhi tingkat kehidupan yang dianggap modern, gaul, dan keren. Sehingga rasa percaya diri muncul disaat akan berinteraksi dengan lingkungannya. Hal ini terjadi dikalangan mahasiswa yang menempatkan gaya hidup di urutan pertama dibandingkan hal positif lainnya.

Menempatkan gaya hidup di urutan pertama, dikhawatirkan akan merusak kepribadian seorang mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa yang seharusnya mampu bersikap kritis dalam menyikapi berbagai hal. Sifat gengsi yang ditonjolkan akan menghambat perkembangan mental positif dalam mengembangkan bakat maupun keahlian yang dimiliki. Karenanya, perlu untuk menghapuskan rasa gengsi yang ada dalam diri.

Salah satu hal yang paling dekat dengan gengsi adalah gaya hidup konsumtif. Konsumtif berkaitan dengan jumlah pengeluaran untuk membeli berbagai jenis barang dan jasa dalam tingkat pendapatan yang tinggi. Namun, mahasiswa dari kalangan ekonomi kelas bawah yang merupakan korban dari gengsi seakan tidak peduli akan hal itu. Demi menutupi kekurangan karena rasa gengsi mahasiswa tidak berpikir panjang dan lebih memntingkan egonya untuk mode yang kekinian. Sehingga tanpa sadar ingkar terhadap amanah yang diberikan orang tuanya yang mana seharusnya dana yang dikirim untuk memenuhi kebutuhan malah digunakan untuk hal yang tidak ada guna dan bahkan meminta lagi dengan melancarkan berbagai alasan untuk meyakinkan orang tuanya.

Sebelum terjadi globalisasi dan modernisasi masih banyak mahasiswa yang berorientasi ke masa depan. Berbeda dengan sekarang, mahasiswa berubah dalam hal pakaian, pergaulan, pemakaian uang dan kebutuhan lain yang menjadi berlebihan, tidak sesuai kebutuhan. Modernisasi yang dilakukan oleh mahasiswa masa kini cenderung meniru gaya para artis.

c. Aspek Islam Sebagai Cerminan Hidup

Dalam pandangan Islam gaya hidup dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu gaya hidup Islami dan gaya hidup jahili. Gaya hidup Islami mempunyai landasan yang mutlak dan kuat, yaitu Tauhid, inilah gaya hidup orang yang beriman. Adapun gaya hidup jahili, landasannya bersifat relatif dan rapuh, yaitu syirik, inilah gaya hidup orang kafir. Setiap Muslim sudah menjadi keharusan baginya untuk memilih gaya hidup Islami dalam menjalani hidup dan kehidupannya.³⁶ Hal ini sejalan dengan firman Allah berikut ini dalam QS. Al - An'am/6: 32.

وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهْوٌ وَلَدَارُ الْآخِرَةِ خَيْرٌ لِلَّذِينَ يُتَّقُونَ ۗ

أَفَلَا تَعْقِلُونَ ﴿٣٢﴾

³⁶ Hasnira, "Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar", (Makasar: UIN Alauddin Makassar, 2017)

Terjemahnya: *“Dan tiadalah kehidupan dunia ini, selain dari main-main dan senda gurau belaka. Dan sungguh kampung akhirat itu lebih baik bagi orang-orang yang bertakwa. Maka tidakkah kamu memahaminya?”*.³⁷

Ayat ini menjelaskan bahwa kehidupan secara umum tidak lain kecuali kenikmatan yang menipu lagi palsu, adalah lebih baik bagi orang-orang yang takut kepada Allah, sehingga mereka menjaga diri dari adzab Allah dengan menaati-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Kaum musyrikin yang terkecoh oleh kehidupan dunia, tidak berfikir sehingga mendahulukan yang kekal di atas yang fana. Kesenangan-kesenangan duniawi itu hanya sebentar dan tidak kekal. Janganlah orang terpedaya dengan kesenangan-kesenangan dunia, serta lalai dari memperhatikan urusan akhirat.

Berdasarkan ayat tersebut dapat dipahami bahwa setiap muslim tidak semestinya terkecoh oleh kesenangan-kesenangan dunia yang hanya sementara mengikuti kaum musyrikin. Setiap hari dunia menunjukkan permainan dan senda gurau untuk memberikan kesenangan yang hanya sementara kepada manusia sehingga lupa akan kehidupan yang kekal (akhirat). Seorang muslim dalam melakukan kegiatan termasuk konsumsi harus sesuai dengan syariat Islam, tuntutan Rasulullah saw. tidak memikirkan kesenangan semata. Namun, dalam kenyataan justru gaya hidup jahili (yang diharamkan) itulah yang melingkupi sebagian besar umat Islam saat ini.

³⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT Syamil Cipta Media, 2005), h. 132.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau sering dikenal dengan *field research*. Penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif sebagaimana terjadi di lokasi tersebut.³⁸

Penelitian ini dilakukan secara langsung di lapangan dengan maksud mempelajari secara intensif latar belakang dan keadaan sekarang dan interaksi lingkungan yang terjadi pada suatu keadaan sosial, dalam hal ini peneliti melakukan penelitian di IAIN Metro.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang berusaha mengungkapkan keadaan yang terjadi di lapangan secara alamiah. Penelitian deskriptif bertujuan membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, sifat, serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.³⁹ Oleh karena itu, bentuk data yang digunakan oleh peneliti berupa wawancara dan dokumentasi.

Deskriptif ialah menggambarkan sifat sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab suatu gejala

³⁸Lexy J. Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), h. 3.

³⁹Muhammad Nazir, *Metode Penelitian*, cetke-7, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h. 54.

tertentu.⁴⁰ Data yang dihasilkan oleh peneliti ini yaitu data kualitatif. Data yang bersifat kualitatif yaitu data yang menggambarkan dengan kata-kata atau kalimat yang dipisah-pisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.⁴¹

Sedangkan kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dengan cara mendeskripsikannya dalam bentuk kata-kata dan bahasa.⁴²

Peneliti menyimpulkan bahwa deskriptif kualitatif adalah suatu upaya yang dilakukan peneliti untuk mengamati suatu objek penelitian kemudian menjelaskan situasi atau peristiwa yang terjadi dengan mendeskripsikannya dalam bentuk kata-kata dan bahasa yang mudah dipahami serta menyajikan data yang seteliti mungkin sesuai dengan fakta dilapangan.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh.⁴³ Data merupakan hasil pencatatan baik yang berupa fakta maupun angka yang dijadikan bahan untuk menyusun informasi. Berdasarkan pengertian diatas, subyek penelitian dimana subyek tersebut akan diambil datanya dan selanjutnya akan diambil kesimpulan, atau sejumlah subyek yang diteliti

⁴⁰Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2009), h. 24.

⁴¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Cet. Ke-x*, (Jakarta: Renika Cipta, 1996), h. 234.

⁴²*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Edisi Revisi, (STAIN Jurai Siwo Metro, 2010), h.20.

⁴³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Praktek, Edisi Revisi*, (Jakarta: Renika Cipta, 2010), h. 129.

dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan tiga sumber data yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang hendak diungkapkan yaitu sumber data primer, sumber data sekunder, dan sumber data tersier. Adapun sumber data yang dimaksud ialah:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu maupun kelompok yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti.⁴⁴ Dalam penelitian ini peneliti memperoleh sumber data primer dari Mahasiswa IAIN Metro jurusan ekonomi syariah angkatan tahun 2015 dan 2016.

Data yang dicari dari penelitian ini adalah pernyataan atau informasi dari para informan yang telah diwawancarai. Kriteria yang digunakan untuk menentukan informan yaitu 10 mahasiswa IAIN Metro jurusan ekonomi syariah angkatan tahun 2015 dan 2016. Kriteria lainnya yaitu informan memiliki akun di media sosial, dan mahasiswa yang aktif di akun media sosial.

Penentuan informan ditentukan secara purposif atau sengaja dengan pertimbangan bahwa 10 orang informan yang telah dipilih dianggap telah mampu memenuhi informasi yang dibutuhkan didalam penelitian ini. Hal ini didasarkan pada pendapat Nasution bahwa metode kualitatif sampelnya sedikit dan dipilih menurut tujuan penelitian.⁴⁵

⁴⁴Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, h. 47.

⁴⁵S.Nassution, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*.(Bandung : Tarsito,1989).h.32

2. Sumber Data Sekunder

Menurut S. Nasution “sumber data sekunder adalah sumber bahan bacaan, berupa surat-surat pribadi, dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan, dan sebagainya”.⁴⁶

Sumber data sekunder merupakan jenis data yang diperoleh dan digali dari sumber kedua. Dapat juga dikatakan bahwa data sekunder merupakan data yang dijadikan sebagai bahan pendukung dari penelitian dan hasil penelitian. Artinya data sekunder ini diperoleh peneliti dari sumber data yang telah ada.

Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik, dokumen-dokumen yang berwujud laporan, buku-buku literatur, jurnal, majalah, internet dan segala hal yang berkaitan dengan penelitian.⁴⁷Peneliti menggunakan sumber data sekunder dan merujuk pada literatur yang berkaitan dengan masalah pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN Metro.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini merupakan teknik wawancara, teknik observasi, dan teknik dokumentasi. Dengan demikian hasil dan sumber data yang terkumpul akan lebih maksimal.

⁴⁶S. Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), h. 143

⁴⁷Suraya Murcitaningrum, *Pengantar Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Prudent Media, 2013), h.21.

1. Wawancara

Metode wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan responden,⁴⁸ untuk memudahkan dalam mengetahui kondisi yang diinginkan, maka peneliti menggunakan metode wawancara.

Wawancara dibedakan menjadi tiga macam, yaitu:

- a. Wawancara bebas (*unguided interview*), yaitu dimana pewawancara bebas menanyakan apa saja tetapi mengingat akan data apa yang akan dikumpulkan.
- b. Wawancara terpimpin (*guided interview*), yaitu wawancara yang dilakukan oleh pewawancara dengan membawa sederetan pertanyaan lengkap dan terperinci.
- c. Wawancara bebas terpimpin, yaitu kombinasi antara wawancara bebas dan wawancara terpimpin.⁴⁹

Metode dalam penelitian menggunakan wawancara bebas terpimpin dengan demikian penelitian menyiapkan pedoman pertanyaan secara garis besarnya mengenai hal-hal yang akan ditanyakan kepada mahasiswa IAIN Metro guna memperoleh informasi tentang pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa di IAIN Metro.

2. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.⁵⁰ Teknik observasi merupakan salah

⁴⁸W. Gulo, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Grasindo, 2002), h. 119.

⁴⁹Sutrisno Hadi, *Metodelogi Research Jilid 2*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1994), h. 205.

⁵⁰*Ibid*, h. 104.

satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencatat segala peristiwa ataupun fenomena mengenai penggunaan media sosial yang mempengaruhi gaya hidup mahasiswa IAIN Metro. Melalui teknik observasi, teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.

Berdasarkan pemaparan di atas peneliti melakukan observasi untuk mendapatkan gambaran tentang situasi lingkungan yang akan diteliti yaitu IAIN Metro. Pada dasarnya proses observasi merupakan sesuatu yang dilakukan untuk menemukan sesuatu yang tidak didapat oleh peneliti melalui wawancara.

3. Studi Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengambilan data yang tidak langsung ditunjukkan pada subjek penelitian, tetapi melalui dokumen. Dokumen adalah catatan tertulis yang isinya disusun oleh seseorang atau lembaga, dan membuka kesempatan untuk lebih memperluas pengetahuan terhadap sesuatu yang diselidiki.⁵¹ Teknik ini digunakan untuk mencatat, menyalin, menggunakan data atau dokumen tertulis lainnya. Semua bahan-bahan itu dipilah dan dikualifikasi berdasarkan jenisnya, karena bahan-bahan itu merupakan data primer yang perlu mendapatkan perhatian serius. Penggunaan dokumentasi diperlukan bagi peneliti untuk menunjang validitas dan efektivitas dalam pengambilan data.

Dokumentasi yang dilakukan adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Data yang diperoleh dari

⁵¹Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), h., 183

dokumentasi dalam penelitian yaitu struktur sebuah Instansi, gambaran umum lokasi, dan kegiatan kampus. Di ambil dari keseluruhan observasi dan wawancara.

D. Teknik Analisa Data

Analisa data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.⁵² Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah di fahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁵³

Proses analisis data dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, membuang yang tak perlu, dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga diperoleh kesimpulan akhir dan diverifikasi.⁵⁴ Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dalam hal ini, ketika peneliti memperoleh data dari lapangan dengan

⁵²Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LPJS, 1995), h. 263

⁵³Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Alfabeta, 2012). h. 89

⁵⁴Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, (Bandung: Tarsito. 2003), h. 370

jumlah yang cukup banyak. Maka perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data.

Adapun hasil dari reduksi data, peneliti telah memfokuskan bagaimana pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN Metro. Hal ini dilakukan peneliti dengan mengamati serta meninjau kembali hasil wawancara.

2. Menyajikan Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data atau menyajikan data. Dengan mendisplaykan data atau menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang telah dipahami tersebut.⁵⁵ Dalam hal ini, peneliti memfokuskan pada makna pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN Metro. Dengan demikian, hasil dari data display ini mampu memudahkan peneliti dalam upaya pemetaan dan penegasan kesimpulan.

3. Menyimpulkan Data dan Verifikasi,

Langkah ketiga dalam analisis kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan berdasarkan data-data yang telah ada.⁵⁶ Dalam hal ini, peneliti berusaha dan berharap kesimpulan yang dicapai mampu menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal yaitu yang berkaitan pada pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN Metro.

⁵⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 249

⁵⁶Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*, h. 92

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi penelitian

1. Lokasi dan Sejarah IAIN Metro

IAIN Metro merupakan Institusi Agama Islam Negeri yang ada di Kota Metro, Provinsi Lampung. IAIN Metro beralamat di Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Iringmulyo Metro Lampung. Sejarah berdirinya IAIN Metro yaitu:⁵⁷

a. Sejarah Berdirinya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Cikal bakal berdirinya IAIN Metro tidak terlepas dari sejarah keberadaan dan berdirinya IAIN Raden Intan di Bandar Lampung. Hal tersebut merupakan hasil upaya dari para tokoh agama dan tokoh masyarakat yang tergabung dalam Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung (YKIL) yang berdiri tahun 1961 diketuai oleh RD. Muhammad Sayyid.⁵⁸

Berdasarkan hasil musyawarah tersebut diputuskan untuk mendirikan dua fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syari'ah yang kedudukannya di Tanjung Karang berada di bawah santunan Yayasan tersebut. Pada 1964 silam, tepatnya tanggal 13 Oktober 1964 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama No. 86/1964 mengubah status Fakultas Tarbiyah YKIL dari swasta

⁵⁷<http://www.metrouniv.ac.id>, diunduh pada 3 Januari 2019.

⁵⁸Dokumentasi, Profil IAIN Metro

menjadi Negeri. Akan tetapi, pe-Negeri-an ini merupakan cabang Fakultas Tabiyah IAIN Raden Fatah Palembang. Sehingga pada tahun 1967, atas permintaan masyarakat Metro kepada YKIL agar dibuka Fakultas Tabiyah dan Fakultas Syari'ah di Metro atas persetujuan Dekan Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah Palembang.

Sebelumnya, pada 1965 didirikan Fakultas Ushuludin yang berkedudukan di Tanjung Karang dengan memperhatikan Keputusan Presiden RI No. 27 Tahun 1963 karena untuk ketentuan pada saat itu, syarat pendirian sebuah Perguruan Tinggi yang berdiri sendiri (al-jami'ah) harus memiliki tiga fakultas sebagai persiapan berdirinya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Lampung.

Pasca IAIN Raden Intan Lampung resmi dibuka, maka Fakultas Tarbiyah yang semula menginduk ke IAIN Raden Fatah Palembang ditetapkan menjadi Fakultas yang berdiri sendiri, termasuk Fakultas Tabiyah IAIN Raden Intan Lampung di Metro berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama RI No. 188 Tahun 1966. Selepas itu, perubahan nama IAIN Raden Intan Tanjung Karang menjadi Raden Intan Lampung mengikuti dari perubahan nama Ibu Kota Lampung menjadi Bandar Lampung, maka terbitlah Surat Edaran Bimas Islam No. E.III.OT/OO/AZ/1804/1996, Tanggal 23 Agustus 1996 tentang Penataan Kelembagaan Fakultas IAIN di luar Induk menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri.⁵⁹

⁵⁹Dokumentasi, Profil IAIN Metro

Menindaklanjuti hal tersebut, maka pada 23-25 April 1997 diadakan rapat kerja para rektor dan dekan fakultas di luar induk. Akhirnya, pada kesempatan ini ditetapkan pula perubahan dan pengesahan fakultas di luar induk menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) berdasarkan SK Presiden No. 11 tahun 1997 tertanggal 21 Maret 1997 M atau 12 Dzulq'adah 1417 H. Selanjutnya, tanggal tersebut dijadikan sebagai Hari Milad STAIN Jurai Siwo Metro. Tindak lanjut dari Keppres 1997 di atas, maka pada tanggal 30 juni 1997 secara serentak diresmikan 33 STAIN dan ketuanya dijabat oleh Dekan masing-masing sebagai Pejabat Sementara Ketua. Masa ini juga dikenal dengan istilah passing out karena sejak tahun 1997 STAIN Jurai Siwo Metro sudah tidak lagi berada di bawah IAIN Raden Intan.

Nama STAIN Jurai Siwo itu sendiri merupakan usulan Drs. Zakaria Zakir yang saat menjabat sebagai Dekan Fakultas Tarbiyah dengan mengajukan lima nama STAIN Metro yaitu, STAIN Raden Imba Kusuma, STAIN Lampung, STAIN Jurai Siwo Metro, STAIN A. Yasin dan STAIN Sosrodarmo. Berdasarkan saran Bupati (saat itu Drs. Herman Sanusi), maka ditetapkan nama STAIN Metro adalah STAIN JURAI SIWO METRO, mengingat STAIN ini berada di Lampung Tengah yang memiliki tradisi dan budaya "Sembilan Marga Penyimbang".⁶⁰

⁶⁰Dokumentasi, Profil IAIN Metro

Tahun 2016 adalah tahun peralihan STAIN Jurai Siwo Metro menjadi IAIN Metro. Perubahan status ini tertuang dalam Peraturan Presiden No.71 tanggal 1 Agustus 2016, Menurut Perpres tersebut, pendirian IAIN Metro merupakan perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro. Terkait dengan perubahan itu, maka semua kekayaan, pegawai, hak dan kewajiban dari masing-masing STAIN dialihkan menjadi kekayaan, pegawai, hak dan kewajiban IAIN masing-masing. Demikian pula, semua mahasiswa STAIN perguruan tinggi tersebut menjadi mahasiswa IAIN.

2. Visi dan Misi IAIN Metro

a. Visi IAIN Metro

Menjadi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam yang unggul dalam sinergi *socio-eco-techno-preneurship* berlandaskan nilai-nilai keIslaman dan keIndonesiaan.

b. Misi IAIN Metro

- 1) Membentuk sarjana yang memiliki pengetahuan keIslaman dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat
- 2) Mengembangkan nilai-nilai keIslaman dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat

3) Melaksanakan sistem tata kelola manajemen kelembagaan yang berkualitas.⁶¹

c. Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

IAIN Metro merupakan satu-satunya Perguruan Tinggi Islam Negeri yang ada di Kota Metro, yang sebelumnya bernama STAIN Jurai Siwo Metro. Tahun 2017 merupakan alih status STAIN Jurai Siwo Metro menjadi IAIN Metro, Perubahan status ini tertuang dalam Peraturan Presiden No.71 tanggal 1 Agustus 2016. Menurut Perpres tersebut, pendirian IAIN Metro merupakan perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro. Perubahan status menjadi IAIN juga akan mendorong pembentukan fakultas-fakultas baru yang akan lahir sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan pendidikan, serta pembangunan sarana dan prasarana yang lebih memadai guna mewujudkan IAIN Metro menjadi lebih baik. Di IAIN Metro terdapat empat Fakultas yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Fakultas Syariah, Fakultas Ushuludin, Adab dan Dakwah (FUAD) dan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan.⁶²

Dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdapat dua jurusan yaitu, Jurusan Ekonomi Syariah dan Jurusan Perbankan Syariah. Jurusan Ekonomi Syariah di IAIN Metro memiliki jumlah mahasiswa 1179 yang aktif di tahun ajaran 2018/2019.⁶³ Mahasiswa

⁶¹ Dokumentasi, Profil IAIN Metro

⁶² Dokumentasi, Profil IAIN Metro

⁶³ Dokumen Heregristasi Akademik IAIN Metro

Ekonomi Syariah berasal dari berbagai macam daerah dan latar pendidikan yang berbeda. Jurusan Ekonomi Syariah semakin diminati oleh mahasiswa, karena perkembangan perekonomian di daerah Lampung yang sangat baik, selain itu peluang Jurusan Ekonomi Syariah yang sangat luas, mudah terserap di dunia kerja, terlebih menjadi wirausaha dan menciptakan lapangan pekerjaan.

d. Visi & Misi Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

a. Visi

Jurusan S1 Ekonomi Syariah memiliki visi “Menjadi Pusat Study Ekonomi Syariah yang Unggul dalam Sinergi Sosio-Eco-Techno-Preneurship Berlandaskan Nilai-nilai Keindonesiaan & KeIslaman Pada Tahun 2034”.

b. Misi

- 1) Membentuk sarjana ekonomi yang unggul & berakhlakul karimah
- 2) Menyelenggarakan kegiatan akademik yang produktif, inovatif, & responsif dalam pengelolaan sumber daya melalui kajian keilmian penelitian dan pengabdian.
- 3) HMenciptakan sarjana ekonomi syariah yang berjiwa mandiri dan berdaya saing.

- 4) Menyelenggarakan tata kelola program studi yang profesional, akuntabel, dan transparan dalam rangka mencapai kepuasan pengguna & stakeholder.⁶⁴

B. Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metro

Media sosial terdiri dari dua kata, yaitu media dan sosial. Media adalah alat, sarana komunikasi, perantara, atau penghubung. Sosial artinya berkenaan dengan masyarakat atau suka memperhatikan kepentingan umum.⁶⁵ Jadi, media sosial adalah media yang memungkinkan penggunanya untuk saling melakukan aktivitas sosial melalui jaringan internet tanpa dibatasi jarak, ruang, dan waktu. Media sosial sudah menjadi sesuatu yang penting di kalangan mahasiswa. Namun dalam penggunaannya masih banyak mahasiswa yang tidak bisa mempergunakan media sosial pada tempatnya, sehingga berdampak negatif ke kehidupannya. Semakin berkembangnya media sosial sangat mempengaruhi gaya hidup seseorang. Dilihat dari era modern sekarang ini media sosial bukan hanya sekedar media komunikasi namun sudah menjadi bagian dari gaya hidup manusia khususnya golongan muda atau pelajar dan mahasiswa. Gaya hidup adalah bentuk identitas kolektif yang berkembang seiring waktu yang pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uang.⁶⁶

Peneliti melakukan penelitian dengan mahasiswa IAIN Metro untuk mengetahui bagaimana media sosial mempengaruhi gaya hidup mahasiswa.

⁶⁴Dokumentasi, Profil IAIN Metro

⁶⁵KBBI Daring: Pencarian dalam <http://kbbi.kemdikbud.go.id>, Diunduh pada tanggal 3 Januari 2018.

⁶⁶David Chaney, *LIFESTYLE :Sebuah Pengantar Komprehensif*,(Yogyakarta : Jalasutra, 2004), h.37.

Dalam mengikuti perkembangan zaman, media sosial yang digunakan oleh mahasiswa IAIN Metro yaitu *instagram*, *twitter*, *facebook* dan *whatsapp*. Dilihat dari segi penampilan mahasiswa IAIN Metro cukup menarik. Penampilan yang menarik tidak lepas dari *make-up*, perawatan kecantikan serta model pakaian yang modis dan cenderung mengikuti tren. Perubahan gaya hidup pada mahasiswa berkaitan erat dengan perkembangan zaman serta teknologi karena teknologi dan zaman yang semakin berkembang dan canggih akan menciptakan perkembangan dan penerapan gaya hidup seperti gaya berpakaian, gaya berbicara, gaya berbahasa, maupun gaya hidup yang konsumtif dalam kehidupan sehari-hari. Perubahan tidak hanya dalam hal yang konsumtif terhadap produk *branded* saja. Mahasiswa juga menyukai berwisata kuliner, mencoba makanan dan minuman baru yang ada di Kota Metro.

Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan cara mengalokasikan waktu. Seperti pola konsumtif yang terjadi pada masyarakat urban di kalangan mahasiswa.

Gaya hidup moderen yang melanda kalangan mahasiswa tidak lepas dari keadaan ekonomi orang tuanya, mereka yang berasal dan lahir dari keluarga dengan simbol kelas menengah keatas, rata-rata diberi uang atau mendapat kiriman sekitar Rp 1.000.000–Rp 1.500.000 rupiah setiap bulannya, tapi bagi mahasiswa yang berasal dari keadaan ekonomi menengah

kebawah rata-rata mendapat kiriman sekitar Rp 500.000–Rp 700.000. Sebagaimana hasil wawancara dengan Misela yang mengatakan:

“Saya buka *instagram, whatsapp, facebook* itu setiap hari tapi kalo *youtube* jarang. Ya kan di *Instagram, youtube* ada banyak akun-akun yang bisa kita manfaatin, misalnya kayak cara pakai jilbab yang simpel *modern*. Terus kalau saya terbantu sama akun-akun olshop juga. Jadi gampang kita kalau mau apa-apa karena ada Instagram. Ya pokoknya Instagram ngebantu banget lah, buat saya wajar kalok mengikuti gaya hidup di media sosial dan itu pun baik untuk mahasiswa supaya tidak dibilang ketinggalan zaman. Setiap bulannya saya diberi uang sekitar Rp1.000.000-Rp 1.500.000 untuk kebutuhan kuliah dan kos selama sebulan”.⁶⁷ Begitupun dengan mahasiswa yang bernama Rolian yang mengatakan:

“Kalau saya setiap hari buka *whatsapp* sama *youtube*, tapi cuma beberapa jam saja, kalau *instagram* gak setiap hari paling cuma liat gaya rambut sama fashion cowok. Saya setiap bulannya mendapat uang sekitar Rp 1.200.000”.⁶⁸ Dari hasil wawancara diatas tergambar jelas bahwa mahasiswa dengan kelas ekonomi orang tua menengah keatas bukanlah suatu masalah ketika menghabiskan uang dalam kisaran satu jutaan setiap bulannya, meskipun uang tersebut dihabiskan untuk memenuhi segala keinginan dan berfoya-foya. Keadaan ini secara sadar telah membuka jalan mahasiswa untuk masuk kejurang perilaku konsumtif dengan perilaku boros.

⁶⁷Hasil wawancara dengan Misela, Mahasiswa IAIN Metro angkatan 2015, pada 08 Januari 2019

⁶⁸Hasil wawancara dengan Rolian, Mahasiswa IAIN Metro angkatan 2015, pada 08 Januari 2019

Adanya produk baru yang diluncurkan oleh pihak perusahaan yang terkesan lebih canggih dan moderen dari produk sebelumnya, bagi mereka dengan kelas ekonomi atas, bukanlah hal yang susah untuk memilikinya. Ditambah dengan merek yang melekat disetiap produk yang dilahirkan, memunculkan kebanggaan tersendiri bagi mereka yang memilikinya.

Mahasiswa yang merupakan makhluk berintelektual juga tidak lepas dari pengaruh tersebut, meskipun sebagian besar dari mereka masih menggantungkan hidup kepada orang tuanya, namun untuk urusan produk baru serta merek menjadi pilihan hidupnya. Ketertarikan mahasiswa akan produk baru serta merek-merek tertentu didasari oleh adanya keinginan untuk mencoba hal-hal baru, sebagai ajang simbol sosial, dan kebutuhan akan prestise. Sebagaimana yang dikatan oleh Sri Wahyuni saat diwawancarai bahwa “Kalo saya sih setiap hari buka *instagram*, *facebook*, *whatsapp* soalnya disitu saya bisa liat model baju yang modern dan model jilbab, saya kalau jilbab gitu kadang saya ngikutin tren mungkin sekarang kan terus kerudung ima itu, kerudung motif bunga-bunga itu kan banyak ya itu di grup *whatsapp* atau *instagram* ya kadang saya juga beli itu karena banyak yang pakai juga karena percaya diri yang timbul dari penggunaan produk baru dan merek tertentu menjadi hal yang tidak bisa ditawar. Kalau dapat kiriman sebulan Rp 800.000”.⁶⁹ Lebih lanjut Raffa Fidela “Saya pake *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, kurang lebih 6 jam sehari, *twitter* juga pake tapi jarang di buka. saya suka mengikuti gaya hidup biar tidak dibilang ketinggalan zaman, apa lagi sekarang zaman sudah serba canggih, Beli di online shop

⁶⁹Hasil wawancara dengan Sri Wahyuni, Mahasiswa IAIN Metro angkatan 2015, pada 08 Januari 2019.

saya pernah. Baju pernah mbak, sepatu juga pernah karena gambarnya bagus, terus modelnya juga lagi ngehits, harganya terjangkau juga mbak. Semakin bermerek suatu barang yang digunakan semakin mempengaruhi kepercayaan diri untuk berinteraksi apalagi kalau modelnya kekiniaan dan yang paling utama nyaman, rasa nyaman itu yang tingkatkan kepercayaan diri. Saya tidak ngekos mbak, tapi dijatah setiap bulan Rp 650.000”⁷⁰

Busana bermerek yang digunakan saat kumpul dengan teman-teman dapat menambah kepercayaan diri, kita tidak merasa minder karna barang yang di pakai bermerek, apalagi ketika sesuai dengan perkembangan zaman. Dari hasil wawancara tersebut sangat jelas bahwa langkah yang ditempuh mahasiswa untuk mendokrak kepercayaan dirinya saat bergaul yaitu dengan menggunakan barang-barang yang bermerek yang meskipun terkesan mahal.

Gaya hidup moderen yang melanda mahasiswa Ekonomi Islam tidak lepas dari pengaruh iklan yang ditampilkan oleh media sosial. Dalam kehidupan saat ini tayangan iklan telah membujuk masyarakat khususnya mahasiswa bahwa kehidupan menjadi lebih bermakna jika menggunakan dan mengomsumsi barang dan jasa yang dimaksud. Malisha Arima misalnya beliau mengatakan bahwa:

“Saya menggunakan *instagram*, *facebook* dan *whatsapp* setiap hari untuk berjualan online, dengan adanya media sosial sangat memberikan manfaat bagi saya untuk bisa mendapatkan uang tambahan karena saya laju saya sehari dikasih uang Rp 25.000. Saya mempromosikan produk saya dengan iklan yang menarik. Karena iklan memberikan gambaran pemahaman

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Raffa Fidela, Mahasiswa IAIN Metro angkatan 2015, pada 08 Januari 2019.

akan kualitas suatu barang, seperti iklan busana secara langsung memberikan gambaran tentang busana yang lagi tren saat itu, menjadi referensi sebelum kepusat perbelanjaan, sementara iklan elektronik memberikan gambaran kualitas dan referensi harga yang cocok dengan kondisi keuangan.”⁷¹

Menurut Rida Novita Sari “Saya pake *youtube, facebook, whatsapp, instagram* saya sering *upload* foto tapi gak tiap hari paling 3 sampe 5 hari sekali tapi kalo buka *medsosnya* setiap hari, liat-liat model baju syar’i tapi modis kadang juga liat cara pakai jilbab, *make up* natural dari iklan sangat penting, karna iklan yang membuatnya tertarik membeli barang- barang yang di inginkan, saat melihat iklan yang menarik, produk yang di iklankan cantik, maka itulah yang membuat tertarik untuk membeli. Kalo setiap hari saya dikasih uang saku Rp 30.000”⁷²

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa iklan menjadi faktor pendukung gaya hidup moderen yang dianut oleh mahasiswa, dari semua responden yang diwawancarai mengatakan bahwa iklan tersebut memberi gambaran bagaimana perkembangan dunia saat ini, dan juga memberikan dampak positif bagi yang berjualan online.

Kemajuan zaman dalam bidang pengetahuan dan teknologi telah memberi pengaruh besar terhadap perekonomian masyarakat, ditandai dengan semakin mudahnya masyarakat berkomunikasi, sehingga untuk pemenuhan keinginan dan kebutuhannya semakin mudah dan praktis, apalagi melihat

⁷¹Hasil wawancara dengan Malisha Arima, Mahasiswa IAIN Metro angkatan 2015, pada 08 Januari 2019.

⁷²Hasil wawancara Rida Novita Sari, Mahasiswa IAIN Metro angkatan 2105, pada 08 Januari 2019

masyarakat saat ini lebih banyak menggunakan teknologi sehingga muncul pasar yang dapat diakses dengan melalui sebuah layar pada smartphone.

Dengan hadirnya jual beli online mempermudah mahasiswa dalam memilih dan mendapatkan barang yang diinginkan, dengan dukungan teknologi, seseorang tidak perlu lagi berkunjung ke pusat perbelanjaan. Kemajuan ilmu pengetahuan telah memberi dampak positif salah satunya adalah efisiensi waktu, manusia moderen tidak harus capek- capek keliling mencari barang yang diinginkan, hanya melalui layar ponsel sudah bisa melakukan transaksi, apalagi barang online lebih update. Berbicara mengenai kemajuan ilmu pengetahuan yang telah memberi kemudahan terhadap manusia khususnya mahasiswa Marastus Solehah mengatakan bahwa:

“Kalo saya pakai *whatsapp* buat komunikasi sehari-hari kalo *instagram* buat liat jajanan kuliner yang lagi hits kalo *fashion* tidak terlalu suka sih. Untuk mengatur jadwal jalan bersama teman-teman cukup berkomunikasi lewat sosial media yang beragam, di media sosial juga saya bisa mendapatkan dan mencari informasi yang saya butuhkan dan tidak membutuhkan waktu yang lama. Saya dikasih uang saku setiap hari Rp 25.000”⁷³.

Ada pula mahasiswa mengatakan tidak suka, seperti Anissatus Solehah dan Fitri Diah menurut Anissatus Solehah “saya pake *whatsapp*, *instagram*, *facebook* buka seperlunya aja sih kalo lagi santai tapi tidak suka beli *online* dan saya juga tidak suka dengan gaya di media sosial karena tidak bisa jadi diri saya sendiri, tapi kalau mencari informasi ataupun berita media

⁷³Hasil wawancara dengan Maratus Solehah, Mahasiswa IAIN Metro angkatan 2015, pada 08 Januari 2019.

sosial sangat membatu saya. Saya sehari dikasih Rp 25.000 udah sama uang bensin”.⁷⁴ Sedangkan menurut Fitri Diah “saya pakai *instagram, whatsapp* untuk komunikasi dengan teman-teman, tapi saya tidak mengikuti gaya hidupnya soalnya tidak percaya diri saya lebih senang hidup apa adanya, kalau menguntungkan bagi saya kenapa tidak dan jangan terlalu maksain diri untuk sama dengan yang lain. Saya dapat kiriman dari orang tua sebulan Rp 500.000 untuk biaya makan sehari-hari dan keperluan kuliah”.⁷⁵

Gaya hidup seseorang tidak hanya ditentukan dari pribadi masing-masing, tetapi juga ditentukan oleh lingkungan sekitar. Kegemaran mereka memainkan media sosial ini memunculkan sebuah fenomena baru yang menjadikan media sosial sebagai acuan gaya hidup mereka. Perilaku gaya hidup yang berubah merupakan kebutuhan untuk meningkatkan prestise pada lingkungannya. Timbulnya persepsi mengenai gaya hidup bahwa jika tidak mengenal mode dan gaya akan ketinggalan zaman dan akan dikucilkan, maka kondisi demikianlah yang menjadikan pengaruh besar bagi mahasiswa untuk selalu mengikuti gaya hidup yang ada di media sosial.

Hal ini menunjukkan bahawa media sosial sangat mempengaruhi gaya hidup seseorang. Pengaruh negatif yang dirasakan dalam penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa yaitu adanya ketergantungan, sering munculnya tren-tren yang tidak baik menimbulkan sifat konsumtif dan ketika berkumpul dengan teman-temanya setiap individu akan asik dengan handphonenya masing-masing sehingga menyebabkan kurangnya dalam berinteraksi. Selain

⁷⁴Hasil wawancara Annisatus Solehah, Mahasiswa IAIN Metro angkatan 2105, pada 08 Januari 2019.

⁷⁵Hasil wawancara dengan Fitri Diah, Mahasiswa IAIN Metro angkatan 2015, pada 08 Januari 2019.

karena alasan mengikuti tren, adanya pengaruh teman dan iklan dalam media sosial juga menjadi salah satu alasan. Hal ini dikarenakan adanya rasa malu apabila tidak mengikuti mode serta keinginan untuk diterima di kelompok pertemanan yang membuat mahasiswa menyesuaikan kegiatan konsumsi dengan kelompok pertemanan dan terbawa arus tren yang berkembang.

Ada pula dampak positif yang dirasakan dalam penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa yaitu sebagai tempat promosi, sebagai tempat memperoleh dan menyebarkan informasi tetapi harus memastikan kebenaran terhadap informasi yang diterima serta memilah informasi yang bermanfaat dan berguna, dan sebagai sarana untuk jual beli online.

Dilihat dari aspeknya perilaku mahasiswa IAIN Metro termasuk ke dalam pembelian impulsif. Pembelian impulsif menunjukkan seorang membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba/ keinginan sesaat tanpa memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan bersifat emosional.⁷⁶ Pada aspek ini menunjukkan bahwa mahasiswa IAIN Metro membeli suatu kebutuhan untuk *fashion* semata-mata karena didasari oleh keinginan sesaat yang dilakukan tanpa memepertimbangkannya terlebih dahulu sehingga tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional. Konsumsi yang berlebih-lebihan seperti ini di dalam Islam tidak diperbolehkan.

⁷⁶Heni Sulistiowati dan Prasetya Budi Widodo, "Stres Dan Kecenderungan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro", (Semarang: Universitas Diponegoro, 2015), Volume 4 No. 4/ Oktober 2015, h. 33.

Pandangan Islam terhadap gaya hidup dikelompokkan menjadi dua yaitu gaya hidup Islami dan gaya hidup jahili.⁷⁷ Gaya hidup Islami adalah gaya hidup orang beriman yang selalu mengingat Allah sedangkan gaya hidup jahili adalah gaya hidup orang kafir yang selalu menyekutukan Allah. Islam memberikan aturan kepada setiap individu dalam berperilaku konsumtif. Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, bersikap tidak kikir dan juga tidak boros. Konsumsi yang melampaui tingkat wajar dianggap *israf* tidak disenangi Islam. Namun, dalam kenyataan justru gaya hidup jahili (yang diharamkan) itulah yang melingkupi sebagian besar umat Islam saat ini.

Islam sendiri tidak membenarkan hal tersebut karena lebih memberikan mudharat kepada individu-individu maupun orang banyak. Kemewahan menyebabkan adanya sifat berfoya-foya, dimana sikap ini mampu membuat orang berbuat keji. Kemewahan menyebabkan dalamnya jurang antara si kaya dan si miskin yang dikemudian hari menyebabkan kedengkian, dendam, dan perpecahan yang dapat membuka pintu pertentangan antar golongan.

⁷⁷Hasnira, “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar”, (Makasar: UIN Alauddin Makassar, 2017), h.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan media yang memungkinkan penggunaanya untuk saling melakukan aktivitas sosial melalui jaringan internet tanpa dibatasi jarak, ruang, dan waktu.

Mahasiswa IAIN Metro menggunakan media sosial seperti *instagram*, *whatsapp* dan *facebook*. Media sosial tersebut sudah menjadi *lifestyle* atau gaya hidup bagi mahasiswa IAIN Metro. Pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN Metro yaitu memiliki dampak positif dan negatif. Dampak positifnya yang dirasakan dalam penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa yaitu sebagai tempat promosi, sebagai tempat memperoleh dan menyebarkan informasi tetapi harus memastikan kebenaran terhadap informasi yang diterima serta memilah informasi yang bermanfaat dan berguna, dan sebagai sarana untuk jual beli online. Sedangkan dampak negatifnya yaitu adanya ketergantungan, sering munculnya tren-tren yang tidak baik menimbulkan sifat konsumtif dan ketika berkumpul dengan temen-temanya setiap individu akan asik dengan handphonenya masing-masing sehingga menyebabkan kurangnya dalam berinteraksi.

Dilihat dari aspeknya perilaku mahasiswa IAIN Metro termasuk ke dalam pembelian impulsif. Pembelian impulsif menunjukkan seorang membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba/ keinginan sesaat tanpa memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan bersifat

emosional. Pandangan Islam terhadap gaya hidup memberikan aturan kepada setiap individu dalam berperilaku konsumtif. Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, bersikap tidak kikir dan juga tidak boros.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan, ada beberapa hal yang dapat dipertimbangkan sebagai masukan untuk meningkatkan khasanah keilmuan mengenai pengaruh media sosial terhadap gaya hidup Mahasiswa IAIN Metro. Dalam hal ini saran tersebut adalah:

1. Diharapkan mahasiswa dapat mengatur pola gaya hidup yang lebih bermanfaat bagi dirinya
2. Diharapkan mahasiswa dapat hidup berkelompok dengan teman sebayanya melakukan hal-hal yang positif.
3. Hendaknya mahasiswa dapat menghindari hal-hal negatif dari perkembangan zaman sekarang ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007).
- Amstrong, Gary & Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jilid 1, Penerbit Prenhalindo, Jakarta: 2002).
- Ancok, D. *Nuansa Psikologi Pembangunan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995),
- Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta, 2000).
- Danis Puntoadi, *Menciptakan Penjualan Melalui Media Sosial*, (Jakarta: PT Elex Komputindo, 2011).
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an daan Terjemahnya*, (Bandung: PT Syamil Cipta Media, 2005).
- Dokumen Heregristasi Akademik IAIN Metro
- Feri Pratama, *Interview*, Mahasiswa IAIN Metro angkatan 2015, 14 Maret 2018.
- Fitria Listie Suryanim, "*Instagram dan Fashion Remaja (Studi Kasus Peran Media Sosial Instagram terhadap Tren Fashion Remaja dalam Akun @ootdindo)*", (Depok: Universitas Indonesia, 2014).
- Hasnira, "*Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Wahdah Islamiyah Makassar*", (Makasar: UIN Alauddin Makassar, 2017), h.
- Heni Sulistiowati dan Prasetya Budi Widodo, "*Stres Dan Kecenderungan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro*", (Semarang: Universitas Diponegoro, 2015), Volume 4 No. 4/ Oktober 2015,
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2009).
- Ikhsan Tila Mahendra: Skripsi. "*Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi*" (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017).
- Imam Mustofa, *pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Metro: P3M, 2013).

Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2011).

Kursiwi: "Dampak Penggunaan Gadget Terhadap Interaksi Sosial Mahasiswa Semester V (Lima) Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri (UIN) Jakarta" (Jakarta:UIN Jakarta, 2016)

Lexy J. Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007).

M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2011).

Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011).

Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LPJS, 1995).

Michael James, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, (Jakarta: Ghalia, 2001).

Monanda, Rizka. "Pengaruh Media Sosial Instagram @Awkarin Terhadap Gaya Hidup Hedonis Di Kalangan Followers Remaja". JOM FISIP Vol.4 No.2 – Oktober 2017

Muhammad Nazir, *Metode Penelitian*, cetke-7, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009).
Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, (Bandung: Tarsito. 2003).

Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi, (STAIN Jurai Siwo Metro, 2010).

Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017).

S. Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012).

_____, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*.(Bandung : Tarsito,1989).

Sepi Ratih, *Interview*, Mahasiswa IAIN Metro angkatan 2015, 14 Maret 2018.

Setyastuti, Yuanita. 2012. *Aprehensi Komunikasi Berdasarkan Konteks Komunikasi dan Tipe Kepribadian Ekstrovert- Introvert*. Jurnal Komunikator. Volume 4, Nomor 2, Bulan November 2012

Shiefti Dyah Alyusi, *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2016).

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012).

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Cet. Ke-x*, (Jakarta: Renika Cipta, 1996).

_____, *Prosedur Penelitian Suatu Praktik, Edisi Revisi*, (Jakarta: Renika Cipta, 2010).

Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*, (Bandung: Alfabeta, 2002).

Suraya Murcitaningrum, *Pengantar Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Prudent Media, 2013).

Sutrisno Hadi, *Metodelogi Research Jilid 2*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1994).

Todaro, *Ekonomi dalam Pandangan Modern. Terj.* (Jakarta: Bina Aksara, 2002).

W. Gulo, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Grasindo, 2002).

Wahidah, Nurul. “*Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan*”, (Pontianak: Universitas Tanjungpura, 2013)

10 Manfaat Sosial media di Berbagai Bidang dalam <https://manfaat.co.id/10-manfaat-sosial-media-di-berbagai-bidang>, Diunduh pada tanggal 14 Januari 2018 2004).

Fb Adalah Jejaring Sosial Yg Populer dalam <http://beginner-j.blogspot.co.id/2013/02/fb-adalah-jejaring-sosial-yg-populer.html>, Diunduh pada tanggal. 13 Januari 2017.

Gaya Hidup (Bergaya Untuk Hidup) dalam <https://sosiologibudaya.wordpress.com/2011/05/18/gaya-hidup/>, Diunduh pada tanggal 17 Januari 2018

KBBI Daring: Pencarian dalam <http://kbbi.kemdigbud.go.id>, Diunduh pada tanggal 19 Januari 2018.

Makalah Gaya Hidup dalam Masyarakat Modern dalam <http://doputsi.blogspot.in/2016/05/makalah-gaya-hidup-dalam-masyarakat.html>, Diunduh pada tanggal 14 Januari 2018.

Media Sosial – Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia bebas dalam http://id.m.wikipedia.org/wiki/Media_sosial, Diunduh Pada tanggal 19 Januari 2018.

Media Sosial : Berbagai Macam Sosmed dalam <http://mediainformasidankomunikasi.blogspot.co.id/2016/01/berbagai-macam-sosmed.html>, Diunduh pada tanggal 13 Januari 2018

Sejarah twitter | Alam tekno dalam <http://alamtekno.blogspot.co.id/2013/06/sejarah-twitter.html>, Diunduh pada tanggal 14 Januari 2018

Tentang Whatsapp dalam <https://www.whatsapp.com/about/?l=id>, Diunduh pada tanggal 14 Januari 2018

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA
IAIN METRO**

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relavan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Media Sosial
 - 1. Pengertian Media Sosial
 - 2. Karakteristik Media Sosial
 - 3. Aplikasi – Aplikasi Media Sosial
 - 4. Manfaat Media Sosial
- B. Gaya Hidup
 - 1. Pengertian Gaya Hidup
 - 2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup
 - 3. Aspek Gaya Hidup
- C. Teori Konsumsi
 - 1. Pengertian Konsumsi
 - 2. Aspek Perilaku Konsumsi

3. Karakteristik Perilaku Konsumsi
4. Perilaku Konsumsi dalam Islam

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Jenis Dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN

- A. Deskripsi Lokasi Penelitian
 1. Lokasi dan Sejarah IAIN Metro
 2. Visi dan Misi IAIN Metro
- B. Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metro

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

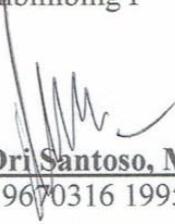
Metro, 06 Desember 2018

Mahasiswa Ybs,

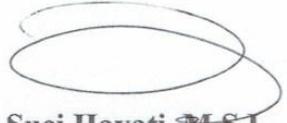

Dewi Oktaylani
NPM. 14118004

Mengetahui,

Pembimbing I


Drs. Dri Santoso, MH
NIP. 19670316 199503 1 001

Pembimbing II


Suci Hayati, M.S.I
NIP. 19770309 200312 2 003

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA IAIN METRO

A. Wawancara

1. Wawancara dengan Mahasiswa IAIN Metro
 - a. Apakah anda menggunakan media sosial?
 - b. Aplikasi media sosial apa saja yang anda miliki?
 - c. Berapa jam anda membuka media sosial dalam sehari?
 - d. Anda lebih sering menggunakan media sosial pada saat anda berada dimana?
 - e. Hal apa saja yang anda lakukan di media sosial?
 - f. Apakah anda sering membeli suatu produk dengan menggunakan media sosial?
 - g. Apakah anda membeli suatu produk di media sosial karena memang kebutuhan, atau membeli karena ada potongan harga, atau membeli karena untuk menjaga diri dan gengsi?
 - h. Menurut anda apakah dengan adanya media sosial memudahkan anda untuk mencari kebutuhan gaya hidup anda?
 - i. Apakah anda suka mengikuti gaya hidup orang lain yang ada di media sosial misalnya cara berpakaian, cara memakai jilbab, cara *make up* atau berdandan, maupun menggunakan alat elektronik yang lebih mahal di luar kemampuan anda?

- j. Menurut anda apakah gaya hidup mengikuti *trend* yang ada di media sosial sangat baik untuk mahasiswa?

B. Dokumentasi

Data tentang IAIN Metro

1. Profil IAIN Metro
2. Buku-buku/literatur tentang pengaruh media sosial terhadap gaya hidup
3. Foto-foto selama penelitian

Metro, Januari 2019

Peneliti,



Dewi Oktaviani

NPM. 14118004

Mengetahui

Pembimbing I



Drs. Dri Santoso, M.H.

NIP. 19670316 199503 1 001

Pembimbing II



Suci Hayati, M.Si

NIP. T9770309 200312 2 003

FOTO-FOTO









**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dewi Oktaviani Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syariah)
NPM : 14118004 Semester/TA : VIII/2018

| NO | Hari/Tgl | Hal Yang Dibicarakan | Tanda Tangan Dosen |
|----|----------|--|--------------------|
| | | Alhamdulillah. Catatan kelengkapan materi di cari tuan/kaliper gambar kecil berhal kegunaan. Pada gaya hidup | |

Dosen Pembimbing I,

Drs. Dri Santoso, M.H.
NIP. 19670316 199503 1 001

Mahasiswa ybs,

Dewi Oktaviani
NPM. 14118004



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dewi Oktaviani Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)
NPM : 14118004 Semester/TA : VIII/2018

| NO | Hari/Tgl | Hal Yang Dibicarakan | Tanda Tangan Dosen |
|----|-------------------|---|--------------------|
| 1. | Senin /14-5-2018 | - LBM harus memunculkan data pra survey. | |
| 2. | Jum'at /18-5-2018 | - Tambahkan teori tentang Komunikasi | |
| 3. | Kamis /24-5-2018 | - Penulisan Foot Note diperbaiki - Sumber data primer siapa saja & berapa ? Bagaimana Caranya. | |
| 4. | Kamis /25-5-2018 | - Aee Proposal. Lanjutkan ke Pembimbing I | |

Dosen Pembimbing II,

Suci Hayati, M.S.I
NIP. 197403092003122003

Mahasiswa ybs,

Dewi Oktaviani
NPM. 14118004



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) JURAI SIWO METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Dewi Oktaviani Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)
NPM : 14118004 Semester/TA : VIII/2018

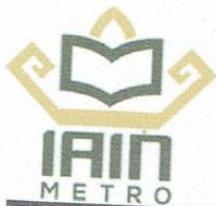
| NO | Hari/Tgl | Hal Yang Dibicarakan | Tanda Tangan Dosen |
|----|----------|-----------------------------------|--------------------|
| | | <i>Acc. di Cominual Cen -</i> | |

Dosen Pembimbing II,

Drs. Dwi Santoso, M.H.
NIP. 19670316 199503 1 001

Mahasiswa ybs,

Dewi Oktaviani
NPM. 14118004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dewi Oktaviani
NPM : 14118004

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX / 2018

| No | Hari/ Tanggal | Pembimbing I | Hal Yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|------------------|--------------|----------------------|--------------------|
| | | | <i>Acc. Mpd</i> | <i>[Signature]</i> |

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

[Signature]
Drs. Dri Santoso, M.H
NIP. 196703161995031001

[Signature]
Dewi Oktaviani
NPM. 14118004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

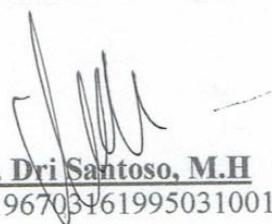
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dewi Oktaviani
NPM : 14118004

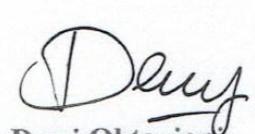
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX / 2019

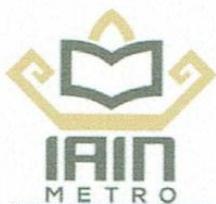
| No | Hari/ Tanggal | Pembimbing I | Hal Yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|------------------|--------------|---|--|
| | | | <i>Al di</i> <i>Amunghulu h.</i> <i>Cer -</i> |  |

Dosen Pembimbing I,


Drs. Dri Santoso, M.H
NIP. 196703161995031001

Mahasiswa Ybs,


Dewi Oktaviani
NPM. 14118004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dewi Oktaviani
NPM : 14118004

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX / 2018

| No | Hari/ Tanggal | Pembimbing II | Hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|----------------------|---------------|--|--------------|
| 1. | Jumat/ 21-12-2018 | ✓ | Pertanyaan Dalam APD Sebaiknya jinsan sika ventur Alonbang-n | |
| 2. | Senin/ 7-1-2019 | ✓ | - Ace APD | |

Dosen Pembimbing II,

Suci Hayati, M.S.I
NIP. 197703092003122003

Mahasiswa Ybs,

Dewi Oktaviani
NPM. 14118004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dewi Oktaviani
NPM : 14118004

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX / 2018

| No | Hari/ Tanggal | Pembimbing II | Hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|----------------------|---------------|--|--------------|
| 1. | Jumnt/ 11-1-2019 | ✓ | - Pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam APD belum sepenuhnya diuraikan dalam Bab IV/hasil wawancara belum lengkap - Analisis Data juga belum muncul. | |
| 2. | Serin / 14-1-2019 | ✓ | - Ace Skripsi: Lanjutan Pda Pembimbing I | |

Dosen Pembimbing II,

Suci Hayati, M.S.I
NIP. 197703092003122003

Mahasiswa Ybs,

Dewi Oktaviani
NPM. 14118004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-156a/In.28/FEBI/PP.00.9/05/2017

03 Mei 2017

Lampiran :-

Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:

1. Drs. Dri Santoso, MH
2. Suci Hayati, S.Ag., M.S.I
di - Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Dewi Oktaviani
NPM : 14118004
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Pengaruh Sosial Media Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Iain Metro

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan \pm 2/6 bagian.
 - b. Isi \pm 3/6 bagian.
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan,



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum.
NIP. 197209232000032002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0446/In.28.3/D.1/PP.00.9/02/2018

Metro, 20 Februari 2018

Sifat : Biasa

Lampiran : -

Perihal : Izin Pra Survey

Kepada Yth,
IAIN Metro
di- Tempat

Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama : Dewi Oktaviani
NPM : 14118004
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syari'ah
Judul : Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metro.

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberikan izin kepada mahasiswa dalam melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.



Wakil Dekan I ,


Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 2950/In.28/D.1/TL.01/12/2018

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
 menugaskan kepada saudara:

Nama : **DEWI OKTAVIANI**
 NPM : 14118004
 Semester : 9 (Sembilan)
 Jurusan : Ekonomi Syari`ah

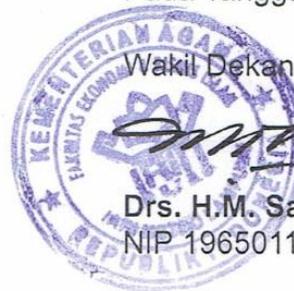
- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di IAIN Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA IAIN METRO".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
 Pada Tanggal : 26 Desember 2018

Mengetahui
 Pejabat Setempat

M. Makturus Saadon, SE



Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA
 NIP. 19650111 199303 1 0019



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 2951/In.28/D.1/TL.00/12/2018
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Rektor IAIN Metro
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 2950/In.28/D.1/TL.01/12/2018, tanggal 26 Desember 2018 atas nama saudara:

Nama : **DEWI OKTAVIANI**
NPM : 14118004
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di IAIN Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA IAIN METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 26 Desember 2018

Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA
NIP. 19650111 199303 1 0014



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-41/In.28/S/OT.01/01/2019**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Dewi Oktaviani
NPM : 14118004
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syari'ah

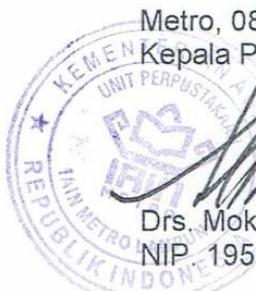
Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 14118004.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 08 Januari 2019
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhtandi Sudin, M.Pd. &
NIP. 195808311981031001



RIWAYAT HIDUP



Dewi Oktaviani dilahirkan di Lampung Tengah pada tanggal 19 Oktober 1996, anak pertama dari pasangan Bapak Sugianto dan Ibu Sugiarti. Pendidikan dasar peneliti ditempuh di TK Islam Al-Husna Tangerang dan selesai pada tahun 2003, kemudian melanjutkan ke SDN 1 Sidodadi 53p Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur dan selesai pada tahun 2008, kemudian melanjutkan ke SMP Negeri 1 Batanghari dan selesai pada tahun 2011, sedangkan pendidikan menengah atas pada SMA Negeri 2 Sekampung dan selesai pada tahun 2014, Kemudian melanjutkan pendidikan di IAIN Metro jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis Islam dimulai pada TA. 2014.