

**GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWI BIDIKMISI
ILMU ADMINISTRASI NEGARA UNIVERSITAS TEUKU UMAR**

Melia safitri¹, Arfriani Maifizar², Nurkhalis³

^{1, 2, 3}Sosiologi Universitas Teuku Umar

Email : melisa1998fitri@gmail.com¹, arfrianimaifizar@utu.ac.id², nurkhalis@utu.ac.id³

ABSTRACT

Consumptive lifestyle has become a common thing among students' bidikmisi, so the student's bidikmisi can not allocate their bidikmisi to the needs of the lecture. As for the formulation at the University of Teuku Umar what are the factors that affect the consumptive lifestyle on this study is to find out how the lifestyle of students bidikmisi Science of the State Administration and the factors that affect the consumptive lifestyle on a students State Administration Science at the University of Teuku Umar. This research uses qualitative methods and descriptive determination of informants by purposive sampling with data collection techniques through observation, interview, and documentation.

The results showed that the lifestyle of a student bidikmisi State Administrasi science at the University of Teuku Umar That the student is indeed classified as consumptive because are fond of buying goods in the market at elite boutiques and Mall, spending money and time hanging out in the café, eating at fast food restaurants and consuming branded goods or just the consumption of the symbolic value. While the factors that affect the consumptive of globalization, technology as well as the influence of advertisement either directly or indirectly.

Keywords: Consumptive lifestyle, Symbolic value, College student bidikmisi

1. PENDAHULUAN

Gaya hidup merupakan gambaran cara hidup serta tingkah laku yang ditunjukkan dalam aktivitas seseorang. Salah satu jenis gaya hidup yaitu gaya hidup konsumtif. Gaya hidup konsumtif tidak hanya terjadi pada seseorang yang sudah memiliki pekerjaan atau penghasilan yang tetap, tetapi juga terjadi pada kalangan mahasiswi salah satunya yaitu mahasiswi Universitas Teuku Umar Meulaboh.

Gaya hidup konsumtif ini sebagian besar dilakukan oleh para mahasiwi. Karena keperluan mahasiwi lebih banyak daripada keperluan para mahasiswa. Mahasiswi membelanjakan uangnya lebih banyak untuk keperluan penampilan seperti pakaian, sepatu, kosmetik, dan aksesoris. Daya beli yang tidak sesuai dengan uang yang

dimiliki berakibat pada hutang. Bagi wanita penampilan merupakan modal utama, apapun yang diinginkan harus didapatkan walaupun dengan cara berhutang. Mahasiswi yang bergaya hidup konsumtif tidak bisa memanfaatkan uang hanya untuk memenuhi kebutuhan perkuliahan tetapi lebih sering membeli barang-barang yang disukai serta dianggap sedang *trend* dalam kalangan masyarakat. Pada dasarnya keperluan mahasiswi yang sedang menuntut ilmu pengetahuan di perguruan tinggi berupa buku cetak, laptop, printer, dan kebutuhan perkuliahan lainnya.

Dari perilaku konsumtif ini dapat menimbulkan dampak negatif bagi mahasiswi itu sendiri. Dampak negatif gaya hidup konsumtif kalangan mahasiswi yaitu membuat mahasiswi menjadi boros dan tidak bisa mengatur keuangannya pada saat melakukan pembelian terhadap suatu barang. Ketika seorang individu tidak mampu membedakan antara kebutuhan dengan keinginan akan menimbulkan masalah ekonomi yang berujung pada hutang. Hasil observasi awal peneliti melihat fenomena mahasiswi bidikmisi Ilmu Administrasi Negara menyalahgunakan pemakaian uang bidikmisinya dan berperilaku konsumtif. Artinya ada mahasiswi yang mengalokasikan dana bidikmisi bukan untuk memenuhi kebutuhan sebagai seorang mahasiswi tetapi memenuhi keinginannya yaitu meningkatkan gaya hidup. misalnya membeli pakaian, kosmetik, handphone, barang lain yang sedang trending dan makanan yang mewah.

Dengan berkembangnya gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswi bidikmisi yang telah dideskripsikan diatas. Sangat menarik untuk diteliti lebih mendalam terkait faktor serta bagaimana gaya hidup konsumtif dikalangan mahasiswi bidikmisi yang ada di Universitas Teuku Umar yang berfokus pada mahasiswi bidikmisi Ilmu Administrasi Negara.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Telah terdapat jurnal yang mengulas tentang “ *Dampak Online Shop di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarinda*”, hasil penelitian ini yaitu instagram merupakan salah satu media yang digemari oleh penggunanya untuk berbelanja secara online sehingga berdampak pada bidang ekonomi karena pengguna instagram menggunakan untuk berbelanja online secara berlebihan, dan terus menerus dalam kurun waktu yang panjang dapat menimbulkan dampak negatif. Perempuan shopaholic di Samarinda aktif menggunakan Instagram dan menjadikan mereka berperilaku konsumtif dalam berbelanja online untuk memenuhi kebutuhan yang didasari oleh keinginan serta tujuannya untuk menjaga penampilan untuk menunjukkan identitas diri (Fitria,2015).

Telah terdapat karya ilmiah sebelumnya yaitu skripsi yang diteliti oleh Yusmaili dengan judul “ *Fenomena Gaya hidup Borjuis Remaja Gampong Lhok Seumot Kecamatan Beutong Kabupaten Nagan Raya*” penelitian ini berfokus ke gaya hidup borjuis yang menghalalkan segala cara untuk bisa bermewah-mewah. Sedangkan

penelitian ini fokusnya lebih kepada anak bidikmisi yang mengalokasikan uang bidikmisinya untuk meningkatkan gaya hidup (Yusmaili,2019).

Gaya hidup konsumtif

Sumartono (2002) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara berlebihan terhadap penggunaan suatu produk (Anggraini & Santoso,2017). Artinya, ketika membeli suatu barang yang fungsinya sama dengan barang yang belum habis atau tuntas dipakai jugak termasuk kedalam perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif terjadi karena pada saat pembelian suatu barang mengikuti hasrat atau keinginan tanpa memerhatikan kebutuhannya. Ada beberapa faktor menurut Sumartono yang mempengaruhi seseorang menjadi konsumtif yaitu (Azkia, 2018).

A. Faktor internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari diri sendiri. Artinya faktor ini terbentuk karena keinginan diri sendiri dan sudah melekat dalam pikiran serta tindakannya. Faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada seseorang yaitu faktor motivasi, harga diri, pengamatan dan proses belajar, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup.

Motivasi yang mempengaruhi keinginan ini adalah merupakan daya gerak yang berasal dari diri sendiri untuk mendapatkan atau mencapai tujuan tertentu seseorang berperilaku konsumtif karena adanya keinginan dari diri sendiri untuk berpenampilan sesuai tren yang sedang berkembang. Sedangkan harga diri merupakan sebuah pandangan pada diri sendiri. Artinya jika tidak bisa sama seperti orang akan merasa minder dan tidak percaya diri. Ketika memiliki barang yang sama dengan yang dimiliki oleh orang lain maka akan merasa memiliki harga diri yang sama dengan orang lain.

Faktor yang mempengaruhi keinginan berikutnya adalah pengamatan, dimana merupakan proses mengamati suatu keadaan untuk memperoleh informasi. Sedangkan proses belajar merupakan seseorang yang berada pada tahap sedang belajar. Setelah adanya pengamatan dan memperoleh informasi barulah individu belajar untuk mencoba dan mempraktekkannya. Kepribadian merupakan bentuk karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu. Konsep diri merupakan cara seseorang dalam memandang dirinya dan orang lain. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek, bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Sedangkan faktor gaya hidup merupakan suatu pilihan hidup diri seseorang dalam menjalani kehidupannya. Gaya hidup memiliki gaya yg berbeda-beda seperti gaya hidup konsumtif, gaya hidup hemat, gaya hidup hedonis, gaya hidup sehat dan sebagainya.

B. Faktor eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor pendorong yang berasal dari luar diri individu. Artinya faktor eksternal ini terjadi karena pengaruh orang lain. Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada seseorang yaitu faktor budaya, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga dan demografi.

Faktor kebudayaan merupakan budaya-budaya yang sudah berkembang dan melekat dalam suatu kelompok masyarakat. Suatu kebudayaan sudah di akui oleh kelompok yang menjalankan budaya tersebut dan sudah di akui oleh kelompok juga oleh kelompok lainnya. Seperti halnya budaya konsumtif memang sudah diakui bahwasanya perilaku konsumtif sudah dilakukan oleh sekelompok orang. Maka oleh sebab itulah perilaku konsumtif ini berkembang karena sudah menjadi budaya didalam masyarakat. Sedangkan faktor kelas sosial merupakan bentuk perbedaan antara individu maupun kelompok dalam masyarakat. Kelas sosial dapat dikaitkan dengan posisi seseorang yang di ukur berdasarkan perekonomiannya. Jika semakin tinggi perekonomiannya maka semakin tinggi pula kelas sosialnya.

Pada faktor kelompok referensi merupakan sekelompok orang yang dijadikan pedoman dan mampu mempengaruhi perilaku maupun tindakan seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung, Misalnya, teman, selebgram, youtuber dan lainnya. Sedangkan faktor keluarga merupakan unit terkecil dari dari masyarakat yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak-anaknya (keluarga inti) yang tinggal dalam satu rumah. Keluarga juga termasuk salah satu faktor pendorong perilaku konsumtif, tindakan ataupun perilaku salah satu anggota keluarga bisa menjadi panutan bagi yang lainnya. Adapun faktor terakhir faktor demografi disebabkan oleh faktor lingkungan dan letak wilayah tempat tinggal individu maupun sekelompok masyarakat. Lingkungan tempat tinggal sangat mempengaruhi seseorang baik perilaku maupun kebiasaan lainnya.

Menurut Baudrillard masyarakat modern merupakan masyarakat konsumsi. Masyarakat konsumsi tidak hanya mengonsumsi nilai guna barang yang dibelinya, namun, manusia modern lebih tertarik untuk membeli makna, simbol, atau tanda yang melekat dalam barang yang dibelinya. Setiap simbol menginisiasi status seseorang, simbol yang paling mudah menunjukkan status ini adalah merk (Martono, 2016).

3. METODE PENELITIAN

Melakukan penelitian tentu memerlukan metode penelitian tertentu sesuai dengan kajian masalah yang hendak diteliti. Adapun metode yang dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif secara deskriptif. Menurut Moleong (2005) metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami kejadian atau fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya (Herdiansyah, 2019).

Selain itu, dalam penelitian ini, sumber data yang dikumpulkan oleh peneliti berasal dari dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2012). Teknik penentuan informan yaitu teknik purposive sampling. Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian maka perlu ditetapkan teknik pengumpulan data yang tepat. Teknik pengumpulan data merupakan salah satu teknik penelitian untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk mendapatkan hasil penelitian yang tepat. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu melalui, observasi, wawancara mendalam (*in depth interview*), dan dokumentasi.

4. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Program Bidikmisi

Bidikmisi merupakan bantuan biaya pendidikan dari pemerintah bagi calon mahasiswa yang sudah lulus dari Sekolah Menengah Atas (SMA) atau yang sederajat serta memiliki potensi akademik yang baik tetapi memiliki keterbatasan ekonomi (Belmawa Ristekdikti, 2019).

Universitas Teuku Umar merupakan Salah satu Perguruan Tinggi Negeri yang menyediakan bidikmisi. Jumlah mahasiswa penerima bidikmisi semakin meningkat pertahunnya. Pada tahun 2014 hanya sekitar 150 mahasiswa dan pada tahun 2019 sudah mencapai 1197 mahasiswa. Berikut daftar jumlah penerima dana bidikmisi pertahun di Universitas Teuku Umar :

Tabel 4.1 Jumlah Penerima Bidikmisi di Universitas Teuku Umar

No	Tahun	Jumlah
1	2014	150 Orang
2	2015	280 Orang
3	2016	300 Orang
4	2017	451 Orang
5	2018	804 Orang
6	2019	1197 Orang
Total		3182 Orang

Sumber : Humas UTU

B. Faktor Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya bahwa faktor yang mendorong para mahasiswi bidikmisi Ilmu Administrasi Negara memiliki gaya hidup konsumtif ini yaitu karena pengaruh globalisasi. Sebagaimana yang dalam teori masyarakat konsumsi yang menyatakan bahwa globalisasi mendi salah satu faktor

lahirnya masyarakat konsumsi. Masyarakat konsumsi merupakan masyarakat modern. Jadi, para mahasiswa untuk menunjukkan dirinya mengikuti budaya modern maka mereka akan mengonsumsi barang-barang yang dianggap sedang trend dalam kalangan masyarakat luas.

Globalisasi di manfaatkan oleh para kapitalis untuk menciptakan barang yang dianggap bisa mempermudah aktivitas keseharian masyarakat dan dibuat serasional mungkin agar masyarakat merasa membutuhkan barang yang diciptakannya. Oleh karena itu para kapitalis menciptakan suatu alat yang digunakan sebagai media penyampaian pesan untuk mencapai tujuannya. Misalnya, melalui televisi para kapitalis menarik perhatian para masyarakat melalui iklan-iklan yang dibuat sedemikian rupa sehingga menjadikan orang yang menyaksikannya ikut mengonsumsi barang yang diiklankan tersebut. Sebagaimana dalam analisis teori masyarakat konsumsi mengenai peran media massa dalam bentuk iklan merupakan cara pengendalian pasar yang sempurna dengan konsep yang cukup menggoda konsumen untuk membelinya. Sebenarnya, suatu produk tidak akan menjadi kebutuhan bagi masyarakat konsumtif namun karena iklan dibuat mengesankan seakan produk tersebut merupakan suatu produk yang sangat diperlukan sekarang dapat menjadi faktor mereka membeli barang tersebut (Maifizar&Yana, 2019). Pengaruh iklan tidak hanya didapatkan melalui televisi tetapi sekarang di media sosial juga sudah dijadikan sebagai tempat berbisnis secara online. Misalnya, Facebook, WhatsApp, Instagram itu sudah menjadi tempat mempromosikan barang serta melakukan transaksi jual beli secara online. Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan mempengaruhi tingkat konsumsi para mahasiswa. Media dan iklan memang wajar adanya tetapi para mahasiswa tidak bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Bahkan alasan para mahasiswa mengonsumsi barang bukan hanya untuk nilai gunanya akan tetapi nilai atau simbol yang terkandung dalam barang tersebut sehingga menjadikan para mahasiswa lebih percaya diri.

Faktor lainnya yang menjadikan mahasiswa konsumtif Ilmu Administrasi Negara menjadi konsumtif juga disebabkan oleh iklan secara tidak langsung dari dalam keluarga, pergaulan dengan kawan-kawan serta pengaruh lingkungan. Faktor keluarga disebabkan karena salah satu anggota keluarga yang konsumtif menjadikan anggota keluarga lainnya mengikuti gaya yang sama. Gaya hidup mahasiswa juga dapat dipengaruhi oleh pergaulan dengan mahasiswa yang lain. Karena pada dasarnya para mahasiswa dalam kesehariannya tidak lepas dari pergaulan dengan kawan-kawannya. Kawan yang memiliki gaya hidup konsumtif secara tidak sadar juga membawa kawannya yang lain kearah gaya hidup yang sama dengan yang dijalani oleh dirinya. Seperti halnya mahasiswa yang menampilkan dirinya dengan produk-produk yang baru tentunya membuat mahasiswa lain tertarik untuk mengonsumsi barang yang sama. Selain itu para mahasiswa dalam berbelanja sering mengajak kawan yang lain untuk ikut berbelanja bersama. Walaupun terkadang seseorang tidak membutuhkan suatu barang

dan ketika jalan-jalan ke pasar tentunya akan mempengaruhi minat ingin berbelanja juga. Sebagaimana dalam analisis teori masyarakat konsumsi bahwa membeli atau membelanjakan suatu barang tidak lagi berdasarkan apa yang sedang dibutuhkan sekarang ini melainkan menuruti keinginan apa yang lagi trend dimasa ini.

C. Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Bidikmisi Administrasi Negara

Gaya hidup konsumtif mahasiswi bidikmisi Prodi Administrasi Negara tidak hanya ketika menerima dana bidikmisi tetapi juga dengan dana yang dikirimkan oleh orangtuanya. Gaya hidup konsumtif tercermin dari pakaian, merek barang yang dipakai, cenderung mengikuti trend serta menghabiskan waktu luang untuk nongkrong di kafe atau makan di restoran cepat saji dan lebih tepatnya tidak menggunakan uang untuk hal yang lebih banyak manfaatnya. Para mahasiswi bidikmisi Ilmu Administrasi Negara dalam memenuhi gaya hidupnya cenderung melibatkan keinginan atau hasrat, sehingga objek yang dikonsumsi tidak dapat terkendalikan. Pengendalian dalam pembelian suatu barang atau melakukan aktivitas tertentu yang menghabiskan dana sangatlah penting bagi seorang mahasiswi agar terhindar dari gaya hidup konsumtif.

Gaya hidup konsumtif pada mahasiswi bidikmisi Ilmu Administrasi Negara sebagaimana hasil penelitian yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya bahwa mahasiswi bidikmisi dalam hal berbelanja barang ada belanja dipasar biasa ada juga yang berbelanja di mall atau butik. Mahasiswi yang memilih berbelanja di mall memiliki alasan yang berbeda-beda. Ada yang beranggapan bahwa barang di mall lebih berkualitas daripada di pasar biasa dan ada juga disebabkan oleh rasa gengsi dalam memilih tempat berbelanja. Selain itu tujuan para mahasiswi belanja di mall untuk membeli barang yang bermerek. Mengonsumsi barang bermerek tentunya karena adanya tujuan yaitu untuk menjadi percaya diri dan diakui lebih modern. Sebagaimana dalam analisis Teori Masyarakat Konsumsi bahwasannya nilai guna pada suatu barang tidak lagi menjadi alasan konsumsi. Namun, manusia modern lebih tertarik untuk membeli makna, symbol atau tanda yang melekat pada barang yang dibelinya. Jadi, mahasiswi mengonsumsi barang bukan sepenuhnya karena fungsinya melainkan simbol atau nilai yang ada pada barang tersebut. Ketika rasa gengsi seseorang lebih tinggi daripada pemikiran yang rasional maka mereka akan lebih konsumtif. Pada kalangan mahasiswi cenderung konsumtif kearah fashion seperti membeli pakaian, sepatu, tas, handphone, kosmetik, dan sebagainya dan barang tersebut bukanlah kebutuhan utama untuk seorang mahasiswi.

Konsumsi di kalangan mahasiswi tidak lagi dilihat dari sisi kegunaan atau manfaatnya, tetapi sudah di ambil alih oleh simbol yang terkandung pada barang yang akan dikonsumsi. Perkembangan teknologi serta pengetahuan modern menjadikan para mahasiswi lebih mudah terpengaruh dengan iming-iming yang diiklankan terutama di

media sosial. barang-barang dijual secara *online* sehingga mahasiswi lebih mudah lagi mendapatkan barang yang diinginkannya.

Gaya hidup yang berkembang dikalangan mahasiswi bidikmisi seperti atau sekedar jalan-jalan di mall sudah menjadi hal biasa. Bahkan di butik-butik jugasudah menjadi langganan untuk berbelanja. Hal ini terbukti dari pengakuan salah satu informan yang menghabiskan uangnya hanya untuk berbelanja dan bahkan uang yang diterimanya itu tidaklah cukup untuk memenuhi keinginannya. Beberapa mahasiswi bidikmisi program Studi Administrasi negara juga suka berbelanja secara online. Alasan mereka berbelanja secara online karena praktis dalam segi waktu selain itu toko belanja online sering menawarkan barang promo yang diselenggarakan secara besar-besaran dimusim-musim tertentu. Penarik terjadinya gaya hidup konsumtif pada kalangan mahasiswi karena mudah terpengaruh dengan iklan serta diskon-diskon yang ditawarkan baik ditoko langsung maupun di toko online.

Para mahasiswi bidikmisi program Studi Administrasi negara selain hobi dalam berbelanja juga sering berkunjung ke kafe dengan alasan berjumpa dan nokrong bersama kawan-kawannya sekaligus mengabadikan momen dengan mengupload foto di media sosial agar diakui sebagai masyarakat modern. Konsumsi dalam masyarakat modern bukan hanya konsumsi biasa tetapi yang luarbiasa yaitu tanda atau simbol yang ada pada barang yang di konsumsinya sehingga dapat dikategorikan ke dalam gaya hidup konsumtif.

5. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif yang dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilaksanakan di Universitas Teuku Umar Kecamatan Meureubo Kabupaten Aceh Barat tentang "*Gaya hidup konsumtif pada kalangan mahasiswi bidikmisi Administrasi Negara Universitas Teuku Umar*" maka diperoleh hasil sebagaimana telah penulis sajikan dalam bab 4 (empat), dari hasil penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor terjadinya gaya hidup konsumtif pada mahasiswi bidikmisi Program Studi Ilmu Administrasi Negara disebabkan oleh beberapa faktor yaitu antara lain pengaruh globalisasi yang melahirkan teknologi berkembang pesat, kemudian dimanfaatkan oleh para kapitalis untuk menjual produk-produknya melalui iklan. Lalu disebarakan melalui media massa dan media sosial untuk memikat para konsumen (pengaruh secara langsung). Selain itu pengaruh dari keluarga yang memiliki gaya hidup konsumtif sehingga mempengaruhi anggota keluarganya. Harga diri dan kawan juga sering merekomendasikan barang tertentu sehingga menjadi penyebab seseorang berperilaku konsumtif (pengaruh tidak langsung).

2. Gaya hidup konsumtif yang ada pada mahasiswi bidikmisi Program Studi Ilmu Administrasi Negara ini tercermin dari kegemaran mahasiswi dalam berbelanja ditempat elit serta membeli barang bermerek dengan tujuan memperoleh status sosial serta menjadi percaya diri. Selain itu para mahasiswi juga nongkrong dikafe dan makan di restoran cepat saji untuk update status agar dianggap lebih modern. Mahasiswi cenderung memiliki gengsi yang besar jika berbelanja di pasar biasa, makanya mereka memilih mall dan butik serta berbelanja online.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Adzkiya, A. (2018). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Faktor Pendorongnya (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Angkatan 2017)*. Jakarta: Universitas Negeri Syarif Hidayatullah.
- Anggraini, R. T., & Santoso, F. H. (2017). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. *Jurnal.ugm.ac.id, Vol 3 (3)*, 131-140.
- Belmawa Ristekdikti. (2019, Februari 05). *Standar Pelayanan Bidikmisi*. Retrieved Januari 21, 2020, from Belmawa.ristekdikti: [Http://bidikmisi.belmawa.ristekdikti.go.id/petunjuk/view?q=standar-pelayanan-bidikmisi&id=16](http://bidikmisi.belmawa.ristekdikti.go.id/petunjuk/view?q=standar-pelayanan-bidikmisi&id=16)
- Djuwitaningsih, E. W. (2018). Perubahan Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Tenaga Kerja Wanita (TKW) Purna. *Journal Umpo.ac.id Vol 7 (1)*, 1-21.
- Fitria, E. M. (2015). Dampak Online Shop di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 1 (3)*, 117-128.
- Herdiansyah, H. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Maifizar, A., & Yana, R. H. (2019). Representasi Nilai Budaya Islami dalam Iklan Sari Ayu" Hijab". *Community : Pengawas Dinamika Sosial, 5(1)*, 76-84.
- Martono, N. (2016). *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Postmodern, dan Poskolonial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Yusmaili. (2019). *Fenomena Gaya Hidup Borjuis Remaja Gampong Lhok Seumot Kecamatan Beutong Kabupaten Nagan Raya*. Aceh Barat: Universitas Teuku Umar.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.