



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pola perilaku konsumtif sangat berpengaruh negatif terhadap kecanduan media sosial terutama pada kalangan remaja atau siswa tingkat SMA. Yang artinya hampir rata – rata 85% siswa di DKI Jakarta telah masuk kedalam zona nyaman mereka sehingga mereka tidak lagi memiliki pemikiran – pemikiran yang maju untuk masa depan tetapi lebih mementingkan penampilan dan juga gaya hidup era milenial ini.

Masih terdapat adanya pengaruh kecanduan media sosial terhadap perilaku konsumtif sebesar 24,9%, dan sisa dari hasil persentase tersebut berpengaruh pada variabel lain, yang dimana :

1. Adanya pengaruh ketergantungan media sosial melalui video – video produk yang ditawarkan atau ditampilkan terhadap perilaku konsumtif.
2. Adanya pengaruh ketergantungan media sosial melalui ulasan – ulasan atau komentar khalayak mengenai produk terhadap perilaku konsumtif.
3. Adanya pengaruh ketergantungan media sosial melalui gambar atau poster yang ditampilkan terhadap perilaku konsumtif.

B. Saran

1. Saran Akademis

Jika melihat secara garis besar, variabel kecanduan media sosial dan variabel perilaku konsumtif sangat melekat dalam masyarakat atau berhubungan dengan masyarakat, maka dari ini variabel – variabel ini harus tetap dipertahankan untuk bertujuan mencari tahu seberapa besar pengaruh variabel – variabel tersebut dalam kondisi masyarakat. Melihat



variabel kecanduan media sosial, menurut responden adalah setuju jika banyak dari antara mereka sangat membutuhkan dan menggunakan media sosial sebagai media hiburan atau sebagai media entertain sehingga variabel.

Hal ini perlu ditingkatkan atau dikaji lebih dalam untuk melihat seberapa besar pengaruh adanya media sosial terhadap perkembangan zaman dan kondisi perkembangan siswa tingkat SMA. Dalam upaya meneliti kasus kecanduan media sosial tersebut, maka dibutuhkan responden – responden yang kuat dan juga peneliti yang dapat bergerak dan berfikir lebih maju dan berkembang terhadap faktor – faktor kecanduan media sosial yang akan dihadapi.

2. Saran Praktis

Bagi pihak lain yang ingin mencoba meneliti penelitian ini, maka sangat disarankan untuk mencari tahu terlebih dahulu pengaruh faktor kecanduan media sosial dan faktor pola perilaku konsumtif. Variabel – variabel tersebut dapat menggunakan antara lain tingkat kepuasan remaja terhadap media sosial, seberapa sering melakukan aktivitas media sosial, seberapa sering menggunakan media sosial sebagai sarana pembelian online, dan lain – lain.