

**FENOMENA RACUN TIKTOK PADA PERILAKU  
KONSUMTIF MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF ISLAM  
( Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam UMPalembang)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Dalam Ilmu Ekonomi Syariah**

**Oleh :**

**Wulandari**

**NIM. 642021018**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**2025**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Hal : Persetujuan Skripsi

Yth,

Bapak Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Palembang

Di

Tempat

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah kami periksa dan mengadakan perbaikan-perbaikan seperlunya, maka skripsi yang berjudul “ **FENOMENA RACUN TIKTOK PADA PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF ISLAM (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG)** ” yang ditulis oleh Wulandari NIM 642021018 telah dapat diajukan dalam sidang munaqosah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Demikian atas segala perhatiannya, kami ucapkan terimakasih

*Billahi Fii Sabililhaq Fastabiqul Khairot*

*Wassalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Pembimbing I



Hendri Nur Alam S.E., M.SI

NBM/NIDN : 1231101/222108202

Pembimbing II



Dr. Ani Aryati, M.Pd.I

NBM/NIDN : 788615/0221057701

**LEMBAR PENGESAHAN**

**FENOMENA RACUN TIKTOK PADA PERILAKU KONSUMTIF  
MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF ISLAM ( STUDI KASUS  
MAHASISWA FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH PALEMBANG )**

Yang ditulis oleh : Wulandari, 642021018

Telah dimunaqosahkan dan dipertahankan

Didepan panitia penguji skripsi pada tanggal 16 April 2025

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh

**Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Palembang, 16 April 2025**

**Universitas Muhammadiyah Palembang, Fakultas Agama Islam**

**Panitia Penguji**

**Ketua,**

**Dr. Rulitawati S. Ag. M. Pd. I**

**NBM/NIDN: 895938/0206057201**

**Sekretaris,**



**Rijalush Shalihin S.E.I.M.H.I**

**NBM/NIDN: 1081397/0205068801**

**Penguji I**

**Rijalush Shalihin S.E.I.M.H.I**

**NBM/NIDN: 1081397/0205068801**

**Penguji II**

**Yuniar Handayani S.H., M.H**

**NBM/NIDN: 995869/0230066701**

**Mengesahkan**



**Dekan Fakultas Agama Islam**

**Dr. Purmansyah Ariadi S. Ag. M. Hum**

**NBM/NIDN : 731454/0215126904**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wulandari

Nim : 642021018

Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“FENOMENA RACUN TIKTOK PADA PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF ISLAM (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG)”** Adalah benar karya peneliti sendiri dan bukan merupakan jiplakan, kecuali kutipan-kutipan dan referensi-referensi dari buku yang disebutkan sumbernya. Jika terbukti benar, maka sepenuhnya peneliti bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini peneliti buat dengan sesungguhnya.

Palembang, 20 April 2025

Yang membuat pernyataan



**Wulandari**

**NIM. 642021018**

## MOTTO

وَيَرْزُقُهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ قَدْ  
جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا ۝ ۳

Dan Dia memberinya rezeki dari arah yang tidak disangka-sangkanya. Dan barangsiapa bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan-Nya. Sungguh, Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu. (QS. At Thalaq : 3)

"Bahkan hal-hal kecil pun sangat penting untuk perkembangan." - Montblanc  
Norland

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan saya nikmat yang luar biasa, memberikan kekuatan serta memberikan saya kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir saya dengan baik. Shalawat serta salam selalu dilimpahkan kepada baginda Rasulullah SAW. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan pertolongan-Nya yang tiada henti. Tanpa izin-Nya, saya tidak akan sampai di titik ini.
2. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Marwan Maharab dan Ibu Suhaimah yang telah mendidik dan menjadi panutan penulis. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih.

3. Saudara/i tercintaku, kakak Lusiyana, Kakak Sudarsi, Kakak Afdal dan Adek Yunita, beserta ipar penulis, Kakak Katimun dan Kakak Santi Puspita Sari, terimakasih atas dukungan dan do'anya.
4. Partnerku Almizi Malik, terima kasih telah banyak berkontribusi dalam penulisan skripsi ini baik tenaga, waktu, maupun materi.
5. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada teman-teman yang telah turut mendampingi, membantu dalam menyelesaikan penelitian ini dan memberikan dukungan selama proses pelaksanaan penelitian di lokasi, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
6. Terima kasih kepada almamater tercinta atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan. Saya bangga menjadi bagian dari Universitas Muhammadiyah Palembang

## KATA PENGANTAR

*Assalammu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Atas rahmat dan karunia-Nya, Tak lupa pula Shalawat beserta salam semoga tercurah kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya yang mulia. Sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul “ **FENOMENA RACUN TIKTOK PADA PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF ISLAM ( STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS AGAMA ISLAM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG )** ”.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana fenomena "Racun TikTok" memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya di lingkungan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami lebih dalam bagaimana konten TikTok yang bersifat promotif mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengidentifikasi faktor-faktor yang membuat mahasiswa menjadi lebih rentan terhadap pengaruh tersebut, serta menelaah bagaimana pandangan dan strategi mahasiswa dalam menyikapi fenomena ini berdasarkan perspektif Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan pertolongan-Nya yang tiada henti. Tanpa izin-Nya, saya tidak akan sampai di titik ini.
2. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku, Bapak Marwan Maharab dan Ibu Suhaima, atas doa, dukungan, dan semangat yang tiada henti. Pengorbanan kalian sangat berarti dalam perjuanganku hingga mencapai titik ini.
3. Bapak Prof. Abid Djuzali, S.E.,M.M., Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag.,M.Hum., Selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Ibu Dr. Rulitawati S.Ag.,M.Pd.I selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Bapak Rijalush Shalihin S.E.I.,M.H.I selaku Wakil Dekan II Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Bapak M. Jauhari S.E.,M.Si selaku Kepala prodi Pendidikan Agama Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Bapak Hendri Nur Alam S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing, atas bimbingan, nasehat, saran, dan motivasi yang diberikan.
9. Ibu Ani Aryati, M.Pd.I., selaku Dosen Pembimbing, atas bimbingan, nasehat, saran, dan motivasi yang diberikan.
10. Bapak Rijalush Shalihin S.E.I.,M.H.I dan Ibu Yuniar Handayani S.H.,M.H selaku Penguji I dan II atas waktu, perhatian, dan masukan yang sangat

berharga selama sidang skripsi ini. Saran dan kritik yang diberikan akan membantu dalam memperbaiki dan mengembangkan penelitian ini.

11. Seluruh Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

12. Keluarga besar Fakultas Agama Islam khususnya teman-teman di Fakultas Agama Islam, atas segala dukungan, semangat dan kerjasamanya.

Akhir kata, Penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

*Wassalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Palembang, 20 April 2025



Wulandari

Nim. 642021018

## ABSTRAK

Wulandari (642021018), **Judul Skripsi: Fenomena Racun TikTok Pada Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Islam ( Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang ).**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana fenomena "Racun TikTok" memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya dari sudut pandang Islam. Fokus penelitian ini diarahkan pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang sebagai subjek utama. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang dikaji. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi langsung, wawancara mendalam dengan mahasiswa yang aktif menggunakan aplikasi TikTok, studi kepustakaan yang relevan dengan topik, serta analisis dokumen terkait. Data yang diperoleh dibedakan menjadi data primer yang bersumber dari hasil wawancara, dan data sekunder yang berasal dari literatur-literatur ilmiah maupun dokumentasi yang mendukung. Proses analisis data dilakukan dengan tahapan reduksi data, penyajian data secara sistematis, serta penarikan kesimpulan melalui verifikasi data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok yang intens dapat memicu peningkatan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Dorongan untuk membeli barang-barang yang muncul di TikTok seringkali tidak dilandasi oleh kebutuhan, melainkan oleh keinginan yang dipengaruhi oleh tren yang sedang viral, peran influencer yang dianggap inspiratif, serta sistem algoritma TikTok yang terus menyesuaikan konten dengan preferensi pengguna. Dalam tinjauan Islam, perilaku konsumtif yang tidak didasari kebutuhan dan dilakukan secara berlebihan bertentangan dengan nilai-nilai ajaran Islam yang menekankan pentingnya sikap hidup sederhana, bijak dalam membelanjakan harta, serta menjaga keseimbangan dalam memenuhi kebutuhan duniawi. Penelitian ini menyoroti pentingnya penguatan literasi digital di kalangan mahasiswa agar mereka mampu menyikapi fenomena media sosial secara kritis dan tidak mudah terpengaruh oleh konten-konten yang mendorong gaya hidup konsumtif yang berlebihan.

***Kata kunci*** : Fenomena, Racun TikTok, Perilaku Konsumtif, Perspektif Islam

## ABSTRACT

Wulandari (642021018) **Thesis Title : The TikTok Poison Phenomenon on Students' Consumptive Behavior from an Islamic Perspective (Case Study of Students at the Faculty of Islamic Studies, Muhammadiyah University of Palembang).**

This research aims to analyze how the phenomenon of “TikTok Poison” influences the consumptive behavior of students, particularly from an Islamic perspective. The study focuses on students of the Faculty of Islamic Studies at Universitas Muhammadiyah Palembang as the primary subjects. A qualitative approach with a descriptive method was employed to gain an in-depth understanding of the phenomenon under investigation. Data collection techniques included direct observation, in-depth interviews with active TikTok users, literature review relevant to the topic, and document analysis. The data obtained were categorized into primary data, sourced from interviews, and secondary data, derived from scholarly literature and supporting documents. The data analysis process involved data reduction, systematic data presentation, and drawing conclusions through data verification. The findings of this research indicate that excessive use of TikTok can trigger an increase in consumptive behavior among students. The urge to purchase products showcased on TikTok is often driven not by actual needs, but by desires influenced by trending content, the persuasive role of influencers, and TikTok’s algorithm that continuously tailors content to user preferences. From an Islamic viewpoint, consumptive behavior that is not based on genuine need and is carried out excessively contradicts the core Islamic values which emphasize simplicity, wise financial management, and maintaining balance in fulfilling worldly needs. This study highlights the importance of enhancing digital literacy among students, enabling them to respond critically to social media trends and avoid falling into excessive consumerism encouraged by online content.

**Keywords:** Phenomenon, TikTok Poison, Consumptive Behavior, Islamic Perspective

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Fokus Penelitian .....	10
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
1. Tujuan.....	10
2. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II .....	13
LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN YANG RELAVAN .....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Fenomena Racun TikTok.....	13

2. Perilaku Konsumtif.....	16
3. Konsumtif.....	20
4. <i>Uses and Gratification</i> ( Penggunaan dan Kepuasan ) .....	23
5. Perspektif Islam Tentang Konsumsi.....	26
<b>B. Penelitian Relavan.....</b>	30
<b>BAB III.....</b>	34
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	34
<b>A. Pendekatan Penelitian .....</b>	34
<b>B. Situasi Sosial Dan Subjek.....</b>	36
1. Situasi Sosial .....	36
2. Subjek Penelitian.....	36
<b>C. Jenis Dan Sumber Data .....</b>	37
1. Jenis Data .....	37
2. Sumber Data .....	38
<b>D. Teknik Pengumpulan Data.....</b>	40
1. Observasi .....	40
2. Wawancara .....	41
3. Studi Kepustakaan .....	42
4. Analisis Dokumen .....	43
<b>E. Teknik Analisa data.....</b>	44
1. Reduksi Data ( <i>Data Coleceion</i> ).....	44
2. Penyajian Data ( <i>Display Data</i> ) .....	45
3. Verifikasi ( Penarikan Kesimpulan) .....	45
<b>F. Uji Kepercayaan Data.....</b>	46
1. Kredibilitas ( <i>Credibility</i> ) .....	47
2. Triangulasi.....	47
<b>G. Rencana Dan Waktu Penelitian .....</b>	49
1. Rencana Penelitian .....	49
2. Waktu Penelitian.....	49

<b>BAB IV .....</b>	<b>51</b>
<b>DESKRIPSI LOKASI, TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
<b>A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....</b>	<b>51</b>
<b>B. Temuan Penelitian dan Pembahasan.....</b>	<b>63</b>
1. Temuan Penelitian .....	63
2. Pembahasan .....	64
<b>BAB V.....</b>	<b>103</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>103</b>
<b>A. KESIMPULAN.....</b>	<b>103</b>
<b>B. SARAN.....</b>	<b>104</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>106</b>
<b>INSTRUMEN WAWANCARA .....</b>	<b>110</b>
<b>DOKUMENTASI .....</b>	<b>112</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Data Informasi Wawancara .....	63
Tabel 4. 2 Wawancara kepada mahasiswa FAI UM Palembang .....	65
Tabel 4. 3 Wawancara kepada mahasiswa FAI UM Palembang .....	68
Tabel 4. 4 Presentase penyebab pembelian produk di TikTok .....	71
Tabel 4. 5 Wawancara kepada mahasiswa FAI UM Palembang .....	72
Tabel 4. 6 Wawancara kepada mahasiswa FAI UM Palembang .....	74
Tabel 4. 7 Wawancara kepada mahasiswa FAI UM Palembang .....	79
Tabel 4. 8 Wawancara kepada mahasiswa UM Palembang .....	82
Tabel 4. 9 Wawancara kepada mahasiswa UM Palembang .....	86
Tabel 4. 10 Wawancara kepada mahasiswa UM Palembang .....	89
Tabel 4. 11 Wawancara kepada mahasiswa UM Palembang .....	93
Tabel 4. 12 Pemahaman perilaku konsumsi berdasarkan perspektif Islam.....	97
Tabel 4. 13 Wawancara kepada mahasiswa FAI UM Palembang .....	98

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi FAI UM Palembang .....	57
Gambar 4. 2 Pimpinan FAI UM Palembang Periode 1994-1998.....	58
Gambar 4. 3 Pimpinan FAI UM Palembang Periode 1998-2002.....	58
Gambar 4. 4 Pimpinan FAI UM Palembang Periode 2002-2011 .....	59
Gambar 4. 5 Pimpinan FAI UM Palembang Periode 2011-2019.....	59
Gambar 4. 6 Pimpinan FAI UM Palembang Periode 2019-2023.....	60
Gambar 4. 7 Pimpinan FAI UM Palembang Periode 2024-2028.....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran I</b>	: Pedoman Wawancara
<b>Lampiran II</b>	: Catatan Hasil Penelitian
<b>Lampiran III</b>	: SK Pembimbing I dan II
<b>Lampiran IV</b>	: Surat Izin Penelitian
<b>Lampiran V</b>	: Surat Balasan Izin Penelitian
<b>Lampiran VI</b>	: Bukti Konsultasi Skripsi Pembimbing I dan II
<b>Lampiran VII</b>	: Bukti Konsultasi Skripsi Penguji I dan II
<b>Lampiran VIII</b>	: Dokumentasi
<b>Lampiran IX</b>	: Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Seiring perkembangan zaman, inovasi dalam teknologi informasi dan komunikasi telah menunjukkan perkembangan yang pesat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan perubahan pada gaya hidup masyarakat secara signifikan dan berlangsung dengan cepat. Kemajuan teknologi ini memudahkan kita untuk berkomunikasi dan untuk mengakses internet dengan cepat dimanapun dan kapanpun. Sehingga dalam menjalani kehidupan sehari-hari manusia menjadi sangat bergantung pada media online dan internet dan tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan masyarakat karena sudah menjadi kebutuhan primer. Salah satu akibat dari berkembangnya teknologi tersebut dapat dilihat dari kecenderungan masyarakat yang selalu menggunakan media sosial dan *gadget* dalam kehidupan sehari-harinya.<sup>1</sup>

Pada dasarnya media sosial atau sering kita sebut dengan medsos merupakan salah satu bentuk dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang paling sering digunakan oleh banyak kalangan saat ini, yaitu mulai dari anak-anak, remaja, dewasa bahkan orang tua karena menyediakan berbagai kemudahan. Munculnya media sosial ini telah menunjukkan dunia yang lebih luas yang

---

<sup>1</sup> M Salsabila, Konten “Racun” Pada Media Sosial Tiktok Sebagai Pendorong Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Belanja Online (Studi Kasus 11 Mahasiswa FISIP UIN Syarif 2023

kemudian dapat membentuk persepsi masyarakat untuk selalu mengikuti segala bentuk perubahan yang terjadi salah satunya dengan adanya gadget.

Gadget berfungsi sebagai sarana untuk memudahkan interaksi atau komunikasi sosial dengan orang lain. (Sumber:Kominfo, 2020) Menurut jajak pendapat yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2017, jumlah pengguna gadget di Indonesia telah mencapai 143,26 juta dari total penduduk yang berjumlah 262 juta jiwa. Manfaat gadget dan tuntutan zaman menuntut kita untuk menggunakan Smartphone dalam aktivitas sehari-hari, untuk menonton video, bermain game dan lain sebagainya.<sup>2</sup>

Pada pandemi Covid-19 masyarakat di seluruh dunia menghadapi tantangan. Semua orang diminta untuk tetap di rumah dan mematuhi protokol kesehatan karena pandemi ini. Kehidupan manusia pasti mengalami perubahan selama pandemi ini. Hal-hal yang semula dikerjakan dengan tatap muka pada orang lain juga harus dilaksanakan secara *online*. Hal ini mengakibatkan peningkatan pemakaian teknologi komunikasi terutama sosial media. TikTok merupakan salah satu media sosial yang paling populer.

TikTok memungkinkan penggunaanya untuk berbagi konten yang menarik minat penonton melalui halaman *FYP*, yang juga disebut "*For Your Page*". *FYP* (Untuk Halaman Anda) adalah halaman yang direkomendasikan oleh pengguna TikTok yang selalu digunakan oleh pengguna dan mencakup konten tentang kecantikan, fashion, pendidikan, memasak, *DIY-Life*, "racunshopee," dan topik

---

<sup>2</sup> Ani Aryati et al., "The Parents' Efforts To Overcome Gadget Use Addiction in Early Childhood," *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan* 15, no. 4 (2023): 5353–59,.

lainnya. Tak hanya itu, media sosial TikTok memiliki kemampuan untuk memberi pengguna kesempatan untuk menghasilkan uang secara *online*.<sup>3</sup>

Orang juga lebih sering mengakses TikTok sebagai media sosial. TikTok generasi gen-z saat ini sangat populer. Sebagaimana dilaporkan oleh bussinesofapp.com, TikTok awalnya dibuat sebagai platform untuk berbagi video pendek, terutama yang melibatkan lipsync dan menari. TikTok telah berkembang menjadi layanan video lengkap dengan fitur editing yang membuat membuat video lebih mudah. Dengan 850 juta unduhan, TikTok menjadi aplikasi terpopuler tahun 2020, menurut businessofapp.com.

Sepuluh juta orang berusia antara sebelas dan dua puluh enam tahun aktif di Indonesia menurut smesco.go.id. Tentu saja TikTok bisa menjadi platform yang bagus untuk pemasaran produk karena aktivitas pengguna ini. Pandemi global Covid-19 adalah faktor lain yang berkontribusi terhadap peningkatan pengguna TikTok. Karena pandemi Covid-19 individu lebih tertarik menggunakan perangkat seluler untuk memenuhi kebutuhannya, termasuk berbelanja, berkomunikasi dengan orang lain dan menemukan cara baru untuk bekerja.<sup>4</sup>

*Influencer* marketing ialah suatu strategi yang dilakukan untuk memasarkan atau mempromosikan suatu produk atau brand tertentu. Hal tersebut dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan pengguna media sosial individu yang memiliki

---

<sup>3</sup> Gabriela Prima Gratia et al., "Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19," *Konstelasi: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi* 2, no. 1 (2022): 193–200,

<sup>4</sup> Rossy Ayu Sulistianti and Nugraha Sugiarta, "Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada Online Shop Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok)," *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 6, no. 1 (2022): 3456–66,

pengaruh ditengah masyarakat yang memiliki pengikut yang cukup banyak. Pada saat ini, para *influencer* memanfaatkan berbagai jejaring sosial yang ada dan diminati masyarakat seperti Facebook, Twitter, Instagram dan TikTok untuk melakukan promosi kegiatan *influencer* marketing sebagian besar dilakukan pada platform sosial seperti Instagram, Facebook serta Twitter.<sup>5</sup>

Dalam hal ini, fenomena "Racun TikTok" di kalangan remaja adalah kecenderungan untuk menampilkan konten atau video yang berkaitan dengan barang-barang, seperti saat *unboxing* atau menilainya, yang kemudian menarik perhatian pengguna. Dengan menonton konten atau video yang dibuat oleh olshop di TikTok orang memiliki minat untuk membeli barang tersebut meskipun mereka terkadang melupakan fitur, manfaat, dan kebutuhan barang tersebut. Foto atau video yang menampilkan berbagai produk, termasuk pakaian, perawatan kulit, makanan ringan, kosmetik dan produk lainnya yang dikemas dengan cara yang menarik . Ini pasti akan berdampak besar pada perilaku konsumtif remaja.

Sering sekali remaja diracuni oleh berbagai macam produk, perilaku konsumtif mereka meningkat. khususnya menjelang puncak promo bulanan. Meningkatnya perilaku konsumtif remaja yang dikaitkan dengan barang-barang racun di TikTok sendiri dapat disebabkan oleh rasa *Fear of Missing Out* ( Fomo ), ialah kekhawatiran akan ketinggalan sesuatu hal yang terbaru dan menjadikanya trend di masyarakat. Faktor lain termasuk *prestise* sosial , gaya hidup yang terlalu

---

<sup>5</sup> Delia Salsa febriantari, Lalu edy Herman mulyono, and Muhammad Mujahid dakwah, "Vol 2 No.3 Sept Pengaruh Influencer Marketing, Application Quality dan Online Customer Review Terhadap Kecepatan Keputusan Pembelian Konsumen Gen - Z MelaluiI Shopee," Jurnal Riset Pemasaran 2, no. 3 (2023): 1–9,

berlebihan, promosi yang menarik serta faktor lain lain-lainnya. Remaja harus belajar tentang pentingnya memilih apa yang mereka beli di TikTok untuk mencegah perilaku konsumtif yang dapat terus memburuk. Apakah barang tersebut bermanfaat, berguna, dibutuhkan atau hanyalah keinginan sementara untuk memilikinya.

Meskipun mengkonsumsi merupakan hal yang penting untuk kelangsungan hidup, namun hal tersebut tidak lagi dilakukan untuk memuaskan keinginan di dunia modern karena begitu banyak orang yang memiliki akses terhadap berbagai kebutuhan baru (Sangadji & Sopiah, 2013: 266). Sabirin (2021) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai keinginan individu untuk mengonsumsi produk yang tidak diperlukan secara berlebihan guna memaksimalkan tingkat kebahagiaannya.<sup>6</sup>

Produk atau barang yang benar-benar kurang dibutuhkan harus digunakan dalam jumlah besar untuk memenuhi permintaan maksimal dikenal sebagai perilaku konsumtif. Secara alamiah masyarakat mempunyai kecenderungan konsumtif, sehingga mengarah pada perilaku konsumtif, dimana seseorang senang mengonsumsi sesuatu dalam jumlah banyak tanpa mempertimbangkan manfaatnya. Perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku yang mengutamakan gaya hidup dan kepuasan di atas kebutuhan.<sup>7</sup> Perilaku konsumtif, menurut Lubis merupakan suatu

---

<sup>6</sup> Ermad Ermad et al., "Jurnal Akuntansi Muhammadiyah," *Jurnal Akuntansi Muhammadiyah* 11, no. 1 (2023): 10–16.

<sup>7</sup> Lutfiah Lutfiah, Muhammad Basri, and Heni Kuswanti, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak," *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)* 11, no. 3 (2022): 1–10,

sikap yang dilandasi oleh kebutuhan yang harus dipenuhi dan tanpa disengaja menimbulkan pemborosan dan pengeluaran yang berlebihan.<sup>8</sup>

Perspektif Islam berpendapat bahwa perilaku konsumtif memiliki perbedaan yang signifikan, dan ini berkaitan dengan banyak hal yang berkaitan dengan bisnis. Perilaku manusia terdiri dari pembelajaran dan pengalaman. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut tentang hal ini sangat menarik karena memberikan gambaran tentang sudut pandang Islam tentang perilaku konsumtif secara keseluruhan. Pandangan Islam tentang kehidupan dan perilaku konsumen yang konsumtif adalah dasar untuk bagaimana seseorang dapat melakukan pembelian dan konsumsi yang baik dan sesuai kebutuhan.

Di Al-Qur'an dan Hadits terdapat banyak hukum Islam yang menjadi pedoman bagi kehidupan manusia. Al-Quran sebagai kitab suci umat Islam mengandung ayat-ayat yang memberikan petunjuk tentang berbagai aspek kehidupan, seperti kewajiban memberikan hak kepada keluarga, orang-orang yang memerlukan dan musafir, serta larangan terhadap pemborosan yang berlebihan. Hadits yang berisi perkataan dan tindakan Rasulullah Muhammad SAW juga memberikan panduan yang mengatur perilaku, akhlak dan tata cara ibadah bagi umat Islam. Kedua sumber ini dijadikan landasan utama dalam menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran Islam yang mengutamakan keadilan, kasih sayang dan keseimbangan dalam berbagai hal. Sebagai firman Allah Swt, dalam Al-Qur'an Surat Al-Isra ayat 26-27 ;

---

<sup>8</sup> Evianah Evianah, Dwi Indah Mustikorini, and Kharis Marpurdianto, "Fenomena Racun Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 835.

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ ٢٦

**Artinya:** "Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros." (QS Al Isra: 26)

Ayat ini menekankan pentingnya pemberian hak-hak yang wajib diberikan kepada musafir, miskin, dan kerabat dekat. Islam mengajarkan kita untuk tidak boros atau pelit dalam hubungan kita. Penuh rasa tanggung jawab dan bujaksana berpikir adalah sikap yang dianjurkan. Dalam sistem ekonomi Islam, aturan dan norma konsumen berkontribusi terhadap kesederhanaan dan keseimbangan dalam berbagai cara. Kesejahteraan masyarakat tidak bisa dikorbankan untuk konsumsi umat Islam. Selain itu, dilarang membandingkan kenikmatan dunia dengan kenikmatan akhirat. Bahkan sudut pandang ekstrem pun harus dihindari ketika menyangkut konsumsi. Pengharaman israf (berlebihan) dan sikap boros memang mengedepankan gagasan keseimbangan, mengingat yang terbesar ada di tengah-tengah, bukannya mendorong umat Islam untuk menyatakan diri pelit atau pelit.<sup>9</sup>

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ ٢٧

**Artinya:** "Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya." (QS Al Isra: 27)

Ayat ini menegaskan bahwa orang-orang yang boros dalam kehidupannya, terutama dalam hal memberikan harta, diibaratkan sebagai saudara-saudara setan. Ini menggaris bawahi betapa seriusnya Islam melarang pemborosan yang

---

<sup>9</sup> Muhardi, "Paradigma Boros Dalam Kegiatan Ekonomi," Jurnal Sosial Dan Pembangunan 21, no. 1 (2005): 179–93.

berlebihan, karena hal tersebut dapat mengarahkan seseorang kepada perilaku yang tidak baik dan jauh dari kebenaran.

Islam juga tidak melarang seseorang untuk hidup dengan nyaman dan puas di tempat di mana semua kebutuhannya terpenuhi. Abu Nu'aim dan Qabishah menceritakan kepada kami, keduanya berkata: Sufyan menceritakan kepada kami dari Habib bin Abi Tsabit, dari Khumail :

عن نافع بن حارث، عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: من سعادة المرء المسكن الواسع، والجار الصالح، والمركب الهنيء

**Artinya :** *Dari Nafi' bin al-Harist, dari Nabi Shallallahu 'Alaihi wa Sallam, beliau bersabda, "diantara kebahagiaan seseorang adalah tempat tinggal yang luas, tetangga yang baik serta kendaraan yang nyaman.*

Allah SWT telah memberi kita takaran rezeki masing-masing, namun terkadang beberapa orang secara keliru percaya bahwa mereka telah menyia-nyiakannya dengan cara yang salah. Mubadzir adalah pemborosan, dan dapat berupa konsumsi makanan, minuman, harta benda, dan kebutuhan pokok lainnya secara berlebihan. Dalam surat Al-Isra ayat 27, Allah SWT telah mengeluarkan peringatan yang intinya menyatakan bahwa orang-orang yang membelanjakan uang adalah saudara kandung setan yang sangat tidak setia kepada Tuhannya. pentingnya menjauhi perbuatan boros guna mencegah akibat negatif mubadzir (yakni bersaudara dengan setan). Islam melarang pemeluknya untuk berhemat, boros, taqtir (kikir), dan israf (boros).<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Eni Lestarina et al., "Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja," JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia) 2, no. 2 (2017): 1–6

Setiap orang tentu berhak dan wajib mengelola dan memanfaatkan uang yang telah dianugerahkan Allah SWT kepadanya. Salah satu pendekatan untuk memenuhi kebutuhan setiap orang adalah melalui nikmat yang telah Allah berikan kepada kita semua. Hal ini termasuk memenuhi kebutuhan keluarga dan masyarakat melalui sumbangan amal yang dilakukan atas nama Allah. Tentu saja, terdapat batasan mengenai bagaimana aset dapat dikelola selain hak dan tanggung jawab tersebut. Salah satu batasannya adalah aset tidak boleh disia-siakan, sehingga setiap orang tentu harus memiliki pola pikir yang sederhana.

Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang tidak terlepas dari dampak ini. Sebagai generasi muda yang aktif menggunakan media sosial, mereka menghadapi tantangan dalam menyikapi pengaruh TikTok, terutama terkait perilaku konsumtif. Perilaku ini sering kali bertentangan dengan prinsip Islam yang menekankan kesederhanaan dan larangan berlebihan (israf). Dalam Islam, konsumsi harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab dan sesuai kebutuhan, sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an dan Hadis.

Dengan demikian, perlu dikaji bagaimana sikap mahasiswa terhadap penggunaan tiktok yang tercermin dalam keputusan konsumtif mereka dengan mempertimbangkan pandangan islam. Maka dari itu, peneliti tertarik mengajukan penelitian yang berjudul “ **Fenomena Racun Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Islam ( Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang).**”

## **B. Rumusan Masalah**

Dari judul mengenai Fenomena Racun Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Islam Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang peneliti menarik beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana fenomena “Racun TikTok” mendorong perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Agama Islam UM Palembang ?
2. Apa saja faktor-faktor yang menyebabkan mahasiswa Fakultas Agama Islam UM Palembang lebih rentan terhadap fenomena itu ?
3. Bagaimana strategi mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang untuk mengatasi perilaku konsumtif yang disebabkan oleh TikTok menurut perspektif Islam ?

## **C. Fokus Penelitian**

Agar penelitian didalam skripsi ini terarah dan efisien, maka peneliti membatasi permasalahannya mengenai Fenomena Racun Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Islam. Oleh karena itu, penelitian skripsi ini mengarah kepada spesifikasi penelitian hanya pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan**

Adapun tujuan dari peneliti untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul Fenomena Racun Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam

Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang) adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana fenomena “racun TikTok” mendorong perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor apa saja yang menyebabkan mahasiswa lebih rentan terhadap fenomena itu.
3. Untuk mengetahui bagaimana strategi mahasiswa Fakultas Agama Islam untuk mengatasi perilaku konsumtif yang disebabkan oleh TikTok menurut perspektif islam.

## **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian mengenai Fenomena Racun Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang) adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat bagi mahasiswa, dengan adanya peneltian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam wawasan pengetahuan dan meningkatkan kemampuan mahasiswa serta dapat dijadikan bahan bacaan atau referensi mengenai Fenomena Racun Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Islam di kalangan mahasiswa pada umumnya.
- b. Manfaat bagi Fakultas Agama Islam, diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan pada program Studi Ekonomi Syari'ah, Pendidikan Agama Islam, Komunikasi Penyiaran Agama Islam dan Akhwal Syakhshiyah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang tentang

Fenomena Racun Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Islam

- c. Manfaat bagi masyarakat umum dan pemerintah, diharapkan dapat mengetahui, memahami dan memperhatikan penggunaan Fenomena Racun Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Amin, Muhammad Irfan. "Perspektif Adalah Sudut Pandang, Berikut Arti Dan Jenisnya." Dkata Data.Co.Id, 2022.
- Al-Ayyubi, M. Afif. "Eksistensi Manusia Dalam Perspektif Jean Badrillard." *Journal of Islamic Thought and Philosophy* 1, no. 01 (2022): 150–73.
- Aryati, Ani. "Paradigma Aktualisasi Diri Anak Sejak Di Usia Dini (Analisis Pada Penerapan Di Lingkungan Pendidikan Anak Dalam Perspektif Pendidikan Islam)." *BELAJEA: Jurnal Pendidikan Islam* 4, no. 2 (2019): 199–222.
- Aryati, Ani, and Suroso Suroso. "Establishing Student Character Through The Implementation of Multicultural Values." *Cendekia: Jurnal Kependidikan Dan Kemasyarakatan* 1, no. 1 (2022): 165–83.
- Aryati, Ani, Idmar Wijaya, Ari Pratama, and Eka Yanuarti. "The Parents' Efforts To Overcome Gadget Use Addiction in Early Childhood." *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan* 15, no. 4 (2023): 5353–59.
- Aryati, Ani, and Eka Yanuarti. "The Eclecticism of Ahmad Dahlan ' s Ideas at Muhammadiyah Universities" 16 (2024): 5600–5610.
- Asep Nurwanda, Elisa Badriah. "Analisis Program Inovasi Desa Dalam Mendorong Pengembangan Ekonomi Lokal Oleh Tim Pelaksana Inovasi Desa (PID) Di Desa Bangunharja Kabupaten Ciamis." *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara* 7, no. 1 (2020): 68–75.
- Buku Ini Di Tulis Oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta Di Lindungi Oleh Undang-Undang Telah Di Deposit Ke Repository UMA Pada Tanggal 27 Januari 2022, 2022.*
- Dr. Umar Sidiq, M.Ag Dr. Moh. Miftachul Choiri, MA. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan. Journal of Chemical Information and Modeling*. Vol. 53, 2019.
- Ermad, Ermad, Zulkifli Umar, Tarmizi Tarmizi, and Devi Kumala. "Jurnal Akuntansi Muhammadiyah." *Jurnal Akuntansi Muhammadiyah* 11, no. 1 (2023): 10–16.
- Evianah, Evianah, Dwi Indah Mustikorini, and Kharis Marpurdianto. "Fenomena Racun Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 1 (2024): 835.
- Fatmawatie Naning. *E Commerce Dan Perilaku Konsumtif*. Naning Fatmawatie, 2022.
- Fiska. "Teori Used and Gratification: Konsep Dan Lima Asumsi Dasar." Gamedia Blog, n.d. <https://www.gamedia.com/literasi/teori-agenda-setting/>.

- Fitri, Aliyah Kamila, and Mery Aprillia. "Fenomena Konsumerisme Di Kalangan Remaja Sebagai Penyebab Krisis Kemanusiaan Dalam Perspektif Al-Qur'an (Q.S Al-A'raaf: 31)." *C-TiaRS: International Coference on Tradition and Religious Studies* 3, no. 1 (2024): 229–43.
- Ghozali. "Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian." *Metode Penelitian*, no. 9 (2018): 22–34.
- Gratia, Gabriela Prima, Elisabet Larasati Kartika Merah, Meilisa Dewi Triyanti, Tarisius Paringa, and Clara Hetty Primasari. "Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19." *Konstelasi: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi* 2, no. 1 (2022): 193–200.
- Hisan, Dewi Ghitsatul, and Siti Haniatunnisa. "Faktor Konsumsi Dalam Ekonomi Islam." *An Nawawi* 3, no. 1 (2023): 13–30.
- Karunia H, Hans, Nauvaliana Ashri, and Irwansyah Irwansyah. "Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification." *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 1 (2021): 92–104.
- Kurniawan, F. "Metode Penelitian." *Repo Unpas* 15, no. 2 (2018): 1–23.
- Lestarina, Eni, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny Ranny, and Desi Herlina. "Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja." *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 2, no. 2 (2017): 1–6.
- Lumivero. "Analisis Dasar - Dasar Dokumen." LUMIVERO, 2023.
- Lutfiah, Lutfiah, Muhammad Basri, and Heni Kuswanti. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak." *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)* 11, no. 3 (2022): 1–10.
- Mazidah, Zulfa. "Analisis Teori Konsumerisme Perspektif Jean Baudriliard," 2019.
- Mekarisce, Arnild Augina. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat." *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat* 12, no. 3 (2020): 145–51.
- Moleong, L, J. *Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. Rake Sarasin*, 2010.
- Muhammad Mushfi El Iq Bali, and Mohammad Hairul Umam. "Manajemen Tenaga Pendidik Terhadap Hasil Belajar Siswa Madrasah Aliyah." *Jurnal Educatio FKIP UNMA* 9, no. 1 (2023): 86–92.
- Muhardi. "Paradigma Boros Dalam Kegiatan Ekonomi." *Jurnal Sosial Dan Pembangunan* 21, no. 1 (2005): 179–93.
- Murdiyanto, Eko. *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*.

Yogyakarta Press, 2020.

- Mutiara Ayu Banjarsari, H. Irwan Budiman, Andi Farmadi. “Penerapan K-Optimal Pada Algoritma Knn Untuk Prediksi Kelulusan Tepat Waktu Mahasiswa Program Studi Ilmu Komputer Fmipa Unlam Berdasarkan Ip Sampai Dengan Semester 4.” *Klik - Kumpulan Jurnal Ilmu Komputer* 2, no. 2 (2015): 159–73.
- Nuzulia, Atina. “Kajian Teori Dan Kerangka Pemikiran.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1967, 5–24.
- Oliver, Richard. “Analisis Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Produk Pembiayaan Bermasalah Di BMT Amanah Kabupaten Brebes.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2021, 2013–15.
- Pegadaian, Sahabat. “Konsumerisme: Pengertian, Ciri, Dampak Negatif, & Contohnya,” 2024.
- Putu Ella Sisilia, Triani Ratnawuri, M.Pd, Tiara Anggia Dewi, M.Pd3. “Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UM Metro Universitas Muhammadiyah Metro Email :” 3, no. 2 (2023).
- Qomar, Nurul. “Metode Penelitian Metode Penelitian.” *Metode Penelitian Kualitatif*, no. 17 (2018): 43.
- Rahmawati, Amalia Yunia. “Komunikasi Interpersonal Antara Guru Dengan Murid Di MTs Miftahul ’Ulum Tambakromo Pati,” no. July (2020): 1–23.
- Rieber, L. P. “Studi Fenomenologis.” *E-Conversion - Proposal for a Cluster of Excellence*, 2018, 8–23.
- Rijali, Ahmad. “Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin” 17, no. 33 (2018): 81–95.
- Riyanto, Idwin, Ani Aryati, and Ruskam Sua’idi. “Penerapan Model Pembelajaran Teams Games Turnament (TGT) Pendidikan Agama Islam Dalam Meningkatkan Prestasi Belajar Siswa Kelas V Sekolah Dasar Negeri 2 Mangun Jaya Sirah Pulau Padang.” *Jurnal Contemplate* 2, no. 01 (2021): 1–20.
- Salsa febriantari, Delia, Lalu edy Herman mulyono, and Muhammad Mujahid dakwah. “Vol 2 No.3 Sept Pengaruh Influencer Marketing, Application Quality dan Online Customer Review Terhadap Kecepatan Keputusan Pembelian Konsumen Gen-Z Melalui Shoopee.” *Jurnal Riset Pemasaran* 2, no. 3 (2023): 1–9.
- Salsabila, M. *Konten “Racun” Pada Media Sosial Tiktok Sebagai Pendorong Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Belanja Online (Studi Kasus 11 Mahasiswa FISIP UIN Syarif .... Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 2023.
- Samsu. “Metode Penelitian Metode Penelitian.” *Metode Penelitian Kualitatif*, no. 17 (2017): 43. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf).

- Sari, Gesti Indah, Ayi Teiri Nurtiani, and Mik Salmina. "Peran Guru Dalam Meningkatkan Kemampuan Berhitung Anak Usia 5-6 Tahun Di Tks It Mina Aceh Besar." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 2, no. 1 (2021): 1–14.
- Sari, Selvia Winata. "Pengaruh Motif Dan Penggunaan Channel Youtube Kuliner Terhadap Kepuasan Dan Pengetahuan Memasak Di Kalangan Komunitas Pemuda GBI Sunter." *Jurnal*, 2021, 8–22.
- Savitri, Devita. "Mengenal Konsumerisme, Ciri Hingga Dampaknya." *detikedu*, 2022.
- Sulistianti, Rossy Ayu, and Nugraha Sugiarta. "Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada Online Shop Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok)." *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 6, no. 1 (2022): 3456–66.
- Sustiyo Wandu Tri Nurharsono, Agus Raharjo. "Pembinaan Prestasi Ekstrakurikuler Olahraga Di Sma Karangturi Kota Semarang." *Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreations* 2, no. 8 (2013): 524–35.
- Sutriani, Elma, and Rika Octaviani. "Keabsahan Data." *INA-Rxiv*, 2019, 1–22.
- Taufiq Djalal1, Arlin Adam2, and Syamsu A Kamaruddin3. "43263-106701-1-Sm." *Journal of Social and Educational Studies* 3, no. 2 (2022): 2018–23.
- Yaniawati, Poppy. "Penelitian Studi Kepustakaan." *Penelitian Kepustakaan (Liberary Research)*, no. April (2020): 15.
- Yulianti, Amelia, and Muhammad Agus Hardiansyah. "Analisis Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Kehidupan Masyarakat Di Kabupaten Serang (Kelurahan Citerep. Kecamatan Ciruas)." *Edusociata Jurnal Pendidikan Sosiologi* 6, no. 1 (2023): 292–99.
- Zulfirman, Rony. "Jurnal Penelitian , Pendidikan Dan IMPLEMETASI METODE OUTDOOR LEARNING DALAM." *Jurrnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran* Volume 3, no. No 2 (2022): Halaman 147-153.