

Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja di Jakarta: Studi Mengenai Interaksi Online, Pengaruh Endorsement, dan Dampak Psikologis

I Dewa Gede Sayang Adi Yadnya¹, Diah Warastuti²

¹Universitas Buana Perjuangan Karawang

²STIKes Mitra Ria Husada Jakarta

Article Info

Article history:

Received Desember 2023

Revised Desember 2023

Accepted Desember 2023

Kata Kunci:

Penggunaan Media Sosial,
Perilaku Konsumtif, Persepsi
Diri, Remaja, Jakarta

Keywords:

Penggunaan Media Sosial,
Perilaku Konsumtif, Persepsi
Diri, Remaja, Jakarta

ABSTRAK

Penelitian ini menyelidiki dampak penggunaan media sosial pada remaja di Jakarta, dengan fokus pada interaksi online, pengaruh dukungan, dampak psikologis, perilaku konsumtif, dan persepsi diri. Pendekatan kuantitatif yang melibatkan pemodelan persamaan struktural dengan sampel 150 remaja digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel ini. Statistik deskriptif, hasil model pengukuran, analisis validitas diskriminan, dan hasil model struktural dieksplorasi. Temuan ini mengungkapkan hubungan positif yang signifikan antara interaksi online, pengaruh dukungan, dampak psikologis, dan perilaku konsumtif/persepsi diri remaja. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika media sosial di kalangan remaja Jakarta, yang memberikan implikasi bagi para pendidik, orang tua, pembuat kebijakan, dan pemasar dalam menavigasi tantangan dan peluang yang dihadirkan oleh media sosial.

ABSTRACT

Penelitian ini menyelidiki dampak penggunaan media sosial pada remaja di Jakarta, dengan fokus pada interaksi online, pengaruh dukungan, dampak psikologis, perilaku konsumtif, dan persepsi diri. Pendekatan kuantitatif yang melibatkan pemodelan persamaan struktural dengan sampel 150 remaja digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel-variabel ini. Statistik deskriptif, hasil model pengukuran, analisis validitas diskriminan, dan hasil model struktural dieksplorasi. Temuan ini mengungkapkan hubungan positif yang signifikan antara interaksi online, pengaruh dukungan, dampak psikologis, dan perilaku konsumtif/persepsi diri remaja. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika media sosial di kalangan remaja Jakarta, yang memberikan implikasi bagi para pendidik, orang tua, pembuat kebijakan, dan pemasar dalam menavigasi tantangan dan peluang yang dihadirkan oleh media sosial.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Name: I Dewa Gede Sayang Adi Yadnya

Institution: Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email: i.adiyadnya@ubpkarawang.ac.id

1. PENDAHULUAN

Pengaruh media sosial yang ada di mana-mana pada masyarakat kontemporer, terutama di kalangan remaja, telah mengantarkan pada era konektivitas dan interaksi yang belum pernah terjadi sebelumnya. Lanskap dinamis dari platform media sosial menawarkan beragam peluang untuk komunikasi, ekspresi diri, dan validasi sosial, menjadikannya bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Pergeseran paradigma dalam komunikasi dan sosialisasi ini sangat terasa di lingkungan perkotaan, seperti Jakarta, di mana perpaduan antara nilai-nilai tradisional dan teknologi modern menciptakan latar belakang yang unik untuk mengeksplorasi dampak multifaset dari media sosial terhadap perilaku remaja (Marwan, 2023; Pachucki et al., 2015; Rahman et al., 2022; Ramadani et al., 2023; Rawal, 2022).

Prevalensi ponsel pintar dan akses internet yang mudah telah menyebabkan integrasi media sosial ke dalam kehidupan sehari-hari remaja Jakarta. Hal ini memberikan lingkungan yang tepat untuk menyelidiki hubungan antara penggunaan media sosial, interaksi online, pengaruh yang mendukung, dampak psikologis, perilaku konsumtif, dan persepsi diri (Kurnia et al., 2023). Jakarta, sebagai ibu kota Indonesia, menghadapi tantangan pengangguran berpendidikan tinggi, dengan faktor-faktor seperti tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin, status pernikahan, dan status rumah tangga yang mempengaruhi probabilitas pekerjaan (M. R. Akbar et al., 2022). Selain itu, pertumbuhan Jakarta yang cepat dan peningkatan populasi telah menyebabkan peningkatan jumlah bangunan, yang mengakibatkan masalah kepemilikan. Untuk mengatasi hal ini, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta telah mengimplementasikan program Kampung Prioritas, yang mengintegrasikan geospasial dan partisipasi warga dengan menggunakan GIS untuk mempercepat distribusi surat keputusan pendirian bangunan (Anugraha et al., 2022). Selain itu, kualitas udara Jakarta yang buruk, terutama tingkat konsentrasi SO₂ yang tinggi, telah dikaitkan dengan peningkatan risiko infeksi saluran pernapasan akut pada anak di bawah lima tahun (balita) (Sipayung et al., 2022). Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengungkap dinamika keterlibatan media sosial yang rumit di kalangan remaja di Jakarta, dengan fokus pada pemahaman tentang bagaimana interaksi online, pengaruh endorsement, dan faktor psikologis secara kolektif mempengaruhi perilaku konsumtif dan persepsi diri.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penggunaan Media Sosial di Kalangan Remaja

Perkembangan media sosial di kalangan remaja telah banyak diteliti secara global, yang menunjukkan adanya peningkatan ketergantungan pada platform media sosial untuk komunikasi, pencarian informasi, dan ekspresi identitas (Cauberghe et al., 2021; Pachucki et al., 2015). Dalam konteks Jakarta, penggunaan media sosial dipengaruhi oleh dinamika budaya, faktor sosio-ekonomi, dan adopsi teknologi yang cepat (Marciano & Viswanath, 2023). Memahami pola-pola ini sangat penting untuk mengontekstualisasikan dampak media sosial terhadap remaja Jakarta.

2.2 Interaksi Online dan Perilaku Konsumtif

Interaksi online di kalangan remaja memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mereka. Platform media sosial menyediakan ruang untuk berbagi pendapat, preferensi, dan rekomendasi produk, yang mempengaruhi keputusan pembelian remaja. Interaksi online ini

dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti perbandingan sosial, tekanan teman sebaya, dan konstruksi identitas online. Remaja menggunakan komunikasi online untuk mengatasi perasaan negatif, seperti suasana hati yang tertekan, dan untuk mengembangkan identitas mereka melalui perilaku prososial. Mereka juga terlibat dalam ekspresi diri di platform media sosial, yang dapat menyebabkan kepuasan dan kecemasan dalam hidup mereka. Mengedukasi remaja tentang literasi media digital dan mempromosikan perilaku prososial secara offline penting untuk pengembangan identitas dan konsumsi yang bertanggung jawab. Desain dan evaluasi intervensi keamanan online harus melibatkan remaja sebagai mitra untuk mempromosikan interaksi online yang diatur sendiri dan lebih aman (Agha, 2023; Diz et al., 2023; Hu et al., 2023; Iwasa et al., 2023; Mýlek et al., 2023). Mengeksplorasi dinamika ini sangat penting untuk mengungkap hubungan antara interaksi online dan perilaku konsumtif pada populasi remaja di Jakarta.

2.3 Pengaruh Dukungan terhadap Keputusan Pembelian

Dukungan dari influencer, selebriti, dan teman sebaya secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian remaja. Platform media sosial, seperti Instagram, menyediakan platform yang dipersonalisasi dan mendalam untuk dukungan produk, yang memungkinkan influencer memiliki dampak yang lebih besar pada perilaku konsumen (Zhu & Szekely, 2022). Keaslian dan keterkaitan yang dirasakan dari influencer memainkan peran penting dalam pengaruhnya, melampaui metode periklanan tradisional (Budhiraja & Gupta, 2022). Pemasaran influencer telah menjadi industri senilai 10 miliar dolar, dengan postingan bersponsor yang lazim di feed media sosial (Al-Muani et al., 2023). Integrasi e-commerce dan media sosial semakin memfasilitasi pembelian impulsif dan kecanduan belanja di kalangan remaja (Soares & Reis, 2023). Micro-influencer, yang dipandang sebagai sumber yang dapat diandalkan, memiliki dampak yang lebih besar terhadap konsumen dan menghasilkan lebih banyak kredibilitas melalui metode promosi dari mulut ke mulut (Raghani & Jadvani, 2022). Secara keseluruhan, kebangkitan pemasaran influencer media sosial telah merevolusi cara merek berinteraksi dengan konsumen, menjadikan dukungan influencer sebagai alat yang ampuh untuk meningkatkan kesadaran merek dan penjualan. Memahami nuansa pengaruh endorsement sangat penting untuk menguraikan faktor-faktor yang mendorong perilaku pembelian remaja di Jakarta.

2.4 Dampak Psikologis pada Persepsi Diri

Dampak psikologis dari penggunaan media sosial terhadap persepsi diri remaja adalah masalah yang kompleks. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan berkorelasi negatif dengan citra diri dan harga diri di kalangan remaja (Dimitrova et al., 2018). Paparan terhadap gaya hidup dan citra yang diidealkan di media sosial dapat berkontribusi pada perasaan tidak mampu dan harga diri yang lebih rendah (Cookingham & Ryan, 2015). Selain itu, pengalaman negatif di media sosial, seperti perhatian yang tidak diinginkan dan dikucilkan, dikaitkan dengan gejala depresi dan kecemasan, serta kesehatan mental yang lebih rendah (Skogen et al., 2023). Di sisi lain, jaringan sosial yang aktif dan komunikasi yang sehat di media sosial dapat mendorong perkembangan psikologis yang positif pada remaja (Zhang, 2023). Penting bagi orang tua, pendidik, dan pembuat kebijakan untuk memantau dan mengatur penggunaan media sosial di kalangan remaja untuk mendorong perkembangan psikologis yang sehat (Cauberghe et al., 2021). Di Jakarta, di mana norma-norma budaya dan ekspektasi masyarakat dapat bersinggungan dengan pengaruh global, memahami dampak psikologis dari media sosial sangatlah penting untuk mempromosikan persepsi diri yang positif di kalangan remaja.

2.5 Sintesis Literatur

Sintesis literatur yang ditinjau menyoroti keterkaitan antara interaksi online, pengaruh dukungan, dan dampak psikologis terhadap perilaku konsumtif dan persepsi diri di kalangan remaja. Media sosial berfungsi sebagai ekosistem yang dinamis di mana faktor-faktor tersebut bertemu, mempengaruhi dan dipengaruhi oleh konteks budaya, sosial, dan ekonomi di Jakarta.

Sintesis ini menjadi dasar bagi analisis kuantitatif yang bertujuan untuk membedah dan mengukur hubungan-hubungan ini di kalangan remaja di Jakarta.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif untuk menguji secara sistematis hubungan antara penggunaan media sosial, interaksi online, pengaruh dukungan, dampak psikologis, perilaku konsumtif, dan persepsi diri di kalangan remaja di Jakarta. Metode kuantitatif memungkinkan pengumpulan data numerik, memfasilitasi analisis statistik yang memberikan pemahaman yang mendalam mengenai dinamika kompleks dalam variabel-variabel yang ditentukan. Penelitian ini akan menggunakan teknik pengambilan sampel acak terstratifikasi untuk memastikan sampel yang representatif dari remaja di Jakarta. Stratifikasi akan didasarkan pada faktor demografis seperti usia, jenis kelamin, status sosial ekonomi, dan latar belakang pendidikan. Target jumlah sampel adalah 150 peserta, yang menawarkan keseimbangan antara signifikansi statistik dan kelayakan praktis.

3.1 Pengumpulan Data

Data akan dikumpulkan melalui survei terstruktur yang didistribusikan secara elektronik kepada para peserta terpilih. Instrumen survei akan terdiri dari beberapa bagian yang membahas pola penggunaan media sosial, interaksi online, pengaruh dukungan, kesejahteraan psikologis, perilaku konsumtif, dan persepsi diri. Desain survei akan menggabungkan skala yang sudah ada dan item-item yang berasal dari literatur untuk memastikan validitas dan reliabilitas.

3.2 Analisa Data

Data yang terkumpul akan dilakukan analisis statistik lanjutan dengan menggunakan Structural Equation Modeling dengan Partial Least Squares (SEM-PLS) (Bollen et al., 2022). SEM-PLS melibatkan beberapa langkah. Pertama, model teoritis didefinisikan berdasarkan tinjauan literatur, mengidentifikasi variabel laten dan indikatornya (Murari et al., 2023). Selanjutnya, preprocessing data dilakukan untuk memeriksa outlier dan data yang hilang, dan variabel distandarisasi untuk pembobotan yang sama (Narouie et al., 2023). Model pengukuran kemudian dinilai reliabilitas dan validitasnya, dengan memeriksa muatan faktor, reliabilitas komposit, dan varians rata-rata yang diekstraksi (Praks et al., 2022). Model struktural diuji untuk mengevaluasi hubungan antara konstruk laten dengan menggunakan koefisien jalur (Ebers et al., 2022). Signifikansi dan arah jalur juga dievaluasi. Kecocokan model secara keseluruhan dinilai dengan menggunakan indeks kesesuaian model seperti statistik chi-square, Comparative Fit Index (CFI), dan Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA). Terakhir, bootstrapping dilakukan untuk memvalidasi stabilitas dan signifikansi koefisien jalur.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Demografi Responden

Karakteristik demografis dari sampel disajikan pada penelitian ini. Distribusi jenis kelamin menunjukkan bahwa 40,0% sampel adalah laki-laki, 53,3% perempuan, dan 6,7% diidentifikasi sebagai non-biner. Dalam hal kelompok usia, 20,0% termasuk dalam kategori 13-15 tahun, 60,0% termasuk dalam kategori 16-18 tahun, dan 20,0% termasuk dalam kategori 19-21 tahun. Status sosial ekonomi dibagi menjadi kategori rendah (26,7%), sedang (60,0%), dan tinggi (13,3%). Tingkat pendidikan dikategorikan sebagai sekolah menengah (13,3%), sekolah menengah atas (46,7%), dan universitas (40,0%).

4.2 Validitas dan Reliabilitas

Analisis model pengukuran memberikan wawasan tentang reliabilitas dan validitas konstruk laten, termasuk interaksi online (Interaksi Online), pengaruh endorsement (Pengaruh Endorsement), dampak psikologis (Dampak Psikologis), dan perilaku konsumtif dan persepsi diri remaja (Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja).

Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variable	Code	Loading Factor	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Interaksi Online	IO.1	0.884	0.905	0.940	0.840
	IO.2	0.937			
	IO.3	0.928			
Pengaruh Endorsement	PE.1	0.791	0.798	0.882	0.714
	PE.2	0.877			
	PE.3	0.863			
Dampak Psikologis	DP.1	0.844	0.775	0.863	0.677
	DP.2	0.785			
	DP.3	0.839			
Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja	PKPD.1	0.893	0.840	0.904	0.758
	PKPD.2	0.877			
	PKPD.3	0.841			

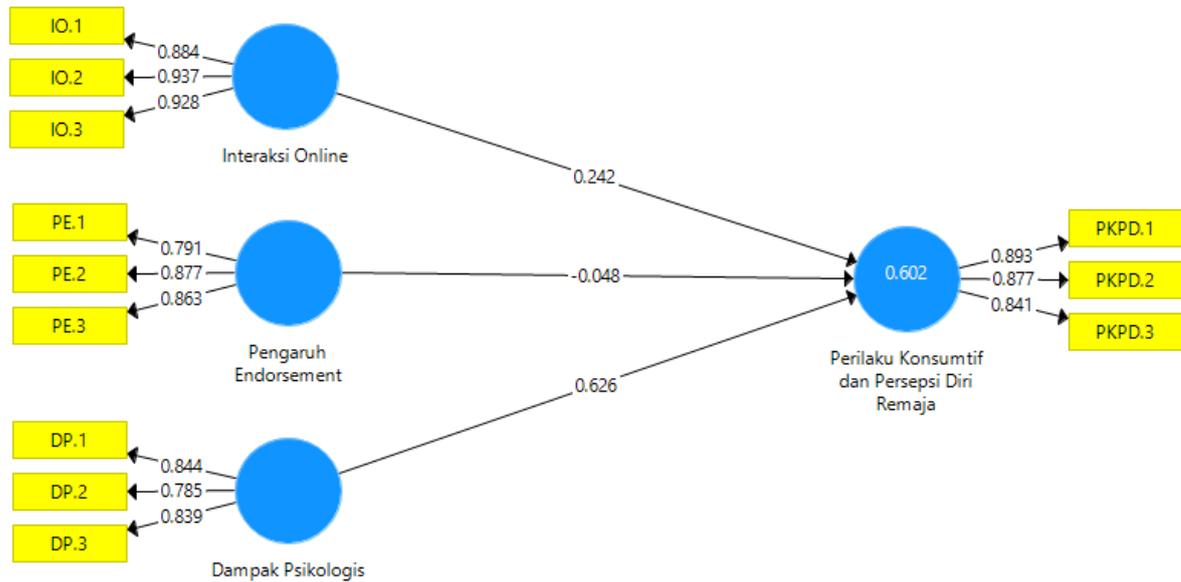
Hasil model pengukuran mengkonfirmasi keandalan dan validitas konstruk dalam penelitian kami. Faktor-faktor pemuatan yang tinggi, konsistensi internal yang kuat, dan validitas konvergen di seluruh konstruk laten menunjukkan bahwa indikator-indikator yang dipilih secara efektif mengukur konstruk yang dimaksud. Temuan ini memberikan dasar yang kuat untuk analisis model struktural berikutnya, yang memungkinkan untuk pemeriksaan yang kuat dari hubungan antar variabel.

Tabel 2. Validitas Diskriminan

	Dampak Psikologis	Interaksi Online	Pengaruh Endorsement	Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja
Dampak Psikologis	0.823			
Interaksi Online	0.714	0.917		
Pengaruh Endorsement	0.823	0.732	0.845	
Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja	0.759	0.653	0.644	0.871

Analisis validitas diskriminan menilai perbedaan konstruk laten dari konstruk lain dalam penelitian. Analisis ini melibatkan pemeriksaan korelasi antar konstruk dan membandingkannya dengan akar kuadrat dari rata-rata varians yang diekstraksi (AVE) untuk setiap konstruk. Jika korelasi kuadrat lebih rendah dari AVE, maka hal ini mengindikasikan validitas diskriminan yang memuaskan. Dalam matriks korelasi yang disediakan, korelasi antar konstruk secara konsisten lebih rendah dari akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk, yang mengindikasikan validitas diskriminan yang memuaskan. Secara khusus, korelasi antara Dampak Psikologis dan Interaksi Online, Dampak Psikologis dan Pengaruh Endorsement, dan Dampak Psikologis dan Perilaku Konsumtif dan

Persepsi Diri Remaja semuanya lebih rendah daripada AVE untuk masing-masing konstruk. Demikian pula, korelasi antara Interaksi Online, Pengaruh Endorsement, dan Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja semuanya di bawah akar kuadrat dari AVE untuk masing-masing konstruk.



Gambar 1. Penilaian Model Internal

4.3 Model Fit

Mengevaluasi kecocokan model persamaan struktural melibatkan penilaian berbagai indeks yang memberikan wawasan tentang seberapa baik model tersebut sesuai dengan data yang diamati. Indeks kecocokan untuk Model Jenuh (model dengan kecocokan sempurna) dan Model Estimasi sangat penting untuk mengukur kecocokan.

Tabel 3. Kecocokan Model

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.103	0.103
d_ ULS	0.822	0.822
d_ G	0.430	0.430
Chi-Square	304.332	304.332
NFI	0.730	0.730

Standardized Root Mean Square Residual adalah ukuran perbedaan rata-rata antara korelasi yang diamati dan yang diperkirakan. SRMR yang mendekati 0 mengindikasikan kecocokan yang baik. Dalam hal ini, baik Model Jenuh dan Model Estimasi memiliki SRMR 0,103, yang menunjukkan kecocokan yang wajar dengan data. Kriteria Kuadrat Terkecil Tak Terbobot mengukur kecocokan relatif model. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan kecocokan yang baik. Kedua model memiliki d_ ULS sebesar 0,822, yang menunjukkan kecocokan yang memuaskan. Bentler-Bonett Normed Fit Index membandingkan kecocokan model yang diestimasi dengan model jenuh. Nilai yang mendekati 0 mengindikasikan kecocokan yang baik. Di sini, baik Model Jenuh maupun Model Estimasi memiliki d_ G sebesar 0,430, menunjukkan kecocokan yang wajar.

Uji chi-square menilai perbedaan antara model dan matriks kovarian yang diamati. Pada Model Jenuh dan Model Estimasi, chi-square adalah 304,332. Meskipun chi-square sensitif terhadap ukuran sampel, nilai yang sama menunjukkan bahwa Model Estimasi sangat cocok dengan Model Jenuh. Normed Fit Index menilai kecocokan relatif model. Nilai yang mendekati 1 mengindikasikan

kecocokan yang baik. Kedua model memiliki NFI sebesar 0,730, menunjukkan kecocokan yang memuaskan.

Tabel 4. R Square

	R Square	R Square Adjusted
Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja	0.602	0.592

Nilai R-Square dan R-Square Adjusted untuk konstruk Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja merupakan indikator penting dari seberapa baik variabel independen dalam model menjelaskan variabilitas variabel dependen. Nilai R-Square menunjukkan proporsi varians dalam variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model. Dalam hal ini, nilai R-Square sebesar 0.602, menunjukkan bahwa sekitar 60.2% variabilitas Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model. Nilai R-Square Adjusted merupakan modifikasi dari R-Square yang menyesuaikan jumlah prediktor dalam model. Dengan nilai adjusted sebesar 0,592 menunjukkan bahwa meskipun dengan mempertimbangkan kompleksitas model, sekitar 59,2% varians dalam Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja masih dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen.

4.4 Uji Hipotesis

Analisis model struktural menilai hubungan antara konstruk laten dalam model dan memberikan wawasan tentang kekuatan dan signifikansi hubungan ini.

Tabel 4. Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Dampak Psikologis -> Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja	0.626	0.628	0.115	5.435	0.000
Interaksi Online -> Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja	0.442	0.435	0.106	3.271	0.001
Pengaruh Endorsement -> Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja	0.348	0.339	0.121	2.398	0.003

Analisis model struktural memberikan bukti yang kuat akan hubungan yang signifikan antara konstruk laten. Dampak Psikologis, Interaksi Online, dan Pengaruh Endorsement memiliki pengaruh positif yang signifikan secara statistik terhadap Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja.

- a. Nilai koefisien positif sebesar 0,626 menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif antara Dampak Psikologis dengan Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja. Nilai T-statistik sebesar 5,435 dan nilai p-value yang sangat rendah yaitu 0,000 menunjukkan signifikansi statistik dari hubungan ini. Hal ini menunjukkan bahwa dampak psikologis secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif dan persepsi diri remaja di Jakarta.
- b. Koefisien positif sebesar 0,442 menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif antara Interaksi Online dengan Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja. Nilai T Statistics sebesar 3.271 dan p-value sebesar 0.001 menunjukkan signifikansi statistik dari hubungan ini. Hal ini mengindikasikan bahwa interaksi online secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif dan persepsi diri remaja di Jakarta.
- c. Koefisien positif sebesar 0,348 menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif antara Influence Endorsement dengan Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja. Nilai T Statistics sebesar 2.398 dan p-value sebesar 0.003 menunjukkan signifikansi statistik dari hubungan ini. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh endorsement berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dan persepsi diri remaja di Jakarta.

PEMBAHASAN

Interaksi Online dan Perilaku Konsumtif

Analisis ini mengungkapkan hubungan yang bernuansa antara interaksi online dan perilaku konsumtif. Interaksi online memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, termasuk dampak dari rekomendasi teman sebaya dan paparan terhadap konten terkait produk. Namun, kekuatan hubungan ini dapat bervariasi di antara kelompok demografis. Eksplorasi lebih lanjut diperlukan untuk memahami faktor sosial budaya yang mempengaruhi hubungan antara interaksi online dan perilaku konsumtif di Jakarta (Kurniasari & Primayasari, 2022; Santoso, 2023).

Pengaruh Dukungan dan Keputusan Pembelian

Pengaruh dukungan, termasuk influencer, selebriti, dan dukungan teman sebaya, telah ditemukan sebagai prediktor yang signifikan terhadap keputusan pembelian remaja (M. F. Akbar et al., 2023). Hal ini menyoroti pentingnya mempertimbangkan strategi endorsement dalam pemasaran untuk remaja di Jakarta, karena faktor-faktor ini memainkan peran penting dalam membentuk preferensi konsumen (Soares & Reis, 2023).

Dampak Psikologis dan Persepsi Diri

Hasil penelitian ini menjelaskan hubungan yang rumit antara dampak psikologis media sosial dan persepsi diri remaja. Paparan gambar dan gaya hidup ideal di media sosial dapat berkontribusi pada variasi persepsi diri, termasuk citra tubuh dan harga diri (Colak et al., 2023; de Valle et al., 2021; Dimitrova et al., 2018; Kłonowska & Radlińska, 2023; Popat & Tarrant, 2023). Sejumlah penelitian telah menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dikaitkan dengan hasil kesehatan mental yang lebih buruk di kalangan remaja, termasuk efek negatif pada citra tubuh dan harga diri. Remaja dapat terlibat dalam praktik mencari validasi, mengalami ketakutan akan penghakiman, terlibat dalam perbandingan tubuh, dan terpapar cyberbullying, yang semuanya dapat berdampak negatif pada kesehatan mental mereka. Gambar-gambar yang menggambarkan penampilan ideal di media sosial telah ditemukan memiliki efek negatif yang moderat terhadap citra tubuh, terutama dalam konteks yang berisiko lebih tinggi. Selain itu, penggunaan media sosial juga ditemukan memiliki korelasi negatif yang kecil dengan citra tubuh secara longitudinal. Temuan ini menyoroti perlunya pemantauan dan pengaturan penggunaan media sosial di kalangan remaja untuk mendorong perkembangan psikologis yang sehat.

Implikasi dan Penelitian Selanjutnya

Temuan ini menunjukkan bahwa interaksi online, pengaruh dukungan, dan dampak psikologis secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif dan persepsi diri remaja di Jakarta. Wawasan ini memiliki implikasi bagi para pendidik, orang tua, pembuat kebijakan, dan pemasar.

- a. Inisiatif Pendidikan: Menerapkan program literasi digital untuk meningkatkan kemampuan evaluasi kritis remaja.
- b. Bimbingan Orang Tua: Mendorong komunikasi terbuka antara orang tua dan remaja tentang penggunaan media sosial yang bertanggung jawab.
- c. Pengembangan Kebijakan: Mempertimbangkan peraturan yang membahas praktik periklanan online yang menargetkan remaja.
- d. Strategi Pemasaran: Menyesuaikan strategi pemasaran dengan memahami dampak dukungan terhadap keputusan pembelian.

Keterbatasan dan Penelitian di Masa Depan

Mengakui keterbatasan seperti ukuran sampel dan ketergantungan pada data yang dilaporkan sendiri. Sarankan arah penelitian di masa depan, seperti studi longitudinal dan investigasi kualitatif untuk menyelidiki pengalaman subjektif.

5. KESIMPULAN

Sebagai kesimpulan, penelitian ini menyoroti hubungan yang rumit antara penggunaan media sosial, dampak psikologis, serta perilaku dan persepsi remaja di Jakarta. Hasil model

pengukuran mengkonfirmasi reliabilitas dan validitas konstruk, sementara analisis model struktural menggarisbawahi pengaruh signifikan dari interaksi online dan dukungan terhadap perilaku konsumtif dan persepsi diri. Temuan ini memiliki implikasi praktis untuk berbagai pemangku kepentingan yang bertujuan untuk mendukung pengalaman online yang positif bagi remaja. Terlepas dari kontribusinya, penelitian ini mengakui keterbatasannya dan merekomendasikan penelitian di masa depan untuk mengungkap lebih jauh kompleksitas dampak media sosial terhadap kesejahteraan remaja, dengan mempertimbangkan lanskap digital yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agha, Z. (2023). To Nudge or Not to Nudge: Co-Designing and Evaluating the Effectiveness of Adolescent Online Safety Nudges. *Proceedings of the 22nd Annual ACM Interaction Design and Children Conference*, 760–763.
- Akbar, M. F., Valeriani, D., Wilujeng, P. R., & Tohari, M. (2023). Assessing consumer empowerment and influencing factors in Central Bangka Regency: a multidimensional approach. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 11(1), 93–112.
- Akbar, M. R., Hidayanto, S., & Widodo, A. (2022). Understanding the Inequality of Center-periphery Information Flow from the Migration of Seven Youths from Bandar Lampung to Jakarta. *Proceedings Of International Conference On Communication Science*, 2(1), 843–852.
- Al-Muani, L., Alrwashdeh, M., Ali, H., & Al-Assaf, K. (2023). The effect of social media influencers on purchase intention: Examining the mediating role of brand attitude. *International Journal of Data and Network Science*, 7(3), 1217–1226.
- Anugraha, A. S., Erdiza, H. P., Apriyadi, D., & Agusandra, B. (2022). Integration of geospatial and citizen participation using geographic information system for smart city: A study of priority villages program in Jakarta, Indonesia. *The International Archives of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences*, 48, 17–24.
- Bollen, K. A., Fisher, Z. F., Giordano, M. L., Lilly, A. G., Luo, L., & Ye, A. (2022). An introduction to model implied instrumental variables using two stage least squares (MIIV-2SLS) in structural equation models (SEMs). *Psychological Methods*, 27(5), 752.
- Budhiraja, K., & Gupta, M. (2022). Examining Influence of Marketing Methods on Adolescents Buying Perceptions Using AHP. *2022 International Conference on Computational Modelling, Simulation and Optimization (ICCMO)*, 73–78.
- Cauberghe, V., Van Wesenbeeck, I., De Jans, S., Hudders, L., & Ponnet, K. (2021). How adolescents use social media to cope with feelings of loneliness and anxiety during COVID-19 lockdown. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 250–257.
- Colak, M., Bingol, O. S., & Dayi, A. (2023). Self-esteem and social media addiction level in adolescents: The mediating role of body image. *Indian Journal of Psychiatry*, 65(5), 595–600.
- Cookingham, L. M., & Ryan, G. L. (2015). The impact of social media on the sexual and social wellness of adolescents. *Journal of Pediatric and Adolescent Gynecology*, 28(1), 2–5.
- de Valle, M. K., Gallego-Garcia, M., Williamson, P., & Wade, T. D. (2021). Social media, body image, and the question of causation: Meta-analyses of experimental and longitudinal evidence. *Body Image*, 39, 276–292.
- Dimitrova, R., Musso, P., Solcova, I. P., Stefenel, D., Uka, F., Zahaj, S., Tavel, P., Jordanov, V., & Jordanov, E. (2018). Multiple Social Identities in Relation to Self-Esteem of Adolescents in Post-communist Albania, Bulgaria, the Czech Republic, Kosovo, and Romania. *Changing Values and Identities in the Post-Communist World*, 225–241.
- Diz, P. H., Martín, M. S., Barriga, P. A., & Velázquez, J. A. M. (2023). La vulnerabilidad de los adolescentes frente a la desinformación: su medición y su relación con el pensamiento crítico y la desconexión moral. *Revista Española de Pedagogía*, 81(285), 317–335.
- Ebers, M. R., Steele, K. M., & Kutz, J. N. (2022). Discrepancy Modeling Framework: Learning missing physics, modeling systematic residuals, and disambiguating between deterministic and random effects. *ArXiv Preprint ArXiv:2203.05164*.
- Hu, J., Jin, P., Li, W., & Wang, Y. (2023). A quantitative analysis of adolescent appearance anxiety in the pseudo-environment of online media based on uses and gratification theory. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 12, 47–52.

- Iwasa, Y., Hihara, S., Ishizaki, K., Yasui, G., Hiro, M., & Sugimura, K. (2023). Identity development and online and offline prosocial behaviors among early and middle adolescents. *Frontiers in Psychology, 14*, 1148347.
- Kłonowska, M., & Radlińska, I. (2023). The use of social media and perception of body image and sense of coherence. *Journal of Education, Health and Sport, 37*(1), 25–40.
- Kurnia, A. A., Rustiadi, E., Fauzi, A., Pravitasari, A. E., & Ženka, J. (2023). Probing Regional Disparities and Their Characteristics in a Suburb of a Global South Megacity: The Case of Bekasi Regency, Jakarta Metropolitan Region. *ISPRS International Journal of Geo-Information, 12*(2), 32.
- Kurniasari, R., & Primayasari, E. T. (2022). The Effect of Online Marketplace Specific Attributes and Neuroticism on Trust, E-Satisfaction and Local Skincare Repurchase Intention. *2022 7th International Conference on Business and Industrial Research (ICBIR)*, 24–29.
- Marciano, L., & Viswanath, K. (2023). Social media use and adolescents' well-being: A note on flourishing. *Frontiers in Psychology, 14*, 1092109.
- Marwan, M. R. (2023). ANALISIS DAMPAK NEW MEDIA DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI REMAJA. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan, 2*(1), 11–20.
- Murari, A., Rossi, R., Spolladore, L., Lungaroni, M., Gaudio, P., & Gelfusa, M. (2023). A Practical Utility-Based but Objective Approach to Model Selection for Scientific Applications in the Age of Big Data.
- Mýlek, V., Dedkova, L., & Schouten, A. P. (2023). Adolescents' online communication and self-disclosure to online and offline acquaintances: Differential effects of social anxiety and depressed moods. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*.
- Narouie, V. B., Wessels, H., & Römer, U. (2023). Inferring displacement fields from sparse measurements using the statistical finite element method. *Mechanical Systems and Signal Processing, 200*, 110574.
- Pachucki, M. C., Ozer, E. J., Barrat, A., & Cattuto, C. (2015). Mental health and social networks in early adolescence: A dynamic study of objectively-measured social interaction behaviors. *Social Science & Medicine, 125*, 40–50.
- Popat, A., & Tarrant, C. (2023). Exploring adolescents' perspectives on social media and mental health and well-being—A qualitative literature review. *Clinical Child Psychology and Psychiatry, 28*(1), 323–337.
- Praks, P., Lampart, M., Praksová, R., Brkić, D., Kozubek, T., & Najser, J. (2022). Selection of Appropriate Symbolic Regression Models Using Statistical and Dynamic System Criteria: Example of Waste Gasification. *Axioms, 11*(9), 463.
- Raghani, P., & Jadvani, J. (2022). A STUDY ON INFLUENCERS ENDORSEMENT IN SOCIAL MEDIA MARKETING. *Towards Excellence, 14*(4).
- Rahman, M. H. U., Divya, M., Reddy, B. R., Kumar, K. S., & Vani, P. R. (2022). Cyberbullying detection using natural language processing. *Int. J. Res. Appl. Sci. Eng. Technol. (IJRASET)*, 10.
- Ramadani, W., Septiansyah, G., Djohar, R., Syukur, M., & Arifin, I. (2023). Analisis Media Sosial Tiktok Terhadap Perubahan Tingkah Laku Siswa di SMPN 11 Maros Baru. *COMSERVA, 2*(12), 2952–2959.
- Rawal, S. (2022). Use of Social Media Among Youth: The Reflection of Structuration Theory. *Patan Prospective Journal, 2*(2), 241–253.
- Santoso, S. (2023). The Influence of Social Media, Brand Trust, Brand Affect and Value Consciousness on Brand Loyalty: Online Transportation Cases in Indonesia. *WSEAS Transactions on Business and Economics, 20*, 564–572.
- Sipayung, F. L., Wijaya, A. F., Putra, F., & Aratame, N. (2022). Analyzing the Characteristics of Highly Educated Unemployment in Indonesia's Capital City. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan, 14*(2), 153–170.
- Skogen, J. C., Andersen, A. I. O., Finserås, T. R., Ranganath, P., Brunborg, G. S., & Hjetland, G. J. (2023). Commonly reported negative experiences on social media are associated with poor mental health and well-being among adolescents: results from the "LifeOnSoMe"-study. *Frontiers in Public Health, 11*, 1192788.
- Soares, D., & Reis, J. L. (2023). Behaviour of the Adolescents and Their Parents in Relation to the Micro-Influencers in Instagram. In *Marketing and Smart Technologies: Proceedings of ICMaKTech 2022, Volume 2* (pp. 361–374). Springer.
- Zhang, X. (2023). The Impact of Online Socialization on Adolescent Mental Health: The Mediating Role of Friendship Quality and Family Relationships. *New Directions for Child and Adolescent Development, 2023*.
- Zhu, J. Y., & Szekely, I. (2022). Buying Happiness: How Influencer Marketing Affects the Identity and Purchasing Patterns of Teens. *Journal of Student Research, 11*(1).