



## Analisis Budaya Konsumsi dalam Konstruksi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya

Chyntia Khairunnisa Azizah<sup>1)\*</sup>, Khalid Syaifullah<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Prodi Sosiologi, Fakultas Ilmu sosial dan Politik, Universitas Negeri Surabaya

\*Correspondence: 24040564221@mhs.unesa.ac.id

### ABSTRAK

Studi ini meneliti pergeseran perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Negeri Surabaya (UNESA) dari pemenuhan kebutuhan utilitarian menjadi keterlibatan dalam praktik sosial simbolis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana ekosistem spasial kampus yang berbeda memengaruhi standar konsumsi, kebiasaan, dan pembentukan budaya mahasiswa melalui interaksi sosial fisik dan digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan empat mahasiswa yang dipilih melalui pengambilan sampel bertujuan dari kampus Ketintang dan Lidah Wetan antara April dan Mei 2026. Data diinterpretasikan menggunakan teori sosiologi budaya Pierre Bourdieu mengenai hubungan triadik habitus, lapangan, dan modal. Temuan menunjukkan polarisasi yang mencolok dalam pola konsumsi yang didorong oleh perbedaan spasial geografis. Karakteristik kampus Lidah Wetan, yang terkait dengan lanskap perkotaan modern Surabaya Barat, mendorong habitus konsumsi kafe estetika untuk mereproduksi perbedaan kelas sosial. Sebaliknya, ekosistem konvensional kampus Ketintang mempertahankan pola konsumsi komunal yang sederhana karena kendala keuangan. Dinamika ini dipercepat oleh ekosistem virtual dan sindrom *Fear of Missing Out (FOMO)*, yang meningkatkan tekanan untuk kesesuaian digital dan mendorong mahasiswa untuk mengubah modal ekonomi menjadi modal simbolik, khususnya, untuk mendapatkan legitimasi dalam lingkaran sosial kampus. Studi ini menyimpulkan bahwa ruang komersial estetika telah berubah menjadi arena kontestasi simbolik bagi mahasiswa.

**Kata Kunci:** Budaya Konsumsi; Perilaku Konsumen; Pierre Bourdieu

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



### PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini, perubahan gaya hidup mahasiswa telah mengalami pergeseran makna yang sangat fundamental. Dinamika kehidupan mahasiswa saat ini tidak hanya dibentuk oleh rutinitas kuliah dan aktivitas organisasi kampus semata. Pergaulan sosial mereka yang semakin luas dan kompleks justru menjadi ruang utama yang mempengaruhi pola pikir serta perilaku mereka dalam merespons tren di sekitarnya. Mahasiswa kini hidup di tengah kepuangan budaya konsumsi yang masif, mulai dari banyaknya pusat perbelanjaan, kafe-kafe estetik, tempat nongkrong yang ikonik, hingga tren kuliner yang terus berkembang secara dinamis. Membeli, dan mengkonsumsi barang bukan hanya melihat fungsinya lagi, tetapi untuk memenuhi kebutuhan konsumsi modern. Hal ini, diperkuat dengan penelitian (Suryani, 2025) bahwa tindakan belanja dalam konteks modern sangat dipengaruhi oleh simbol status, gaya hidup, dan pencitraan diri daripada fungsi fungsional barang itu sendiri. Ruang konsumsi dalam konteks ini tidak lagi berfungsi sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan fisik atau biologis semata, tetapi telah bertransformasi menjadi ruang sosial yang sangat krusial. Di tempat-tempat inilah, individu mahasiswa membangun identitas, menjalin hubungan antarpribadi, dan menegaskan eksistensi diri mereka di tengah struktur sosial yang ada.

Menurut data penelitian Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2026 pengguna internet di Indonesia mencapai 235 juta jiwa dengan tingkat persentase 81,72%, mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya yaitu 79,50% (2024) dan 80,66% (2025). Berdasarkan data Kompas, pengguna internet ini didominasi oleh Generasi Z (Gen Z) sebesar 32,3% yang secara spesifik aktif menggunakan aplikasi TikTok dan Instagram sebanyak 30,8%. Fenomena konsumsi simbolik dan pencarian identitas ini semakin diperkuat oleh keberadaan media sosial, di mana siswa tidak hanya mengkonsumsi barang secara fisik

tetapi juga memamerkannya secara digital sebagai bagian dari representasi diri. Menjamurnya tren estetik di kafe dan ruang konsumsi lainnya saat ini didorong kuat oleh penetrasi internet yang lebih luas dan dominasi media sosial visual. Media sosial sekarang berfungsi sebagai katalisator utama yang mengatur bagaimana siswa modern menunjukkan eksistensi sosial, gengsi, dan identitas mereka di lingkungan publik.

Peneliti sebelumnya telah banyak memetakan penelitian tentang perilaku konsumtif mahasiswa ke dalam beberapa kecenderungan yang saling berhubungan. Menurut Penelitian (Adam et al., 2025) menyatakan bahwa Gaya hidup hedonis berdampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 46,8%. Dalam lingkungan digital yang penuh dengan algoritma iklan, jebakan tren viral, dan fitur belanja instan, orientasi mahasiswa untuk mencari kesenangan, juga dikenal sebagai pencarian kesenangan, semakin berkembang. Diperkuat dengan penelitian (Jehamat et al., 2024) Pada akhirnya, kebiasaan belanja online ini menjadi habitus, sebuah struktur mental yang secara tidak sadar terinternalisasi sebagai hasil dari proses sosialisasi yang panjang dalam ekosistem masyarakat digital.

Universitas Negeri Surabaya (UNESA) memberikan studi kasus yang sangat unik karena memiliki dua lokasi kampus dengan karakteristik geografis dan sosial yang kontras. Kampus satu yang terletak di Ketintang berada di tengah daerah padat penduduk dan dekat dengan berbagai fasilitas publik, pemukiman padat penduduk, dan akses transportasi yang sibuk. Sebaliknya, Kampus dua yang terletak di Lidah Wetan berada di kawasan Surabaya Barat, sebuah wilayah yang dikenal sebagai pusat gaya hidup modern, dekat dengan pusat perbelanjaan berskala besar (mall), kafe-kafe kontemporer, tempat hiburan, dan kawasan hunian elit. Lokasi kampus yang berbeda menimbulkan lingkungan sosial dan pola konsumtif yang berbeda antar mahasiswa. Perbedaan ekosistem di sekitar kampus ini diyakini sangat mempengaruhi habitus dan budaya konsumsi mahasiswa, di mana lingkungan Kampus Lidah Wetan cenderung lebih terpapar pada stimulasi gaya hidup metropolitan dibandingkan dengan Kampus Ketintang.

Perpaduan antara ruang akademik fisik dan ekosistem konsumsi disekitarnya membuat interaksi sosiologis ini semakin nyata dalam kehidupan sehari-hari. Saat ini, lingkungan kampus kontemporer tidak lagi terisolasi dari budaya kota karena munculnya pusat perbelanjaan, *cafe aesthetic*, dan tren kuliner yang tepat berada di kawasan universitas. Variasi tata ruang geografis kampus ini telah menunjukkan bahwa memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku siswa, karena lingkungan sekitar kampus berinteraksi langsung dengan lingkungan metropolitan urban yang sesuai dengan gaya hidup konsumsi digital. Akibatnya, area sekitar universitas tidak hanya berfungsi sebagai tempat transisi setelah kuliah, tetapi juga telah berubah menjadi tempat pameran budaya populer di mana mahasiswa menemukan aktualisasi diri, menemukan konformitas, dan menegaskan kedekatan sosial mereka dengan kelompok sebaya mereka.

Fenomena pemanfaatan ruang fisik tersebut kemudian diperkuat secara masif oleh ekosistem digital yang mereka akses setiap saat melalui layar ponsel. Menurut Salsabilla et al., (2025) menjelaskan bahwa media sosial menjadi peran utama dalam mempengaruhi gaya hidup hedonis pada generasi Z. Platform yang digunakan seperti instagram, tiktok, dan twitter membuat generasi ini terus merasa menunjukkan kehidupan mereka yang hedon, seperti berlibur di tempat yang sedang viral. Pada akhirnya, kebutuhan fungsional mahasiswa dapat disederhanakan berkat integrasi budaya digital pengaruh dan interaksi nyata di kampus ini. Kegiatan yang sedang viral di Instagram atau TikTok tentang mengunjungi tempat nongkrong di dekat kampus sekarang berfokus pada pencarian latar belakang visual untuk menghasilkan citra diri yang ideal dan mencapai kepuasan emosional untuk memperoleh pengakuan sosial *online*.

Penelitian sebelumnya melihat fenomena ini dari berbagai sudut pandang, tetapi masih ada gap akademik yang belum diteliti secara menyeluruh. Pengaruh gaya hidup hedonis secara makro, aspek psikologis individu secara mikro, dan pembentukan habitus konsumen di dunia siber yang abstrak telah menjadi fokus penelitian sebelumnya. Dalam konteks lokal UNESA sendiri, studi sebelumnya oleh (Hikmah & Nurwidawati, 2023) menggunakan pendekatan psikologi dengan judul “ hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Negeri Surabaya” dengan kesimpulan adanya korelasi negatif antara kedua variabel tersebut. Penelitian ini terdapat kebaruan (*novelty*) menggunakan pendekatan analisis perbandingan spasial. Bagaimana perbedaan lingkungan fisik dan tata ruang sosial di Kampus Ketintang (yang dikelilingi oleh pemukiman padat) dan Kampus Lidah Wetan (yang berfokus pada gaya hidup urban modern Surabaya Barat) secara berbeda mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Dengan mempertimbangkan kondisi ini, penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana perbedaan dalam ekosistem lingkungan kampus UNESA menyebabkan standar konsumsi yang berbeda. Selain itu, bagaimana ruang fisik kampus berfungsi sebagai medan di mana mahasiswa membuat kebiasaan konsumsi mereka. Konsumsi dilihat sebagai hasil dari interaksi sosial dalam ruang fisik nyata dan interaksi digital. Untuk menyelidiki akar-akar sosial yang membentuk tindakan konsumtif, penelitian ini menganalisis teori sosiologi budaya Pierre Bourdieu tentang relasi triadik antara habitus, arena (*Field*), dan modal.

## METODE

Penelitian ini dirancang menggunakan pendekatan kualitatif dengan model deskriptif analitis. Pemilihan model ini dimaksudkan agar peneliti dapat melihat, membedah, dan menemukan fakta mengenai fenomena budaya konsumsi mahasiswa secara sistematis serta tajam di lapangan, bukan sekadar menyajikan data deskriptif yang dangkal. Desain ini berkonsentrasi penuh pada penggalian makna tindakan sosial bagi mahasiswa dan bagaimana perilaku konsumtif mereka dalam kehidupan sehari-hari dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya, bukan untuk mengukur perilaku individu secara statistik. Melalui metode ini, peneliti dapat menggali makna sosial secara mendalam dan interpretasi subjektif di balik praktik konsumsi yang sering kali dianggap sebagai rutinitas biasa, namun sebenarnya sarat akan simbol status dan nilai identitas di kalangan mahasiswa.

Penelitian dilaksanakan di dua lokasi berbeda yang kontras secara geografis dan sosial, yaitu Universitas Negeri Surabaya (UNESA) Kampus Ketintang dan Kampus Lidah Wetan. Proses pengumpulan data lapangan dan penggalian informasi dari para informan berlangsung selama kurang lebih tiga minggu, yang dimulai sejak tanggal 27 April 2026 sampai dengan 18 Mei 2026. Kehadiran peneliti di lapangan bertindak sebagai instrumen utama untuk mengamati ekosistem spasial kampus sekaligus berinteraksi langsung dengan subjek penelitian. Sasaran penelitian atau informan dalam kajian ini dipilih secara sengaja menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan karakteristik perilaku konsumsinya. Subjek penelitian ini berjumlah 4 orang mahasiswa aktif UNESA, yang secara spesifik terdiri atas 2 orang mahasiswa dari Kampus Ketintang dan 2 orang mahasiswa dari Kampus Lidah Wetan.

Metode pengumpulan data utama dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) kepada para informan mahasiswa aktif yang berada di Kampus Ketintang dan Kampus Lidah Wetan. Wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi secara personal serta mendetail tentang kebiasaan perilaku konsumsi mahasiswa, seperti aktivitas nongkrong di *cafe*, pola belanja daring yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial, ruang fisik mereka, dan perbelanjaan yang lain. Melalui wawancara ini, peneliti dapat memahami motif tersembunyi perilaku konsumtif, persepsi individu terhadap tren yang sedang viral, dan bentuk pengakuan sosial yang muncul dalam budaya konsumsi mahasiswa UNESA.

Setelah seluruh data lapangan terkumpul, data tersebut dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif melalui model analisis data interaktif dan sirkular yang diubah menjadi tiga tahap utama: reduksi data, kategori data, dan interpretasi atau penarikan kesimpulan (Miles et al., 2014). Pada tahap reduksi data, peneliti fokus pada kondisi perilaku konsumtif yang paling relevan dengan tujuan penelitian dengan menyaring, memilih, dan merangkum data dari wawancara. Selanjutnya, pengkategorian dilakukan dengan membagi pola konsumsi mahasiswa berdasarkan pengaruh lingkungan sosial dan ruang fisik di Kampus Ketintang dan Lidah Wetan. Tahap terakhir, interpretasi, menggunakan teori sosiologi budaya Pierre Bourdieu tentang relasi triadik antara habitus, arena (*field*), dan modal (*capital*), untuk menjelaskan mekanisme pembentukan budaya yang dikonsumsi mahasiswa oleh lingkungan sosial mereka.

Pengecekan keabsahan hasil penelitian dilakukan melalui triangulasi sumber data, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara antar informan mahasiswa dari berbagai latar belakang fakultas di kedua lokasi kampus serta mengkonfirmasikannya dengan data literatur sekunder yang relevan. Sepanjang jalannya riset, peneliti mengikuti kode etik penelitian secara ketat dengan memberikan persetujuan informan (*informed consent*) sebelum wawancara dimulai dan menjaga kerahasiaan identitas narasumber melalui sistem anonimitas. Prinsip etis ini diambil untuk memastikan bahwa informan merasa aman dan nyaman dalam memberikan keterangan jujur mengenai gaya hidup mereka tanpa rasa khawatir akan penilaian sosial atau dampak akademik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian lapangan yang melibatkan wawancara mendalam dengan mahasiswa Universitas Negeri Surabaya menunjukkan bahwa budaya konsumsi telah menjadi bagian dari identitas sosial mahasiswa dan tidak lagi sekedar aktivitas ekonomi untuk memenuhi kebutuhan biologis semata. Konsumsi digunakan secara aktif sebagai instrumen untuk menunjukkan eksistensi diri, mengikuti arus pergaulan kelompok sebaya, dan memperoleh pengakuan sosial di lingkungan kampus. Berdasarkan reduksi data wawancara, ditemukan adanya perbedaan pola konsumsi yang sangat kontras antara mahasiswa UNESA Kampus Ketintang dan Kampus Lidah Wetan. Karakteristik lingkungan sosial serta ruang fisik di sekitar kedua kampus tersebut memegang pengaruh paling krusial dalam membentuk perbedaan habitus konsumsi ini.

Terdapat data menunjukkan bahwa mahasiswa UNESA di Kampus Ketintang dan Lidah Wetan memiliki pola konsumsi yang sangat berbeda. Faktor-faktor yang paling signifikan yang mempengaruhi perbedaan ini adalah lingkungan kampus masing-masing. Hal tersebut diungkapkan oleh informan S kampus Ketintang:

*“Perbedaan vibes gaya nongkrong pasti beda, mereka iku lebih banyak pilihan lho kayak nongkrong mau yang sing vibes-vibes Instagramable. Karena dari segi geografis juga kan mungkin dekat tempat kayak mall, terus sing perumahan-perumahan elit, iku kan memengaruhi juga”.*

Artinya: Perbedaan vibes gaya nongkrong pasti beda, mereka lebih banyak pilihan tempat nongkrong dengan vibes - vibes instagramable. Karena dari segi geografis juga lebih dekat dengan mall, perumahan - perumahan elit, mempengaruhi juga.

Hal ini membuktikan bahwa lokasi kampus mempengaruhi suasana dan gaya hidup mahasiswa. Kampus Lidah Wetan dikelilingi oleh fasilitas kelas atas seperti mall besar dan hunian elit, yang memberikan lebih banyak pilihan ruang konsumsi visual yang instagramable, yang berdampak pada orientasi mahasiswa. Fenomena ini membuat perubahan perilaku konsumsi mahasiswa. Menurut penelitian (Immanuel et al., 2026) menjelaskan bahwa Konsumsi mahasiswa tidak lagi dianggap sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan semata. Sebaliknya, itu telah berubah menjadi praktik sosial yang penuh dengan makna simbolik, dimana mereka bersaing satu sama lain untuk memproduksi perbedaan sosial dan kekuasaan simbolik. Dalam situasi ini, lingkungan kampus Lidah Wetan berubah menjadi arena sosial (*field*) tempat tanda-tanda modernitas bekerja. Mahasiswa membuat kegiatan di kafe atau pusat perbelanjaan secara kolektif sebagai cara untuk ekspresi diri, membangun identitas, dan memperoleh pengakuan sosial.

Perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh mahasiswa di kampus 2 Lidah Wetan cenderung mencerminkan elemen budaya konsumsi kontemporer, seperti mengikuti tren gaya hidup kota, mengunjungi pusat perbelanjaan modern, dan menghabiskan waktu di kafe indah. Hal ini disebabkan oleh lokasi geografis Kampus Lidah Wetan yang berada di Surabaya Barat, sebuah wilayah kota metropolitan yang terhubung dengan mall, restoran modern, dan fasilitas hiburan elit. Informan Z mahasiswa Kampus Lidah Wetan mengatakan:

*“aku karo arek - arek circle terkadang nongkrong atau dolan sore ng coffee shop daerah kono. selain iku yo akeh arek unesa liyo seng nongkrong ng kono”.*

Artinya: Saya bersama teman-teman circle terkadang nongkrong atau main sore di *coffee shop* daerah sana. Selain itu, ya banyak anak UNESA lain yang nongkrong di sana.

Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan berkumpul pada sore hari di *coffee shop* di daerah Surabaya Barat menjadi kebiasaan kelompok pertemanan oleh mahasiswa UNESA di kawasan tersebut, menciptakan pergeseran habitus yang nyata. Pergeseran budaya dari daerah asal yang cenderung sederhana menjadi kebudayaan kota metropolitan Surabaya secara nyata telah mengubah pola kebiasaan mahasiswa perantau menjadi identik dengan kehidupan di mall, berbelanja barang merek, dan nongkrong. Gaya hidup yang selalu berubah di perguruan tinggi kontemporer menyebabkan persaingan yang ketat dalam konsumsi simbolik. Menariknya, siswa sering menggunakan inovasi keuangan digital untuk bertahan hidup dalam kelompok secara visual di tengah keterbatasan keuangan harian (Novitasani & Handoyo, 2014).

Berbeda dengan mahasiswa Kampus Ketintang yang menunjukkan pola konsumsi yang cenderung lebih sederhana, berbaur dengan masyarakat, berada di kawasan pemukiman padat, dan lebih dekat dengan ruang publik. Mahasiswa ketintang lebih sering nongkrong di kedai warung kopi dekat rel, Sentra wisata Kuliner (SWK) yang berada di sekitar kampus. Informan S menjelaskan pilihan spasial yang ekonomis ini, mengatakan;

*“Biasane UNESA kan anak menengah ke bawah, atau menengah banget, maksude jarang kan menengah ke atas. Dadi pasti mereka iku milih yang mana sing lebih worth it, kayak sing terjangkau. Jadi, SWK iku menurutku pilihan sing paling memungkinkan lah daripada yang lain-lain”.*

Artinya: Biasanya UNESA itu kan mahasiswanya dari kalangan menengah ke bawah, atau menengah sekali, maksudnya jarang yang dari kalangan menengah ke atas. Jadi, pasti mereka memilih mana yang lebih sepadan (*worth it*), seperti yang terjangkau. Jadi, SWK (Sentra Wisata Kuliner) itu menurut saya pilihan yang paling memungkinkan daripada yang lain-lain.

Hal ini juga dipertegas dengan argumen informan T merupakan mahasiswa Ketintang yang melakukan kalkulasi rasional untuk perbedaan ruang konsumsi diantara kampus, menunjukkan:

*“50 ribu di royal dapet makan, minum, dan bisa beli yang lain. Ke pakuwon bawa 50 ribu dapet minum aja”.*

Pernyataan diatas menunjukkan bahwa mahasiswa Ketintang menganggap gaya hidup metropolitan Surabaya Barat tidak sepadan dengan uang mereka sehari-hari. Menurut Priyono et al., (2022) hwa tingkat pengelolaan uang saku dan latar belakang sosiokultural keluarga memiliki keterkaitan erat dalam menentukan bagaimana mahasiswa mengontrol intensitas pengeluaran harian mereka. Diperkuat dalam Penelitian (Novitasani et al., 2014) dimana tekanan finansial keluarga untuk mempertahankan stabilitas ekonomi membentuk sikap pragmatis dan sikap berhati-hati dalam membelanjakan uang saku. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hisyam et al., (2024), logika rasional untuk mengelola uang saku menunjukkan bahwa konsep habitus ekonomi Pierre Bourdieu bekerja. Ini menunjukkan bahwa pola pikir, skema mental, dan kedisiplinan finansial siswa dipengaruhi secara signifikan oleh kelas sosial-ekonomi orang tua, yang membantu membedakan antara kebutuhan primer dan keinginan semu. Jenis mahasiswa yang hemat uang cenderung memiliki kontrol diri yang lebih baik, jadi dalam lingkungan kampus, mereka lebih memilih untuk mengalokasikan uang mereka secara selektif untuk mencari nilai terbaik dan menghindari pemborosan untuk mempertahankan kekayaan lokal.

Mahasiswa di kedua lokasi tersebut masih melakukan praktik konsumsi simbolik, terutama dalam hal pakaian dan aksesori penunjang penampilan yang modis, meskipun terdapat perbedaan ruang spasial. Sebagian besar informan mengatakan bahwa mereka membeli pakaian secara teratur agar dapat tampil menarik dan menciptakan impresi sosial yang baik di kampus. Informan N mahasiswa Kampus Lidah Wetan mengakui motivasi di balik pencarian identitas.

*“Terkadang ada perasaan puas jika ada teman yang memuji, terutama soal pengetahuan dan outfit, pengakuan dari orang lain terkadang bikin kita semakin semangat dalam menekuni suatu hal”.*

Pertanyaan diatas menunjukkan bahwa afirmasi sosial, seperti pujian untuk pakaian, menjadi stimulus sosiopsikologis yang sangat penting bagi siswa untuk membangun rasa percaya diri di tengah sirkel pergaulannya. Perspektif sosiologi budaya kebutuhan untuk pujian dan penerimaan kelompok ini menunjukkan mekanisme reproduksi status sosial di bidang pendidikan. Belanja mahasiswa saat ini lebih banyak didorong oleh keinginan, gaya hidup, dan pengaruh lingkungan sosial dibandingkan kebutuhan rasional. Pakaian tidak lagi dinilai berdasarkan fungsinya untuk melindungi tubuh. Sebaliknya, pakaian telah berkembang menjadi media komunikasi simbolik di mana orang dapat mengekspresikan diri, membangun identitas, dan mendapatkan pengakuan sosial (Immanuel & Kurniawan, 2026). Memperkuat kenyataan bahwa mahasiswa perantau (urban) di Surabaya telah mengubah penampilan mereka dari yang sederhana di daerah asal mereka menjadi lebih modis dan konsumtif terhadap produk merek terkenal. Ini sengaja dilakukan untuk meningkatkan posisi tawar atau prestise kelas mereka agar mereka tidak dianggap ketinggalan zaman (Novitasani & Handoyo, 2014). Hal ini sejalan dengan penelitian Adam et al., (2025) bahwa di era digital marketing, gaya hidup hedonis mendorong siswa untuk melakukan tindakan konsumsi yang dimotivasi oleh fungsi barang dan orientasi kesenangan, yang merupakan representasi identitas diri dan kesenangan.

Paparan media sosial murni, yang mendorong pembelian impulsif aksesori tidak produktif setelah menyaksikan tren yang mendominasi situs web ponsel, merupakan faktor luar tambahan yang menggerakkan budaya konsumsi ini. Informan S yang melihat perilaku teman circle:

“Mungkin neng masalah beli, checkout atau apapun iku, baju iku arek K-Poppers misal. Mereka iku kayak beli PC (photocard), gantungan kunci, opo iku sing ngono-ngono iku, perintilan-perintilan iku kan gak perlu sih sebenarnya. Soale deke ada masa keterikatan dengan fandom-nya”.

Artinya: Mungkin dalam hal membeli, melakukan *checkout*, atau apa pun itu... contohnya seperti pakaian anak-anak pecinta K-Pop (*KPopers*). Mereka itu seperti membeli *PC* (*photocard*), gantungan kunci, atau barang-barang yang seperti itu. Pernak-pernik (*perintilan*) seperti itu sebenarnya kan tidak terlalu penting. Karena mereka memiliki rasa keterikatan dengan kelompok penggemar (*fandom*) mereka.

Hal tersebut menjelaskan bahwa membeli pernak - pernik idola hakekatnya tidak didasari oleh urgensi kebutuhan esensial, melainkan dipicu oleh adanya ikatan emosional dan rasa keterikatan yang mendalam antara individu dengan kelompok penggemar (*fandom*) mereka. Menurut Pranata et al., (2026) paparan konten visual yang luas di media sosial dapat menimbulkan urgensi emosional dan ketakutan akan tertinggal tren. Sindrom psikologis ini berfungsi sebagai faktor mediasi yang kuat karena menghilangkan hambatan rasional konsumen, menyebabkan mereka sangat tertarik untuk membeli barang dan membuat keputusan impulsif untuk mendapatkan kepuasan emosional sementara. Hal ini dipertegas dalam penelitian Ayu et al., (2025), yang menemukan bahwa sindrom rasa takut tertinggal memiliki korelasi yang kuat dengan peningkatan perilaku konsumtif di kalangan siswa. Perilaku konsumtif ini terutama terkait dengan membeli barang-barang simbolik untuk meningkatkan citra diri mereka di media sosial. Faktor-faktor yang menyebabkan siswa terjebak dalam siklus konsumsi ini adalah tekanan dari orang tua mereka dan kurangnya kontrol diri mereka. Bourdieu melihat konsumsi barang-barang *fandom* ini menunjukkan investasi keuangan budaya dan sosial di arena kontestasi simbolik. Aktor mahasiswa menggunakan tanda-tanda sebagai alat simbolik untuk berkomunikasi, membentuk identitas kolektif, dan menegaskan batas pembeda (*distingsi*) kelompok. Pada akhirnya, uang yang dihabiskan oleh mahasiswa untuk membeli barang-barang tersebut diubah menjadi modal simbolik berupa prestise, harga diri, dan pengakuan sosial yang saling menguntungkan. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa mereka tetap dianggap relevan, sah, dan terintegrasi dengan pergaulan komunitasnya (Immanuel & Kurniawan, 2026).

Dalam pemikiran Pierre Bourdieu, hubungan triadik antara *Habitus*, *Arena (Field)*, dan *Modal (Capital)* dapat digunakan untuk memahami dasar sosiologis di balik fenomena ini. *Habitus* adalah konsep pertama, yang didefinisikan sebagai struktur mental atau sistem disposisi yang menetap dan terinternalisasi secara tidak sadar oleh seseorang selama periode sosialisasi yang lama di lingkungan sosial tertentu. *Habitus* konsumsi mahasiswa UNESA berbeda karena perbedaan ekosistem spasial. Mahasiswa di Lidah Wetan College terus terpapar oleh tanda-tanda modernisasi gaya hidup metropolitan Surabaya Barat. Akibatnya, mengunjungi pusat perbelanjaan mewah atau *cafe* estetik dianggap normal dan wajar dan merupakan keharusan kultural untuk mempertahankan relevansi sosial. Sebaliknya, kampus Ketintang dikelilingi oleh ruang fisik yang luas yang dihuni oleh mahasiswa yang sederhana yang mengikuti kebiasaan makan bersama. hal ini diungkapkan oleh informan S mengatakan bahwa:

“Lek arek Lida Wetan iku jujur nek ngejak ngopi, ngejak opo iku lumayan pilih-pilih, kayak mereka iku kayak misal 'Ayo nak warkop', 'Kok nak warkop? Lapo gak nak kafe?' Kayak ngono loh. Dadi ono gengsine lah”.

Artinya: Kalau anak Lidah Wetan itu jujur kalau mengajak ngopi atau mengajak pergi ke mana gitu lumayan pilih-pilih, contohnya seperti mereka bilang, 'Ayo ke warkop', 'Kok ke warkop? Kenapa tidak ke kafe saja?' Seperti itulah. Jadi ada rasa gengsinya.

Wawancara di atas menunjukkan bahwa pengalaman hidup dan preferensi spasial mahasiswa dipengaruhi secara dialektis oleh karakteristik ruang tempat mereka beraktivitas sehari-hari. Rasa gengsi yang muncul pada mahasiswa Lidah Wetan bukan sekadar ego personal, melainkan bentuk pertahanan agar selera mereka tetap sejalan dengan standar kelompoknya. Menurut Zahra et al., (2026) bahwa era modern, *cafe* estetik telah berkembang dari tempat konsumsi fisik menjadi ruang representasi diri yang mempertimbangkan selera, preferensi, dan posisi kelas sosial siswa. Dalam arena sosial ini, mahasiswa secara aktif mengubah kepemilikan modal ekonomi untuk membangun citra kontemporer, memperoleh pengakuan sosial, dan memperkuat identitas kelompok pertemanannya. Berbagai jenis modal dan struktur *habitus* siswa di ruang sosial sangat mempengaruhi kebiasaan konsumsi mereka. Lingkungan kampus Lidah Wetan berfungsi sebagai arena (*field*) kontestasi tanda di mana selera dan kebiasaan makan siswa berbeda secara sengaja. Ini menunjukkan adanya proses *distingsi* atau batas pembeda kelas sosial. Jika siswa dapat bermain secara teratur di arena sosial, mereka cenderung memaksakan diri untuk mengikuti norma yang berlaku agar mereka dapat bergerak dengan bebas.

Dalam situasi seperti ini, mahasiswa Lidah Wetan menggunakan uang mereka untuk membeli kafe kontemporer yang mewah. Salah satu tujuan dari akumulasi konversi ini adalah untuk mendapatkan modal simbolik berupa status dan legitimasi sosial di mata kelompok sebaya, sehingga posisi dan eksistensi sirkel mereka tetap dihormati di tengah arus gaya hidup urban yang cepat (Immanuel & Kurniawan, 2026; Hisyam & Pratama, 2024).

Dinamika spasial di UNESA ini menunjukkan kemiripan struktural dan kekhasan jika dibandingkan dengan pola konsumsi mahasiswa di negara lain. Sebagai perbandingan, hasil pengujian model penelitian (Salsabilla & Wicaksono, 2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup hedonis secara parsial dan simultan mempengaruhi perilaku konsumtif generasi muda. Namun, studi kasus mahasiswa UNESA menunjukkan secara jelas bahwa kedekatan geografis ke pusat hiburan di sekitar kampus terkait langsung dengan kemudahan akses keuangan digital, bahkan jika penelitian tersebut menempatkan teknologi keuangan sebagai variabel makro yang abstrak. Informan N mengatakan:

*“Kalau memang harganya cukup mahal aku sebisa mungkin akan mencari alasan lain dan menolak dengan halus, bagiku jika memang dana lagi menipis, sebisa mungkin aku harus menghematnya”.*

Hal tersebut menjelaskan bahwa Mahasiswa tidak selalu harus menjadi konsumen pasif yang tunduk pada tekanan lingkungan. Ketika mereka menghadapi keterbatasan anggaran, atau keterbatasan anggaran, mereka mampu melakukan kalkulasi ekonomi secara sadar untuk menghindari keinginan untuk menghabiskan lebih banyak uang daripada yang mereka butuhkan untuk membiayai kehidupan sehari-hari mereka. Strategi yang digunakan oleh mahasiswa perantau untuk mempertahankan stabilitas keuangan sehari-hari mereka di daerah perantauan adalah sikap pragmatis murni dan kehati-hatian dalam pengeluaran. Namun, kehadiran instrumen kredit digital instan yang menghubungkan kampus dengan pusat komersial menunjukkan bahwa ketahanan diri ini terus diuji di masyarakat digital modern (Novitasani & Handoyo, 2014). Hal ini, dikaji dalam perspektif sosiologi ekonomi (Fadhilah et al., 2026) membedakan waktu konsumsi dari waktu pembayaran, layanan Buy Now Pay Later, atau paylater, secara psikologis mengaburkan tantangan keuangan nyata siswa. Seperti yang dikatakan Informan N, keputusan mahasiswa untuk menjadi hemat sebenarnya merupakan bentuk pertahanan agensi terhadap rekayasa sosioteknikal industri keuangan digital yang secara konsisten berusaha untuk memaksa generasi muda untuk menjadi konsumtif.

Konsep kedua adalah arena (field), yang didefinisikan sebagai ruang atau medan sosial di mana para aktor berinteraksi satu sama lain, bersaing, mengikuti aturan main, dan memperebutkan posisi dan pengakuan sosial. Lingkungan kampus dalam studi ini berfungsi sebagai arena sosial yang dinamis di mana siswa aktif mencari pertemanan, mendapatkan pengakuan kelompok, dan berusaha untuk tetap menjadi anggota masyarakat. Budaya konsumsi adalah aturan utama di bidang ini. Mahasiswa dipaksa mengikuti norma kelompok untuk menghindari risiko marginalisasi sosial atau perasaan inferior karena tertinggal dari tren pergaulan. Hasil analisis tematik dalam studi (Asyahidda & Azis, 2024) menunjukkan bahwa Generasi Z dipaksa untuk mengikuti tren viral karena platform media sosial seperti TikTok. Kecemasan mereka akan kehilangan informasi mendorong mereka untuk terlibat lebih banyak dalam tren viral. Ini terlihat dalam lingkungan kampus UNESA, di mana strategi adaptasi aktor, seperti membawa tumbler bermerek atau mengunjungi tempat nongkrong yang sedang naik daun, digunakan untuk mendapatkan penerimaan dari kelompok pertemanan nyata mereka. Dalam dunia digital ini, konformitas ekstrem sangat efektif karena jumlah indikator pengakuan seperti likes, komentar, dan status keterikatan sirkel berfungsi sebagai kapital digital baru yang membentuk posisi tawar aktor. Akibatnya, mahasiswa bersedia mengeluarkan uang mereka untuk membeli atribut modernitas yang tidak efektif untuk mempertahankan pengakuan sosial mereka dan menghindari tereksklusi dari dinamika kelompok pertemanan di kampus.

Konsep ketiga adalah "modal", atau "capital", yang menurut Bourdieu mencakup semua sumber daya yang dapat digunakan oleh individu untuk memperoleh posisi kekuasaan dan rekognisi di masyarakat. Interaksi empat jenis modal: modal ekonomi (uang kuliah), modal sosial (teman-teman), modal budaya (pengetahuan tentang tren mode kontemporer), dan modal simbolik (prestise dan gengsi). Interaksi ini mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa UNESA. Menurut Bourdieu, perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh mahasiswa UNESA sebenarnya merupakan proses konversi modal. Untuk mendapatkan modal budaya dan sosial, siswa mengorbankan uang mereka untuk membeli barang konsumsi simbolik. Pada akhirnya, modal simbolik akan menjadi legitimasi pergaulan kampus. Bahwa paparan informasi visual digital dapat menimbulkan urgensi emosional dan ketakutan tertinggal (*Fear of Missing Out*), yang mendorong keputusan pembelian segera, menurut

landasan statistik dalam riset pemasaran digital (Pranata et al., 2026). Di UNESA, pergeseran modal ekonomi menjadi modal simbolik disebabkan oleh ketakutan untuk tetap dianggap sebagai bagian dari komunitas pertemanan yang modis.

Pada tahap analisis yang lebih mendalam, dialektika konversi modal ini dipercepat secara signifikan oleh operasi ekosistem virtual. Ekosistem virtual ini menghasilkan ulang aktivitas konsumsi nyata melalui unggahan foto dan konten harian di media sosial. Akhirnya, mahasiswa UNESA terjebak dalam "hiperrealitas" konsumsi, dimana batas antara keinginan semu yang dihasilkan oleh stimulasi algoritma dan kebutuhan fungsional-ekonomis yang sebenarnya menjadi kabur. Sebagai kelompok terdidik, keinginan mereka untuk kepuasan emosional jangka pendek dan mempertahankan citra digital mengalahkan kebijaksanaan ekonomi mereka. Kesimpulan teoritis ini sejalan dengan ulasan sosiokultural (Ramadhani et al., 2026) yang menyatakan bahwa budaya validasi digital cenderung mengarahkan masyarakat modern untuk mengukur nilai diri mereka berdasarkan respons di dunia maya daripada realitas objektif mereka. Oleh karena itu, data lapangan ini menunjukkan secara empiris bahwa perilaku konsumtif mahasiswa UNESA adalah produk kultural kompleks yang berasal dari pertautan antara disposisi mental (*habitus*), kontestasi pengakuan di lingkungan akademik (*arena*), dan investasi citra diri melalui penguasaan tanda komoditas (modal). Untuk mencegah hal ini terjadi di masa depan, diperlukan peningkatan program literasi keuangan yang komprehensif.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa kebiasaan konsumsi mahasiswa UNESA telah mengalami perubahan makna. Dari sekadar memenuhi kebutuhan fungsional menjadi tindakan sosial simbolik yang dididik secara dialektis oleh tata ruang spasial kampus. Kondisi geografis Kampus 2 Lidah Wetan yang dekat dengan ekosistem modern Surabaya Barat mendorong kebiasaan mengkonsumsi cafe estetik untuk menunjukkan perbedaan. Di sisi lain, Kampus 1 Ketintang, yang dikelilingi oleh pemukiman padat, mengadopsi pola konsumsi yang bersahaja dan komunal karena keterbatasan keuangan harian. Penetrasi ke ekosistem virtual dan sindrom takut kehilangan tempat (FOMO), yang meningkatkan tekanan konformitas digital, mendorong siswa untuk mengonversi modal keuangan mereka untuk mendapatkan modal simbolik sebagai legitimasi di dalam sirkel pergaulannya. Hal ini mempercepat dinamika polarisasi spasial ini. Hasilnya mendukung sintesis teoritis tentang relasi triadik Pierre Bourdieu di era internet, yang menunjukkan bahwa ruang komersial estetik telah berubah peran menjadi tempat pertempuran simbolik kelas sosial mahasiswa. Kajian ini menunjukkan bahwa program literasi keuangan komprehensif harus dimasukkan ke perguruan tinggi. Penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan secara luas karena menggunakan pendekatan kualitatif dengan lokus berskala tertentu. Oleh karena itu, penelitian yang akan datang disarankan untuk menggunakan metode campuran, atau metode campuran, untuk mengetahui secara kuantitatif sejauh mana jumlah kapital ekonomi keluarga mempengaruhi kemampuan siswa untuk menahan tekanan gaya hidup siber.

## Daftar Pustaka

- Adam, M., Dianah, L., & Sudarmi, S. (2025). Analisis Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Konstruk Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Dinamika Era Digital (Studi Kasus di Institut Pendidikan Indonesia Garut). *JURNAL PENDIDIKAN IPS*, 15(4), 1581-1590.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2026). *Survei Penetrasi Internet Indonesia*. APJII. <https://survei.apjii.or.id/home>
- Asyahidda, F. N., & Azis, A. (2024). Konformitas dan Penyimpangan: Perspektif Sosiologis tentang Pengalaman FoMO di Kalangan Generasi Z pada Media Sosial TikTok. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 11(2), 120-132.
- Ayu, N. P., Safitri, D., & Sujarwo. (2025). Hubungan Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Mutiara: Jurnal Ilmiah Multidisipliner Indonesia*, 3(2), 1-18.
- Fadhilah, Y., Suwandi, T. L., Mujamilah, S., & Damayanti, S. (2026). Perubahan Pola Konsumsi Mahasiswa Akibat Penggunaan Paylater Dalam Perspektif Sosiologi Ekonomi. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(3), 1846-1858.
- Hikmah, F. N., & Nurwidawati, D. (2023). Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 10(3), 190-202.

- Hisyam, C. J., Darmawan, G. S., Prayogo, M. D. A., & Pratama, R. A. (2024). Habitus Mempengaruhi Gaya Hidup Dan Identitas Sosial Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Menurut Perspektif Bourdieu. *Jurnal Motivasi Pendidikan dan Bahasa*, 2(2), 80-92.
- Jehamat, L., Gero, H. M. E., & Meka, C. E. (2024). Habitus Belanja Online dan Tren Gaya Hidup Shopaholic di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Nusa Cendana: Perspektif Cultural Studies. *Jurnal Pluralis*, 2(2), 214-231.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Novitasani, L., & Handoyo, P. (2014). Perubahan Gaya Hidup Konsumtif pada Mahasiswa Urban di UNESA. *Paradigma*, 2(3), 1-7.
- Pertiwi, W. K. (2026, Juni 15). *TikTok Jadi Medsos Paling Banyak Dipakai di Indonesia, Didominasi Gen Z*. Kompas.com. [https://tekno.kompas.com/read/2026/06/15/13200007/tiktok-jadi-medsos-paling-banyak-dipakai-di-indonesia-didominasi-gen-z?utm\\_source=Various&utm\\_medium=Referral&utm\\_campaign=AIML\\_Widget\\_Desktop](https://tekno.kompas.com/read/2026/06/15/13200007/tiktok-jadi-medsos-paling-banyak-dipakai-di-indonesia-didominasi-gen-z?utm_source=Various&utm_medium=Referral&utm_campaign=AIML_Widget_Desktop)
- Pranata, I. M. W. S., Saputra, I. M. D. J. M., & Diputra, K. B. C. (2026). PENGARUH KONTEN VIRAL TIKTOK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DENGAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *JUMANIS: Journal of Management and Business*, 2(1), 59-72.
- Priyono, S., Rohmah, M., & Afifah, S. (2022). ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DITINJAU DARI LITERASI EKONOMI KELUARGA DAN PENGELOLAAN UANG SAKU (STUDI FENOMENOLOGI PADA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI STKIP NURUL HUDA. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 6(02), 86-94.
- Ramadhani, A. N. Z., Hendrakusuma, M. R., Ramadhani, S. K., & Nuraida, H. (2026). "TAKUT KETINGGALAN TREN": FENOMENA FEAR OF MISSING OUT (FOMO) TERHADAP VIRALITAS MEDIA SOSIAL DAN DAMPAKNYA PADA KEHIDUPAN MASYARAKAT DIGITAL. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 12(2).
- Salsabilla, S., & Wicaksono, C. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonis, dan Self-Control Terhadap Perilaku Konsumtif pada Gen-Z. *Efektor*, 12(1), 87-101.
- Suryani, R. (2025). BUDAYA KONSUMEN (ANALISIS DAN PENGARUHNYA DALAM KONTEKS MODERN). *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 8(1), 839-843.
- Zahra, A. A., Mirna Delli Septiana, Desi Nurmasari, Vieronica Varbi Sununianti, Istiqomah, & Deni Aries Kurniawan. (2026). Tren Nongkrong di Kafe Estetik sebagai Simbol Kelas Sosial Mahasiswa dalam Perspektif Pierre Bourdieu. *ARIMA : Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 3(4), 110-115.