

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian ini mendapatkan kesimpulan yang menjawab ketiga hipotesis yang disusun oleh peneliti berupa:

1. Pertama, hipotesis mayor (H1) menegaskan bahwa paparan *influencer* media sosial dan konformitas teman sebaya secara simultan memiliki peran yang signifikan dalam membentuk perilaku konsumtif siswa SMA penggemar k-pop. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan bekerja secara kolektif sebagai pendorong utama yang mempengaruhi keputusan konsumsi siswa dalam keseharian mereka.
2. Kedua, hipotesis minor pertama (H2) menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara paparan *influencer* media sosial terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin sering siswa terpapar konten dari *influencer*, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa gaya hidup, produk, maupun promosi yang ditampilkan oleh para *influencer* memiliki daya tarik kuat yang mampu memengaruhi pola belanja atau keinginan membeli siswa secara nyata.
3. Ketiga, hipotesis minor kedua (H3) membuktikan bahwa konformitas teman sebaya memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini menjelaskan bahwa keinginan siswa untuk diterima di lingkungan sosialnya atau tekanan untuk mengikuti tren di antara sesama penggemar k-pop mendorong mereka untuk melakukan pembelian barang. Dengan kata lain, kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan kelompok menjadi faktor penentu yang memperkuat perilaku konsumtif pada diri siswa tersebut.

B. Saran

Saran untuk pengembangan riset di masa mendatang mencakup perlunya perluasan subjek dengan membandingkan siswa dari beragam latar belakang status ekonomi atau membandingkan antar fandom k-pop yang berbeda agar

hasilnya lebih dapat digeneralisasi. Selain itu, perumusan kriteria subjek dapat diperjelas, misalnya dengan mengkhususkan pada siswa yang aktif dalam komunitas kolektor *merchandise* tertentu (seperti kolektor *photocard* langka). Dari sisi metodologi, disarankan menggunakan pengujian lanjutan melalui analisis mediasi atau moderasi untuk menguji apakah paparan *influencer* media sosial memoderasi hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif, demi menambah kedalaman temuan ilmiah.

Berdasarkan temuan mengenai pengaruh paparan *influencer* dan konformitas teman sebaya, pihak sekolah disarankan untuk mengaplikasikan hasil penelitian ini melalui pengadaan program literasi media dan pengelolaan keuangan dasar. Edukasi ini dapat membantu membekali siswa dengan kemampuan berpikir kritis dalam menyaring promosi *merchandise* di media sosial, serta memberikan pemahaman mengenai pentingnya memiliki prinsip dalam pertemanan agar tidak mudah tertekan oleh tren kelompok. Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi orang tua untuk lebih proaktif dalam mendampingi dan memantau aktivitas media sosial anak. Orang tua disarankan untuk mulai mengedukasi anak terkait pembuatan perencanaan keuangan (*budgeting*) sederhana. Selain itu, orang tua dapat membantu anak memahami skala prioritas dengan memberikan batasan yang jelas antara kebutuhan pendidikan dasar dan keinginan yang bersifat hobi, sehingga perilaku konsumtif dapat ditekan secara mandiri dari lingkungan keluarga.