

Peran Pendidikan Agama Kristen Terhadap Remaja dalam Mencegah Perilaku Konsumerisme di Era Digital

Kevin Samuel Kamagi

Universitas Kristen Indonesia, Jakarta

kevinsamuelkamagi@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini didasarkan kepada terjadinya pergeseran masyarakat dalam melakukan konsumsi. yang awalnya konsumsi dilakukan terhadap barang dan jasa yang mengandung nilai guna kini telah bergeser kepada konsumsi kepada barang dan jasa yang dilakukan untuk kepuasan hasrat atau disebut dengan konsumerisme. Era digital, merupakan era perkembangan yang baik dampaknya kepada masyarakat. Akan tetapi disisi lain, era digital juga memberikan dampak yang negatif terhadap konsumsi masyarakat. Akibat dari percepatan informasi yang praktis, masyarakat terdoda untuk konsumtif dan terjebak dengan konsumerisme. Remaja merupakan salah satu kelompok usia yang perlu untuk dibimbing, karena remaja merupakan fase yang masih menginginkan pengakuan jati diri dalam kehidupan sehingga bertindak konsumtif bisa menjadi salah satu pilihan untuk pengakuan identitas. Tujuan dari penelitian ini, untuk memberikan deskripsi bagaimana Pendidikan Agama Kristen hadir untuk memberikan pemahaman kepada remaja dalam mencegah konsumerisme di era digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan teknik pengumpulan data studi Pustaka. Hasil dari penelitian menunjukkan, Pendidikan Agama Kristen dapat melakukan pengajaran tentang remaja seharusnya tidak terperangkap dengan hal duniawi, mengutamakan nilai guna dalam kehidupannya, serta bagaimana remaja dapat menjadi pribadi yang menahan diri. Dalam pendidikan ini diperlukan kompetensi pendidik yang tidak hedonis dan dalam evaluasi pembelajaran dapat menggunakan model evaluasi kesesuaian (*congruence model*).

Kata Kunci: Era Digital; Konsumerisme; Pendidikan Agama Kristen; Remaja

Abstract

This research is based on the occurrence of a change in people's consumption, which was originally carried out on goods and services that contain use value has now change to consumption of goods and services that are carried out for the satisfaction of desires or what is called consumerism. The digital era is an era of good development for society, but, the digital era also has a negative impact on public consumption, because of the acceleration of more practical information, people are easily to consumptive and trapped with consumerism. Teenagers are groups that need to be guided, because the Teenagers phase still wants recognition of their identity in their lives so that acting consumptively can be an option for recognizing identity. The purpose of this study is to provide a description of how Christian Religious Education exists to provide understanding to teenager in preventing consumerism in the digital era. The research method used is qualitative, with the collection of library study data. The results indicate that Christian religious education can teach about how teenagers should not be trapped by worldly things, prioritize use values in life, and how teenagers can become self-absorbed individuals. In this education, the competence of educators who are not hedonic is needed and in the evaluation of learning, the congruence evaluation model can be used.

Keywords: Christian Education; Consumerism; Digital era; Teenager



This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

PENDAHULUAN

Konsumtif barang dan jasa merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia, karena konsumsi menyangkut kebutuhan, seperti makanan dan minuman merupakan salah satu bentuk konsumsi yang dilakukan manusia akan tetapi ini bersifat kewajiban, karena mencukupi kebutuhan biologis manusia. Akan tetapi, pada era postmodern ini konsumsi sudah mengalami pergeseran dalam kehidupan masyarakat. Jean Baudrillard mengatakan konsumsi masyarakat bukan kepada fungsi terhadap suatu barang atau jasa secara esensial, melainkan yang dilakukan bersifat permukaan yang bersifat simbolis yaitu menyenangkan secara visual.¹ Artinya, bahwa masyarakat menjadi konsumtif terhadap barang atau jasa yang tidak mengandung nilai *utilitas* bagi kelangsungan hidup individu. Contoh konsumsi sudah mengalami pergeseran, seperti penelitian yang dilakukan oleh Angelina Antow tentang Pengaruh Layanan *Online Shop* (belanja *online*) terhadap konsumerisme siswa SMA Negeri 9 Manado. Dalam penelitian tersebut, *online shop* yang merupakan tempat belanja yang lebih praktis digunakan secara konsumtif oleh siswa SMA Negeri 9 Manado dengan membeli barang yang tidak memiliki nilai guna bagi kehidupan siswa.² Adanya sarana belanja yang praktis seperti *online shop* menyebabkan konsumsi mengalami pergeseran kepada konsumerisme.

Kemajuan media digital dan sistem kapitalisme merupakan salah satu pendorong yang menyebabkan aktivitas konsumsi masyarakat mengalami pergeseran. Dikatakan oleh Fahrimal dan Husna sistem dari kapitalisme yang lebih mementingkan citra daripada kegunaan mendorong orang menjadi konsumerisme.³ Begitu juga dengan media digital, pertukaran informasi yang semakin praktis, menyebabkan masyarakat tergiur menyaksikan barang-barang yang dijual dengan harga murah, padahal barang tersebut tidak mengandung nilai kebutuhan bagi individu. Sistem ekonomi pada saat ini merancang seseorang untuk menjadi konsumtif terhadap barang yang dikonsumsi hanya

¹ Indra Setia Bakti, Nirzalin Nirzalin, and Alwi Alwi, "Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard," *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)* 13, no. 2 (2019): 147-66,

² Angelina Antow, "Pengaruh Layanan *Online Shop* (Belanja *Online*) Terhadap Konsumerisme Siswa SMA Negeri 9 Manado," *Acta D V*, no. 3 (2016).

³ Yuhdi Fahrimal and Asmaul Husna, "Masculinity Reconstruction in The Frame of Global Capitalism," *Avant Garde* 8, no. 1 (2020): 20-36.

untuk memuaskan nafsu keinginan semata.⁴ Akibatnya ada perasaan untuk susah dalam menahan diri ketika melihat suatu produk yang murah padahal produk tersebut tidaklah dibutuhkan.

Konsumerisme menurut Bakti merupakan tindakan candu seseorang dalam konsumsi suatu produk secara berlebihan, perilaku ini dilakukan terus-menerus karena telah menjadi kebiasaan dari individu yang bersangkutan.⁵ Sifat yang menjadi permasalahan dari orang yang terjebak dalam sifat konsumerisme menjadi pribadi yang lebih boros dan mementingkan hal yang *glamour*. Dalam pola pikir seorang yang konsumerisme, Wahyudin dan Purnawingulan menjelaskan bahwa konsumerisme menghasilkan pola pikir yang menuntun seseorang untuk konsumtif terhadap keinginan dan bukan kebutuhan.⁶ Semua ini bertujuan untuk pertunjukan diri dari individu yang ingin dianggap sebagai seseorang yang tidak ketinggalan *tren* dan ingin menjadi *trendsetter*.

Remaja dalam perspektif biologis merupakan kelompok usia yang mengalami masa pubertas, hal-hal ini ditandai dengan pertumbuhan rambut-rambut di daerah kemaluan, mengalami menstruasi bagi perempuan dan jakun yang menonjol pada perubahan pria serta perubahan fisik yang lainnya.⁷ Dalam segi psikologis, remaja memiliki keinginan yang tinggi dan cenderung idealis untuk mengetahui hal-hal yang disekitar. Di sisi lain, karakteristik remaja dalam bersosial ingin menunjukkan eksistensinya untuk mendapatkan pengakuan dari pergaulannya.⁸ Itulah mengapa, remaja pasti akan melakukan hal-hal yang dapat menonjolkan identitas dirinya. Perubahan tentu akan dilakukan agar supaya identitas diri dapat terbentuk dan diakui dalam lingkungan remaja.

Salah satu sifat yang ditandai dengan seseorang yang konsumerisme adalah adanya keinginan untuk pemenuhan tanda. Dijelaskan oleh Baudllirad tanda yang

⁴ Rina Octaviana, "Konsep Konsumerisme Masyarakat Modern dalam Kajian Herbert Marcuse," *Jaqfi: Jurnal Aqidah dan Filsafat Islam* 5, no. 1 (2020): 121-33.

⁵ Anismar Bakti dan K. Amin, "Pamer Kemewahan: Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen," *Jurnal Sosiologi* 14, no. 1 (2020): 81-98.

⁶ Wahyudi & Purnawingulan, "Konsumerisme Pada Iklan Majalah Perempuan," *Jurnal Jipsi* 7, no. 1 (2017), 51-69.

⁷ Meldaria Manihuru, dkk., "Peran Orang Tua dalam Pendampingan Pastoral Bagi Anak Usia Remaja Awal Menurut 2 Timotius 1 : 3-18" *Jurnal Missio Ecclesiae* 11, no. 1 (2022): 51-71.

⁸ Amita Diananda, "Psikologi Remaja dan Permasalahannya," *Journal Istighna* 1, no. 1 (2019): 116-33.

dimaksud yaitu konsumsi yang semula ditujukan untuk bertahan hidup menjadi pemuas hasrat⁹ sehingga gaya hidup yang konsumerisme akan menjadi suatu ancaman bagi remaja yang tidak siap menghadapi godaan-godaan jati diri karena pemenuhan dan pengakuan identitas bagi remaja merupakan karakter psikologis remaja dalam bertumbuh. Remaja adalah fase yang sering dikaitkan dengan “haus akan perhatian”, membuat remaja mengonsumsi apapun jenis barang yang dapat mengakomodasi perhatian dirinya.¹⁰ Itulah yang menjadi alasan bagi para produsen untuk berlomba-lomba menciptakan jenis barang yang tidak mengandung nilai utilitas dengan remaja sebagai target penjualan.

Dalam penelitian ini, penulis ingin memberikan suatu bahasan tentang bagaimana perspektif Pendidikan Agama Kristen agar menjadi bentuk pendidikan terhadap bahaya kosumerisme bagi kehidupan remaja yang rentan. Beberapa penelitian yang membahas tentang remaja dan konsumerisme seperti Taufik Alam dan Mira Hasmira tentang Perilaku Konsumerisme Remaja Penggemar Olahraga *Surfing* di Pantai Air Manis Kota Padang. Penelitian ini menggunakan 17 responden remaja untuk melihat perilaku konsumtif peselancar remaja yang ada di kota Padang dengan menggunakan asumsi Jean Baudrillard tentang hubungan antara nilai guna, tanda dan simulasi. Hasil dari penelitian ini menjelaskan tentang terjadinya pergeseran konsumsi peselancar remaja, yaitu ada pergeseran konsumsi dari nilai guna ke nilai tanda dan menghasilkan simulasi (*simulacra*) sehingga ini terindikasi konsumerisme karena menghasilkan realitas semu.¹¹

Penelitian berikutnya yaitu tentang Gaya Hidup Remaja di Kota Palembang (Studi Pada Budaya Tongkrong) oleh Yolanda Stepy, dkk. Penelitian didasari oleh banyaknya kafe di Palembang yang diisi sebagian besar dengan konsumen remaja. Sehingga penulis dalam penelitian ini meneliti penyebab remaja menjamur dan betah berlama-lama di kafe. Hasil dari penelitian ini yang dapat dilihat hal konsumerisme di dalamnya adalah dengan *nongkrong* di kafe membuat remaja dapat terlihat sebagai

⁹ Bakti, Nirzalin, and Alwi, “Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard,” 86.

¹⁰ Nanda Dahlian Febrianti, “Remaja dan Konsumerisme,” *Kompasiana.Com*, 2021, <https://www.kompasiana.com/nanda94647/616fb0ff010190057f3819c3/remaja-dan-konsumerisme>.

¹¹ Taufik Paku Alam dan Mira Hasti Hasmira, “Perilaku Konsumerisme Remaja Penggemar Olahraga Surfing di Pantai Air Manis Kota Padang,” *Jurnal Perspektif* 4, no. 3 (2021): 307-319.

seseorang yang memiliki status sosial yang di atas di mana ini merupakan salah satu bentuk konsumerisme.

Penelitian yang terakhir ditulis oleh Umami Aiman dan David Hizkia Tobing yaitu Pengaruh Kontrol Diri Rendah Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Remaja. Fokus penelitian ini ingin menganalisa fenomena remaja yang tak bisa menahan diri dalam belanja di era globalisasi ini. Hasil analisa dari pengamatan penulis, melihat karena belanja *online* yang berkembang di era digital ini, membuat remaja sukar untuk menahan diri dalam berbelanja. Waktu yang hemat, cara yang praktis, harga yang murah menjadi alasan belanja *online* lebih unggul dari belanja konvensional. Pada akhirnya, remaja sukar menahan diri dalam belanja dan menjadi konsumtif.¹² Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, belum ditemukan penelitian yang menjelaskan tentang bahaya konsumerisme bagi remaja khususnya peran Pendidikan Agama Kristen. Dengan demikian, dalam penulisan ini artikel ini, penulis akan mengkaji tentang peran Pendidikan Agama Kristen (PAK) bagi remaja agar dapat mencegah konsumerisme di era digital.

METODE

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Murdiyanto, Kualitatif merupakan metode yang meneliti permasalahan fenomena secara deskriptif yang terjadi kepada sosial dan tidak dihasilkan dengan penjelasan statistik.¹³ Fenomena sosial dalam tulisan ini berbicara tentang perilaku konsumerisme yang berkembang dan bisa saja mempengaruhi kehidupan remaja. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi pustaka. Dijelaskan oleh Mestika, bahwa teknik pengumpulan data dengan pendekatan studi pustaka merupakan teknik yang memanfaatkan sumber seperti buku, majalah, dokumen, dan sebagainya. Sebagai sarana pengumpulan data untuk tujuan penelitian.¹⁴ Di mana dalam penelitian ini,

¹² Umami Aiman et al., "Pengaruh Kontrol Diri Rendah Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Remaja," *Psikobuletin* 3, no. 2 (2022): 93-99.

¹³ Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)* (Yogyakarta: Yogyakarta Press, 2020), [http://eprints.upnyk.ac.id/24095/1/Penelitian Kualitatif -Eko mUrdiyanto.pdf](http://eprints.upnyk.ac.id/24095/1/Penelitian%20Kualitatif%20-Eko%20Murdiyanto.pdf).

¹⁴ Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004), 9

literatur yang digunakan sebagai data adalah yang berbicara tentang konsumerisme, remaja, dan digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Awal Mula Konsumerisme

Setelah perang dunia II masyarakat barat memiliki orientasi belanja yang disebut oleh Baudrillard dengan istilah ‘masyarakat konsumsi’. Konsumerisme hadir karena adanya industrialisasi pada abad ke-19, dalam industrialisasi ini kapitalisme berkembang. Kapitalisme merupakan sistem ekonomi yang si pemilik adalah produsen dengan meraih keuntungan sebesar-besarnya dan membuat pasar menjadi lebih dinamis di mana menghasilkan komoditas-komoditas secara massal dengan tujuan konsumen bersenang-senang dengan produk yang dihasilkan tersebut.¹⁵ Dalam perkembangannya, pada tahun 1980 masyarakat yang awalnya digiring oleh kapitalisme untuk menjadi konsumtif, berbalik masyarakat yang berperan aktif dalam mengembangkan kapitalisme. Karena ada kesenjangan antara kaum borjuis (pemilik alat produksi) dan proletar (kaum pekerja/buruh), di mana barang-barang mewah hanya dimiliki oleh bangsawan, kapitalisme hadir untuk mengakomodir komoditas-komoditas agar juga dapat dinikmati oleh *middle class*, inilah mengapa produksi komoditas menjadi lebih meluas dan dinikmati semua kelas sosial.¹⁶ Kapitalisme membuat masyarakat dapat melakukan konsumsi tanpa harus memperhatikan kelas sosial dan juga nilai kegunaan. Di era digital Herbert Marcuse menyebut, kapitalisme membuat masyarakat menjadi individu yang berdimensi satu. Artinya, pola konsumsi manusia dapat diidentifikasi melalui perangkat teknologi yang digunakan individu. Dimensi satu membuat masyarakat hanya memiliki satu pandangan yang dikontrol sehingga gampang untuk terbuai.¹⁷ Disitulah konsumerisme menjadi berkembang, lebih lanjut dijelaskan oleh Marcuse, bahwa konsumerisme merupakan perkembangan budaya yang bebas dan

¹⁵ Chris Barker, *Cultural Studies* (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004), 55

¹⁶ Robert Chrisman, “Globalization And The Media Industry,” *Black Studies and Research* 38, no. 3 (2008): 14-17.

¹⁷ Octaviana, “Konsep Konsumerisme Masyarakat Modern dalam Kajian Herbert Marcuse.”, 128

mengontrol manusia dan kebebasan yang diberikan oleh konsumerisme bukanlah kebebasan yang sejati.¹⁸

Ideologi masyarakat saat ini dengan menganut gaya hidup yang konsumtif, membuat masyarakat lebih mengedepankan nilai abstrak dan terkonstruksi daripada *use* atau nilai tukar. Tentu ini semua terjadi karena ada rekonstruksi dari sistem kapitalisme yang menciptakan sistem pasar baru yaitu komodifikasi yang menekankan kepada daya tarik daripada nilai guna. Dapat dilihat bagaimana sistem pasar dapat mengubah orientasi masyarakat dalam berkonsumsi sehingga kapitalisme memberikan dampak yang signifikan dalam membentuk masyarakat yang konsumerisme.¹⁹

Konsumerisme di Era Digital

Konsumerisme adalah perilaku individu yang mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan yang tidak wajar dan berkelanjutan. Hal ini ditandai dengan kecanduan seseorang terhadap suatu produk dan senantiasa memiliki sifat untuk membeli karena akan merasa resah jika tidak memiliki produk tersebut.²⁰ Individu yang terjebak dalam perilaku konsumerisme memiliki pandangan hidup bahwa konsumsi yang berlebihan dapat membuat kebahagiaan dan senang. Konsumerisme adalah suatu pergeseran nilai konsumsi. Sri Wening dalam bukunya “waspada konsumerisme” memberikan penjelasan bahwa konsumerisme membuat seseorang mengesampingkan fungsional dari produk yang dikonsumsi. Nilai fungsi bukanlah faktor utama, tetap yang menjadi utama adalah *prestige* untuk ditampilkan pada khalayak.²¹ Padahal, hal utama yang perlu dilakukan dalam konsumsi adalah nilai kegunaan (utilitas). Akan tetapi berkembangnya informasi lewat digital kini konsumsi sudah menjadi pemuas hasrat untuk gaya hidup.

Konsumerisme di era digital, membuat paradigma berbelanja menjadi berubah karena produk yang beragam menjadikan seseorang rentan untuk berbelanja hal yang bukan dibutuhkan.²² Berbagai macam sarana di era digital, menyebabkan perilaku

¹⁸ Octaviana. “Konsep Konsumerisme Masyarakat Modern dalam Kajian Herbert Marcuse.”, 129

¹⁹ Barker, *Cultural Studies*, 56

²⁰ Ristiyanti Prasetijo dan John Ihalauw, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi, 2005), 8

²¹ Sri Wening, *Waspada Konsumerisme* (Sukoharjo: rumah aksara, 2012), 25

²² Dian Maya Maulida, “Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Sikap Konsumerisme Akibat Metode Pembayaran Tunda Bayar (PayLater),” *Transformatif* 5, no. 2 (2021): 131-44.

konsumerisme semakin masif di masyarakat. Iklan yang semakin gampang terlihat dan diakses merupakan salah satu faktor yang menyebabkan konsumerisme semakin berkembang. Selain itu, ada berbagai macam sarana yang memudahkan masyarakat untuk melakukan konsumsi. Seperti penelitian Dian Maulida yang membahas tentang “pandangan ekonomi Islam terhadap sikap konsumerisme akibat metode pembayaran tunda bayar (*PayLater*)”. Fitur *paylater* mempermudah konsumen karena sistem bayar nanti, akan tetapi terdapat suatu pola baru yang negatif di masyarakat dengan adanya *paylater* karena akses yang semakin mudah dalam konsumsi individu terdorong berbelanja secara berlebih dan pada akhirnya menjadi individu yang konsumerisme.²³ Digital yang merupakan hal yang menunjang kepraktisan di masyarakat memberikan pola berbeda bagi perilaku masyarakat.

Pada era digital ini juga terdapat dompet digital yang menyebabkan aktivitas konsumsi lebih meluas. Dompet digital memberikan pengalaman baru dalam melakukan transaksi. Karena melalui dompet digital terdapat *recognition* atau manfaat yang dirasakan dalam digital.²⁴ Transaksi terjadi lebih nyaman dengan *gadget* yang telah dimiliki banyak orang, dengan dompet digital yang lebih praktis membuat godaan belanja terhadap individu menjadi lebih masif. Berbagai jenis dompet digital pada saat ini seperti *DANA*, *OVO*, *Shopee pay*, *Go Pay*, dan lain-lain. merupakan dompet digital yang banyak digandrungi masyarakat karena memiliki banyak fitur yang mempermudah dan keamanan yang terjamin. Sehingga aktivitas konsumsi yang tidak dibutuhkan menjadi lebih banyak digunakan karena memanfaatkan *benefit* yang ada.

Faktor lain yang juga menjadi penyebab konsumerisme berkembang di era digital, karena pengaruh *public figure* yang sering disaksikan oleh masyarakat di media digital seperti aktor/aktris, selebgram, youtuber, dan lain sebagainya yang merupakan *public figure* yang sering memaparkan kehidupan yang *glamour* serta di manfaatkan oleh produsen untuk mempromosikan komoditas yang pada akhirnya ini menghipnotis masyarakat untuk mengikuti *tren* yang dimiliki oleh *public figure*.²⁵ Konsumerisme

²³ Maulida, 138.

²⁴ Sisca Aulia, “Pola Perilaku Konsumen Digital dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital,” *Jurnal Komunikasi* 12, no. 2 (2020): 311-322

²⁵ Octaviana, “Konsep Konsumerisme Masyarakat Modern dalam Kajian Herbert Marcuse.”, 125

sangat kuat pada faktor ini, karena masyarakat menaruh rasa emosional kepada *public figure* tertentu yang pada akhirnya cenderung mengonsumsi untuk pertunjukan identitas sesuai dengan *public figure* yang diidolakan. Media digital merupakan salah satu sarana transaksional yang mempermudah transaksi masyarakat, dampak negatif yang terjadi sejalan dengan perilaku konsumerisme adalah membuat individu tidak memiliki rasa menahan diri untuk tidak melakukan konsumsi barang yang tidak memiliki kegunaan.

Dampak Konsumerisme Bagi Remaja

Januar Heryanto memaparkan bahwa budaya asing tampak meyenangkan bagi masyarakat Indonesia. Negara-negara yang maju seperti Amerika Utara, Eropa Barat, Jepang, Korea, dan lain-lain merupakan contoh negara yang memiliki budaya yang diminati oleh masyarakat Indonesia termasuk remaja.²⁶ Budaya luar tersebut berkembang di Indonesia, dengan memberikan tawaran-tawaran konsumtif yang tidak memiliki nilai guna. Remaja merupakan kelompok usia yang belum bisa mengontrol dirinya dalam hal psikologis, hal tersebut ditegaskan oleh Fachmawaty yang menjelaskan bahwa remaja merupakan transisi dari anak-anak yang belum dewasa sepenuhnya yang perlu dibimbing untuk penguasaan fisik dan psikisnya.²⁷

Karakteristik dari konsumerisme, adalah sebuah sistem yang berdampak karena kapitalisme. Dijelaskan oleh Baudrillard, bahwa ada pergeseran dalam pasar setelah adanya kapitalisme lanjut, dimana karakteristik kapitalisme lanjut menempatkan konsumsi yang lebih diutamakan daripada produksi.²⁸ Dapat diintrepetasikan bahwa dampak dari konsumerisme tidak lagi mempertimbangkan moral sebagai pertimbangan konsumsi masyarakat akan tetapi tentang bagaimana keuntungan dapat diterima sebesar-besarnya oleh produsen.

Tentu sistem ini memberi dampak yang negatif bagi kehidupan remaja, karena remaja merupakan fase yang membuat remaja krisis akan kepercayaan diri. Kepercayaan diri penting untuk dimiliki seorang remaja, karena kepercayaan diri

²⁶ Januar Heryanto, "Pergeseran Nilai dan Konsumerisme di Tengah Krisis Ekonomi di Indonesia," *Nirmana* 6, no. 1 (2004): 52-62.

²⁷ Riry Fatmawaty, "Memahami Psikologi Remaja," *Jurnal Reforma* 2, no. 1 (2017): 55-65.

²⁸ Radityo Luthfi Fadhil, "Idul Fitri Sebagai Gejala Konsumerisme Radityo Luthfi Fadhil," *E-Proceeding of Art & Design* 3, no. 2 (2016).

merupakan salah satu faktor kesuksesan dan kebahagiaan individu.²⁹ Menanggapi usaha remaja untuk menjadi pribadi yang percaya diri, remaja mulai membentuk dirinya dengan suatu identitas untuk menampakan kualitas diri bagi kehidupan. Di sini titik *sentral* dari remaja apakah pertunjukan identitas tersebut berdasarkan dasar yang baik atau buruk. Konsumerisme merupakan pembentukan identitas yang negatif bagi remaja, karena perilaku remaja harus dididik untuk menahan diri dalam melakukan konsumsi untuk kematangan psikis. Konsumerisme merupakan perilaku yang menyebabkan individu melakukan bertindak konsumtif secara terus menerus atau berlebihan terhadap barang yang tidak memiliki nilai guna.

Beberapa contoh remaja terjebak dalam perilaku yang konsumtif, seperti yang terjadi di Solo, Jawa Timur. Seorang remaja berusia 17 Tahun menghabiskan Rp.700.000.- perbulan hanya untuk konsumsi *diamond* keperluan game *mobile legend*.³⁰ Seorang remaja berusia 16 tahun berinisial MI yang berasal dari Kota Padang, Sumatera Barat, yang membobol konter agar bisa melakukan *top up* untuk bermain *game online*.³¹ Hal ini merupakan contoh, kepentingan identitas agar mendapatkan pengakuan remaja bagi lingkungannya yang terjebak konsumerisme tanpa mempertimbangkan barang yang dikonsumsi tersebut memiliki nilai fungsi atau tidak bahkan bertindak kriminalitas untuk mendapatkan konsumsi bagi kebutuhan nafsu remaja. Pada akhirnya, konsumerisme bagi kehidupan remaja memiliki dampak yang tidak baik bagi perkembangan psikis remaja.

Pendidikan Agama Kristen Bagi Remaja dalam Mencegah Konsumerisme

Tujuan Pembelajaran

Tujuan pembelajaran dalam PAK adalah mendidik remaja agar dapat mawas diri untuk tidak terjebak kepada perilaku konsumerisme di era digital. Remaja harus memiliki pandangan dan sikap hidup yang jelas sesuai dengan nilai-nilai iman Kristen

²⁹ Emria Fitri, Nilma Zola, and Ifdil Ifdil, "Profil Kepercayaan Diri Remaja Serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhi," *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)* 4, no. 1 (2018): 1-5.

³⁰ Suharsih, "Anak di Solo Habiskan Rp700.000/Bulan Untuk Mobile Legend," *Solopos.Com*, n.d., <https://www.solopos.com/anak-di-solo-habiskan-rp700000bulan-untuk-mobile-legend-961276>.

³¹ Nanda Lusiana Saputri, "Demi Bisa *Top Up Game Online*, Remaja ini Nekat Bobol Konter HP, Sudah Beraksi 11 Kali," *Tribunnews.Com*, n.d., <https://www.tribunnews.com/regional/2021/06/07/demi-bisa-top-up-game-online-remaja-ini-nekat-bobol-konter-hp-sudah-beraksi-11-kali>.

untuk tidak bersifat konsumtif yang berlebihan dalam hidup sebagai seorang remaja. Selvi Dupe mengatakan bahwa zaman sekarang merupakan zaman yang terus berkembang dan memengaruhi kehidupan manusia termasuk remaja. Masa remaja merupakan fase yang cukup sulit untuk dididik karena remaja membentuk jati diri berdasarkan pengaruh lingkungan sekitar.³² Media digital merupakan salah satu wadah bagi remaja dalam memperoleh informasi untuk perkembangan jati diri remaja. Media digital merupakan salah satu tempat di mana informasi barang dan jasa bertebaran dan membuat masyarakat tergiur untuk mengonsumsi bahkan mengonsumsi secara berlebih. Jika tidak dilakukan tindakan pencegahan, tentu remaja akan terpengaruh dan masuk dalam kategori gaya hidup yang konsumerisme. Gereja terpanggil sebagai representasi dari Yesus Kristus yang senantiasa melaksanakan pembinaan secara rohani kepada jemaat termasuk remaja.³³ Peran PAK harus hadir agar supaya remaja mendapatkan tindakan pencegahan untuk tidak menjadi konsumerisme melalui media digital.

Landasan Alkitab

Pendidikan Agama Kristen perlu mengambil tindakan kontributif dalam mencegah konsumerisme kepada remaja. Beberapa landasan Alkitab yang menjelaskan tentang larangan untuk mengadopsi gaya hidup konsumerisme: pertama, remaja yang tidak terperangkap dengan kepetingan duniawi. Konsumerisme merupakan tindakan yang tunduk akan pemenuhan hawa nafsu, di mana hawa nafsu yang tidak dikontrol itu sama dengan penundukan diri terhadap hal yang duniawi. Dalam 1 Korintus 3:1 mengatakan “Dan aku, saudara-saudara, pada waktu itu tidak dapat berbicara dengan kamu seperti dengan manusia rohani, tetapi hanya dengan manusia duniawi, yang belum dewasa dalam Kristus.” Teks ini manusia duniawi berasal dari kata *σαρκινος* (*sarkinos*) yang berarti ‘kedagingan’ atau ‘lemah’.³⁴ Paulus menyoroti kepada karakteristik jemaat Korintus yang masih tunduk akan keinginan daging yang belum dewasa dalam Kristus karena masih memiliki pola kehidupan rohani yang kanak-kanak. Pfitzner menjelaskan

³² Selvy Iriany Susanti Dupe, “Konsep Diri Remaja Kristen dalam Menghadapi Perubahan Zaman,” *Jurnal Ilmiah Religiosity Entity Humanity (JIREH)* 2, no. 1 (2020): 53-69.

³³ Bambang Sriyanto dan Thomy Sanggam Hasiholan Sihite, “Peran Gereja dalam Pembinaan Kerohanian Remaja di Gereja Pantekosta di Indonesia Kota Palangka Raya,” *KHARISMATA: Jurnal Teologi Pantekosta* 2, no. 2 (2020): 101-12.

³⁴ Wilfrid Haubeck dan Siebenthal Heinrich Von B.F Drewes, *Kunci Bahasa Yunani Perjanjian Baru Surat Roma Hingga Kitab Wahyu* (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2011), 59

bahwa manusia duniawi merupakan karakteristik yang belum dibimbing oleh Roh Allah. Wujud dari kehidupannya hanya tunduk kepada keinginan dosa.³⁵

Prinsip pengajaran ini wajib diajarkan kepada remaja, yang rentan untuk berpikir kepada hal-hal yang bersifat kedagingan. Manusia yang terjebak kepada sikap yang konsumerisme merupakan manusia duniawi yang tidak dapat mengontrol diri untuk tidak tunduk kepada kedagingan hal ini juga termasuk pada remaja. Remaja harus mengandalkan Roh Allah dalam dirinya agar dapat menahan diri untuk tidak tergoda kepada tawaran-tawaran yang membuat remaja menjadi konsumtif secara berlebihan. Remaja Kristen harus menjadi cerminan Kristus bagi kehidupan sehari-hari, yaitu remaja yang dapat tampil dengan kesederhanaan dan menyatakan karakter Kristus dalam lingkungannya. Konsumerisme merupakan salah satu wujud dosa manusia dan karakteristik manusia duniawi yang harus ditolak manusia rohani termasuk remaja Kristen.

Kedua, remaja yang menekankan nilai guna bagi kehidupannya. Dalam 1 Korintus 10:23 mengatakan "segala sesuatu diperbolehkan." Benar, tetapi bukan segala sesuatu berguna. "Segala sesuatu diperbolehkan. Benar, tetapi bukan segala sesuatu membangun". Telah dijelaskan sebelumnya, bahwa konsumerisme merupakan tindakan konsumtif yang tidak mengedepankan nilai guna tetapi hanya kepada pemenuhan pertunjukan identitas. Matthew Henry dalam tafsirannya menjelaskan bahwa Paulus menekankan kebebasan sebagai seorang Kristiani yang dipercayakan oleh Kristus harus diiringi dengan kegunaan bukan kebebasan yang sia-sia.³⁶ Hal yang dimaksud dalam konteks ini adalah konsumerisme, di mana konsumerisme merupakan tindakan bebas manusia yang tidak memiliki nilai guna. Michael Busch menambahkan bahwa konsumerisme merupakan siasat produsen agar konsumen melakukan konsumsi sebanyak-banyaknya dan tidak akan merasa puas. Tentu pernyataan ini bertentangan dengan kebebasan yang dimaksud oleh Paulus sendiri dalam teks 1 Korintus 10:23,

³⁵ Yonatan Alex Arifianto, "Kajian Biblikal Tentang Manusia Rohani dan Manusia Duniawi," *Jurnal Teruna Bhakti* 3, no. 1 (2020): 12-27.

³⁶ Matthew Henry, *Tafsiran Matthew Henry : Surat Roma, 1 dan 2 Korintus* (surabaya: Momentum, 2015)

karena kebebasan dalam Kristus haruslah tetap dalam jalur kegunaan bukan kesia-siaan yang tanpa kepuasan.

Remaja pada era sekarang, memperoleh informasi dan kehendak yang lebih bebas. Dijelaskan oleh Tari dan Tafonao kehidupan bebas remaja saat ini telah melewati batasan, dan kebebasan dalam kehidupan remaja bukanlah sesuatu yang baru.³⁷ Karena kemajuan teknologi yang membuat remaja memperoleh informasi yang begitu luas ini juga menyebabkan remaja bebas dalam berkehendak termasuk dalam melakukan konsumsi. Dampak negatif kebebasan yang dilakukan remaja dalam berkonsumsi adalah dengan membeli barang atau jasa yang tidak bersifat fungsional dalam kehidupan sehari-hari remaja sehingga pengajaran dari Rasul Paulus sebagai pengingat bagi orang percaya termasuk remaja untuk mempergunakan kebebasan kepada hal-hal yang berguna bukan kepada hal yang sia-sia yang tujuannya untuk kepuasan hawa nafsu semata.

Ketiga, remaja yang hidup dengan penguasaan diri. Salah satu masalah yang membuat remaja terperangkap kepada konsumerisme, karena kemajuan teknologi dalam komunikasi menawarkan banyak godaan remaja untuk melakukan konsumsi. Tawaran yang variatif dan beragam membuat remaja punya banyak pilihan untuk dipenuhi bagi kepentingan individualistis. Tawaran yang berkembang di era digital ini menumbuhkan *public interest*.³⁸ Remaja yang adalah kelompok usia yang perlu dibimbing dalam hal psikologis tentu sukar untuk menahan diri dalam godaan-godaan konsumsi di era digital.

Dalam pandangan iman Kristiani sendiri, penguasaan diri merupakan salah satu bentuk buah Roh. Dalam Galatia 5:22-23 mengatakan “Tetapi buah Roh ialah: kasih, sukacita, damai sejahtera, kesabaran, kemurahan, kebaikan, kesetiaan, kelemahlembutan, dan penguasaan diri. Tidak ada hukum yang menentang hal-hal itu”. Kurniadi memaparkan, bahwa penguasaan diri merupakan karakteristik umat kristiani karena tanpa penguasaan diri seseorang rentan jatuh dalam dosa. Karena penguasaan

³⁷ Ezra Tari dan Talizaro Tafonao, “Tinjauan Teologis-Sosiologis Terhadap Pergaulan Bebas Remaja,” *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 3, no. 2 (2019): 199-130.

³⁸ Lita Kurnia dan Ahmad Edwar, “Pengaruh Negatif di Era Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Remaja (Perspektif Pendidikan Islam),” *Kordinat: Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam* 20, no. 2 (2021): 291-308.

diri adalah sikap pertahanan pribadi dalam menghendaki godaan yang tidak dikehendaki.³⁹

Pendidikan penguasaan diri perlu dididik sedini mungkin termasuk kepada individu remaja, hal ini bertujuan agar remaja terbiasa untuk bertahan dalam menolak godaan yang menghantar kepada dosa. Pengajaran tentang penguasaan diri, dapat membantu remaja agar terhindar dari godaan konsumtif yang dapat membentuk karakter konsumerisme. Penguasaan diri juga dapat mengajarkan remaja untuk menjadi pribadi yang hemat dan konsumsi kepada hal yang berguna.

Materi Pengajaran

Pertama, konsumerisme dan dampaknya. Materi awal yang diajarkan yaitu tentang pengenalan konsumerisme dan dampaknya, dalam materi ini hal-hal yang diajarkan yaitu: definisi konsumerisme, sejarah berkembangnya konsumerisme, dan dampak konsumerisme bagi kehidupan masyarakat.

Kedua, psikologis remaja terhadap konsumsi. Remaja merupakan kelompok usia yang mengalami perubahan dalam sudut pandang konsumsi itu dijelaskan oleh Etrawati Bahwa remaja adalah kelompok usia yang suka mencoba hal baru.⁴⁰ Hal ini selaras dengan penawaran barang dan jasa di media digital yang memberi penawaran dengan metode dan barang yang terkesan baru dan menarik sehingga remaja tergugah mengonsumsi sesuatu yang tidak mengandung nilai utilitas sehingga materi tentang psikologis remaja terhadap konsumsi adalah: tahap perkembangan psikologis remaja, bentuk konsumerisme kepada remaja, dampak konsumerisme kepada remaja.

Ketiga, peran era digital dalam berkembangnya konsumerisme. Media digital merupakan salah satu *platform* yang penyebaran informasi sangat masif dan membuat masyarakat menjadi tergiur dengan informasi yang ditawarkan dan disajikan media digital termasuk bertindak konsumtif. Beberapa hal yang diajarkan terkait materi ini: konsumerisme di media digital, ciri-ciri konsumerisme dalam media digital, bentuk penyebaran konsumerisme melalui media digital.

³⁹ Trisno Kurniadi, "Penguasaan Diri Hamba Tuhan dalam Pelayanan Kajian Eksegetikal 2 Timotius 4:1-8," *Manna Rafllesia* 3, no. 2 (2017): 131-38.

⁴⁰ Fenny Etrawati, "Perilaku Merokok Pada Remaja: Kajian Faktor Sosio Psikologis," *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat* 5, no. 2 (2014): 77-85.

Kempat, sikap iman Kristen terhadap konsumerisme. Alkitab memberikan pengajaran tentang hidup yang mengutamakan nilai guna, tentu ini bertolak belakang dengan konsumerisme itu sendiri. Pengajaran dengan materi ini yaitu: pandangan alkitab tentang hidup bercukupan, teladan Yesus dalam kesederhanaan, dan karakter orang Kristen yang tidak mementingkan hawa nafsu pribadi.

Kelima, pendidikan Kristiani bagi remaja dalam mencegah konsumerisme di era digital. Godaan konsumtif berkembang diseluruh kalangan, hal ini juga berdampak kepada remaja yang erat dengan dunia digital. Maka dari itu, materi dengan pembahasan ini terdiri dari: Pendidikan Kristiani bagi remaja dalam mencegah konsumerisme, remaja dalam penggunaan media digital secara bijaksana, dan cara remaja mencegah konsumerisme di dunia digital.

Kompetensi Pengajar

Kompetensi pengajar dalam memberikan pengajaran dalam pencegahan perilaku konsumerisme terhadap remaja merupakan pendidik yang memiliki karakter spiritualitas dan tidak hedonis. Berdasarkan undang-undang guru dan dosen dalam permendiknas No.16 Tahun 2007 menyatakan bahwa guru harus memiliki empat kompetensi dalam mendidik yaitu profesional, pedagogis, kepribadian, dan sosial.⁴¹ Di mana karakter spiritualitas dan tidak hedonis masuk dalam ranah kepribadian. Dalam undang-undang tersebut kompetensi kepribadian merupakan perilaku pendidik yang menerapkan norma agama dan mampu menjadi teladan bagi peserta didik dan masyarakat.⁴²

Pengajar bagi remaja dalam mencegah konsumerisme, adalah pengajar yang tampil secara sederhana dan bersahaja. Hal ini bertujuan agar ada keselarasan antara apa yang diajarkan (tentang konsumerisme) oleh pengajar serta karakteristik pengajar yang sesuai dengan yang diajarkan. Kompetensi kepribadian pendidik dijelaskan oleh Oemar Hamalik, merupakan pengaruh yang sangat esensial dalam pembelajaran karena begitu banyak hal yang diserap peserta didik dari pengajar, baik dalam hal keyakinan maupun tingkah lakunya. Itulah alasan mengapa kompetensi pengajar dengan kecakapan kepada

⁴¹ Nikmah Rochmawati, "Psikologi Guru Profetik," *Psikoislamedia* 3, no. 16 (2018): 1-16

⁴² Nikmah Rochmawati., "Psikologi Guru Profetik," 3

kepribadian merupakan hal yang sentral dimiliki pengajar dalam mengajarkan bahaya konsumerisme kepada remaja.

Evaluasi Pengajaran

Pendidikan Agama Kristen dalam mencegah perilaku konsumerisme kepada remaja evaluasi pengajaran yang dapat digunakan adalah model evaluasi kesesuaian (*congruence model*). Model evaluasi kesesuaian adalah evaluasi yang melihat kesesuaian antara tujuan belajar dan hasil belajar.⁴³ Ciri-ciri dari model evaluasi ini sebagai berikut: 1) dalam proses pendidikan terdapat 3 hal yang terjadi yaitu tujuan pendidikan, pengalaman belajar dan penilaian hasil belajar. 2) objek evaluasi dalam model evaluasi adalah perubahan tingkah laku dari peserta didik. 3) perubahan perilaku dapat dilihat dari segi kognitif, afektif dan psikomotorik. 4) Teknik yang dilakukan bisa bersifat tes maupun non-tes (observasi, wawancara, skala sikap, dan lain-lain).⁴⁴

Model evaluasi ini dapat diterapkan kepada PAK dalam mencegah perilaku konsumerisme remaja di era digital. Pendidik dapat melihat, adanya kesesuaian perubahan perilaku remaja lewat observasi setelah dilakukan pengajaran. Penerapan model evaluasi kesesuaian penting untuk diterapkan agar dapat dilihat perubahan perilaku remaja selepas pengalaman belajar.

KESIMPULAN

Remaja merupakan kelompok usia yang mengalami transisi dalam segi psikologis. Sehingga jika tidak dibina dan diawasi remaja akan rentan untuk masuk ke dalam perilaku yang negatif dalam pertumbuhan psikologis remaja. Konsumerisme merupakan fenomena negatif yang berkembang di zaman ini, yang hadir karena sistem pasar dan motivasi belanja yang berubah. PAK memberikan pendidikan bagi remaja untuk mencegah perilaku konsumerisme di era digital. Kontribusi dari PAK, antara lain: tujuan pembelajaran yang mendidik remaja agar dapat mencegah diri dari konsumerisme di era digital, landasan Alkitab yang menjelaskan remaja Kristen untuk

⁴³ Daryanto, *Evaluasi Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), 72.

⁴⁴ Zainal Arifin, *Evaluasi Pembelajaran: Prinsip, Teknik, Prosedur* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 76.

tidak menjadi konsumerisme; materi pengajaran tentang mengenal lebih mendalam konsumerisme di era digital dan bagaimana remaja mencegah diri agar terhindar dari gaya hidup konsumerisme; diajarkan oleh pengajar yang memiliki kompetensi yang dewasa secara spiritualitas dan tidak hedonis serta menggunakan model evaluasi *congruence model* untuk mengukur hasil belajar remaja dalam mencegah perilaku konsumerisme di era digital. Hal-hal ini dilakukan, agar remaja tidak memiliki karakter yang konsumtif serta remaja menjadi pribadi yang tidak seturut dengan keinginan duniawi, yang mementingkan nilai guna, dan dapat menahan diri dari fenomena konsumerisme.

REFERENSI

- Aiman, Umami, David Hizkia Tobing, Fakultas Psikologi, dan Universitas Udayana. "Pengaruh Kontrol Diri Rendah Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Remaja." *Psikobuletin* 3, no. 2 (2022): 93-99.
- Anismar Bakti dan K. Amin. "Pamer Kemewahan: Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen." *Jurnal Sosiologi* 14, no. 1 (2020): 81-98.
- Antow, Angelina. "Pengaruh Layanan *Online Shop* (Belanja *Online*) Terhadap Konsumerisme Siswa SMA Negeri 9 Manado." *Acta D V*, no. 3 (2016).
- Arifianto, Yonatan Alex. "Kajian Biblikal Tentang Manusia Rohani dan Manusia Duniawi." *Jurnal Teruna Bhakti* 3, no. 1 (2020): 12-37.
- Arifin, Zainal. *Evaluasi Pembelajaran: Prinsip, Teknik, Prosedur*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Aulia, Sisca. "Pola Perilaku Konsumen Digital dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital." *Jurnal Komunikasi* 12, no. 2 (2020): 311-327.
- B.F Drewes, Wilfrid Haubeck dan Siebenthal Heinrich Von. *Kunci Bahasa Yunani Perjanjian Baru Surat Roma Hingga Kitab Wahyu*. Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2011.
- Bakti, Indra Setia, Nirzalin Nirzalin, dan Alwi Alwi. "Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard." *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)* 13, no. 2 (2019): 147-66.
- Barker, Chris. *Cultural Studies*. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004.
- Chrisman, Robert. "Globalization Anf The Media Industry." *Black Studied and Research* 38, no. 3 (2008): 14-17.
- Daryanto. *Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2001.
- Diananda, Amita. "Psikologi Remaja dan Permasalahannya." *Journal ISTIGHNA* 1, no. 1 (2019): 116-33.
- Dupe, Selvy Iriany Susanti. "Konsep Diri Remaja Kristen dalam Menghadapi Perubahan Zaman." *Jurnal Ilmiah Religiosity Entity Humanity (JIREH)* 2, no. 1 (2020): 53-69.
- Etrawati, Fenny. "Perilaku Merokok Pada Remaja: Kajian Faktor Sosio Psikologis." *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat* 5, no. 2 (2014): 77-85.

- Fahrimal, Yuhdi, and Asmaul Husna. "Masculinity Reconstruction in The Frame of Global Capitalism." *Avant Garde* 8, no. 1 (2020): 20.
- Fatmawaty, Riry. "Memahami Psikologi Remaja." *Jurnal Reforma* 2, no. 1 (2017): 55-65.
- Fitri, Emria, Nilma Zola, and Ifdil Ifdil. "Profil Kepercayaan Diri Remaja Serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhi." *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)* 4, no. 1 (2018): 1-5.
- Hasmira, Taufik Paku Alam dan Mira Hasti. "Perilaku Konsumerisme Remaja Penggemar Olahraga Surfing di Pantai Air Manis Kota Padang." *Jurnal Perspektif* 4, no. 3 (2021): 307-3019.
- Henry, Matthew. *Tafsiran Matthew Henry : Surat Roma,1 Dan 2 Korintus*. Surabaya: Momentum, 2015.
- Januar Heryanto. "Pergeseran Nilai dan Konsumerisme di Tengah Krisis Ekonomi di Indonesia." *Nirmana* 6, no. 1 (2004): 52-62.
- Kurnia, Lita, and Ahmad Edwar. "Pengaruh Negatif di Era Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Remaja (Perspektif Pendidikan Islam)." *Kordinat: Jurnal Komunikasi Antar Perguruan Tinggi Agama Islam* 20, no. 2 (2021): 291-308.
- Kurniadi, Trisno. "Penguasaan Diri Hamba Tuhan dalam Pelayanan Kajian Eksegetikal 2 Timotius 4:1-8." *Manna Raflesia* 3, no. 2 (2017): 131-38.
- Maulida, Dian Maya. "Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Sikap Konsumerisme Akibat Metode Pembayaran Tunda Bayar (PayLater)." *Transformatif* 5, no. 2 (2021): 131-44.
- Mestika Zed. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004.
- Murdiyanto, Eko. *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)*. Yogyakarta: Yogyakarta Press, 2020. [http://eprints.upnyk.ac.id/24095/1/Penelitian Kualitatif -Eko mUrdiyanto.pdf](http://eprints.upnyk.ac.id/24095/1/Penelitian%20Kualitatif%20-%20Eko%20Murdiyanto.pdf).
- Nanda Dahlian Febrianti. "Remaja dan Konsumerisme." *Kompasiana.Com*, 2021. <https://www.kompasiana.com/nanda94647/616fb0ff010190057f3819c3/remaja-dan-konsumerisme>.
- Nikmah Rochmawati. "Psikologi Guru Profetik." *Psikoislamedia* 3, no. 16 (2018).
- Octaviana, Rina. "Konsep Konsumerisme Masyarakat Modern dalam Kajian Herbert Marcuse." *Jaqi: Jurnal Aqidah dan Filsafat Islam* 5, no. 1 (2020): 121-33.
- Print, Issn, Meldaria Manihuruk, Chresty Thessy, dan Lasrida Siagian. "Peran Orang Tua dalam Pendampingan Pastoral Bagi Anak Usia Remaja Awal Menurut 2 Timotius 1 : 3-18" 11, no. 1 (2022): 51-71.
- Purnawingulan, Wahyudi. "Konsumerisme Pada Iklan Majalah Perempuan." *Jurnal Jipsi* 7, no. 1 (2017).
- Radityo Luthfi Fadhil. "Idul Fitri Sebagai Gejala Konsumerisme Radityo Luthfi Fadhil." *E-Proceeding of Art & Design* 3, no. 2 (2016).
- Ristiayanti Prasetijo dan John Ihalauw. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi, 2005.
- Saputri, Nanda Lusiana. "Demi Bisa Top Up Game Online, Remaja Ini Nekat Bobol Konter HP, Sudah Beraksi 11 Kali." *Tribunnews.Com*. n.d. <https://www.tribunnews.com/regional/2021/06/07/demi-bisa-top-up-game-online-remaja-ini-nekat-bobol-konter-hp-sudah-beraksi-11-kali>.
- Sriyanto, Bambang, dan Thomy Sanggam Hasiholan Sihite. "Peran Gereja dalam

- Pembinaan Kerohanian Remaja di Gereja Pantekosta di Indonesia Kota Palangka Raya.” *KHARISMATA: Jurnal Teologi Pantekosta* 2, no. 2 (2020): 101-12.
- Suharsih. “Anak di Solo Habiskan Rp700.000/Bulan Untuk Mobile Legend.” *Solopos.Com*. n.d. <https://www.solopos.com/anak-di-solo-habiskan-rp700000bulan-untuk-mobile-legend-961276>.
- Tari, Ezra, and Talizaro Tafonao. “Tinjauan Teologis-Sosiologis Terhadap Pergaulan Bebas Remaja.” *DUNAMIS: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani* 3, no. 2 (2019): 199-217.
- Wening, Sri. *Waspada Konsumerisme*. Sukoharjo: rumah aksara, 2012.

