

Pemanfaatan Literasi Ekonomi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 01 Prabumulih

The Utilization of Digital Economic Literacy and Its Impact on The Consumptive Behavior of Students at SMA Negeri 01 Prabumulih

Ibie Tipani^{1✉}, Risky Ivan Wijaya², Paisol Burlian³, M.Aldino Pratama⁴, Andika Casanova⁵, Rindah Wulandari⁶, Gandi Prayitno⁷, M.Kurniawan Wijaya⁸

¹) Program Studi Psikologi Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

²) Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

³) Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

⁴) Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

⁵) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

^{6, 7, 8}) Program Studi Hukum Pidana Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

✉ Corresponding author:

ibietipani@gmail.com , 23011410033@radenfatah.ac.id , paisolburlian@radenfatah.ac.id ,
muhammadaldinop@gmail.com , andhikacassanova90@gmail.com , rindahsyafa@gmail.com ,
prayitnogandi30@gmail.com , wawanbaturaja77@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pola komunikasi sosial anak tunarungu di SMA YPAC Kota Palembang dengan menggunakan perspektif interaksionisme simbolik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan subjek dua siswi tunarungu kelas X berusia 17 tahun. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk menggali bentuk interaksi sosial serta proses pemaknaan simbol komunikasi dalam lingkungan sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anak tunarungu menggunakan simbol komunikasi visual sebagai sarana utama komunikasi sosial, meliputi bahasa isyarat, ekspresi wajah, gerak tubuh, kontak mata, serta media pendukung berupa tulisan dan gambar. Ditemukan perbedaan pola komunikasi sosial antar subjek, di mana satu subjek menunjukkan pola komunikasi yang aktif, adaptif, dan ekspresif, sedangkan subjek lainnya cenderung lebih pasif, selektif, dan masih dalam proses penyesuaian. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh pengalaman interaksi sosial sebelumnya serta dukungan lingkungan sekolah. Berdasarkan teori interaksionisme simbolik, pola komunikasi sosial anak tunarungu terbentuk melalui proses pemaknaan simbol, interaksi sosial yang berkelanjutan, dan kemampuan individu dalam menginterpretasikan simbol komunikasi. Penelitian ini menegaskan pentingnya lingkungan sekolah yang suportif dan inklusif dalam mendukung perkembangan komunikasi sosial anak tunarungu.

Kata Kunci: *Komunikasi Sosial, Anak Tunarungu, Teori Interaksionisme Simbolik, Simbol Komunikasi, Sekolah Khusus*

Abstract

This study aims to understand the social communication patterns of deaf students at SMA YPAC Palembang using a symbolic interactionism perspective. A qualitative approach was employed, involving two 17-year-old deaf female students in Grade X as the research subjects. Data were collected through observation, interviews, and documentation to explore forms of social interaction and the process of meaning-making of communication symbols within the school environment. The findings indicate that deaf students primarily use visual communication symbols as their main means of social communication, including sign language, facial expressions, body movements, eye contact, and supporting media such as written text and images. Differences in social communication patterns were identified between the subjects, with one student demonstrating an active, adaptive, and expressive communication style, while the other tended to be more passive, selective, and still in the process of adjustment. These differences were influenced by prior social interaction experiences and the level of environmental support at school. Based on symbolic interactionism theory, the social communication patterns of deaf students are formed through processes of symbol interpretation, ongoing social interaction, and individual interpretive abilities. This study highlights the importance of a supportive and inclusive school environment in fostering the social communication development of deaf students.

Keywords: *Social Communication, Deaf Students, Symbolic Interactionism Theory, Communication Symbols, Special School*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah menciptakan pola baru dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Menurut riset APJII (2026) jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 235 juta orang pada 2026, seiring penetrasi internet nasional yang meningkat menjadi 81,72 persen. Angka tersebut naik dibandingkan 2024, ketika penetrasi internet tercatat 79,5 persen atau sekitar 221 juta pengguna. Berbagai kebutuhan kini dapat dipenuhi dengan memanfaatkan layanan yang tersedia secara daring, mulai dari mencari informasi mengenai suatu produk hingga melakukan transaksi pembelian. Kemudahan tersebut membuat aktivitas konsumsi menjadi semakin praktis dan dapat dilakukan kapan saja melalui perangkat digital.

Peran literasi digital menjadi sangat penting dalam membentuk pola pikir dan sikap kritis konsumen dalam menghadapi derasnya arus informasi digital, terutama dalam konteks konsumsi. Menurut Paul Gilster (1997), literasi digital merupakan kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai bentuk yang sangat luas yang berasal dari sumber digital. Kemampuan ini mencakup pemahaman cara menggunakan teknologi digital secara efektif, termasuk dalam menilai kredibilitas informasi dan memahami dampaknya terhadap kehidupan pribadi dan sosial.

Literasi ekonomi digital adalah kemampuan yang penting untuk menghadapi perubahan yang terjadi saat ini. Literasi ekonomi digital bisa diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk memahami, menilai, dan menggunakan informasi serta layanan yang berkaitan dengan ekonomi melalui teknologi digital secara benar dan bijaksana. Kemampuan itu meliputi pemahaman tentang kebutuhan dan keinginan, kemampuan membandingkan manfaat dan harga barang, memahami risiko dalam transaksi digital, serta kemampuan membuat keputusan ekonomi secara rasional. Dengan memiliki kemampuan literasi yang baik, siswa SMA N 1 Prabumulih diharapkan bisa tidak hanya menggunakan teknologi digital untuk sekadar menonton atau menerima informasi, tetapi juga bisa memanfaatkannya untuk mendapatkan pengetahuan, meningkatkan kemampuan dalam bidang ekonomi, serta menciptakan peluang-peluang yang bermanfaat (Afrilia, 2025).

Kemudahan yang ditawarkan oleh lingkungan ekonomi digital dapat memberikan peluang munculnya perilaku konsumtif. Berbagai informasi produk dan promosi yang mudah ditemukan melalui media digital memungkinkan siswa memperoleh rangsangan konsumsi secara lebih intensif. Perilaku konsumtif dapat terlihat ketika seseorang melakukan pembelian lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan, membeli barang karena tertarik terhadap promosi, atau melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan manfaat dan kondisi keuangan secara matang. Penelitian mengenai siswa SMA N 1 Prabumulih menunjukkan bahwa perilaku konsumtif berkaitan dengan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola aspek ekonomi (Ardiyana, 2026).

Dalam kajian yang dilakukan oleh Kotler dan Keller (2016), dijelaskan bahwa perilaku konsumsi dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk psikologis, sosial, dan budaya. Di era digital ini, faktor teknologi menjadi tambahan yang signifikan. Iklan yang dipersonalisasi melalui algoritma media sosial dan marketplace mampu mengenali preferensi konsumen secara detail, bahkan memprediksi perilaku pembelian. Jika konsumen tidak memiliki literasi digital yang baik, maka mereka cenderung menjadi target empuk dari strategi pemasaran yang manipulatif.

Teori literasi digital yang dikemukakan oleh Gilster (1997) menjelaskan bahwa literasi digital merupakan kemampuan seseorang untuk memahami dan menggunakan informasi yang berasal dari berbagai sumber digital secara tepat. Literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mengoperasikan perangkat teknologi seperti komputer, telepon pintar, atau internet, tetapi juga mencakup kemampuan memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi yang diperoleh melalui media digital. Dalam konteks penelitian mengenai pemanfaatan literasi ekonomi digital terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 1 Prabumulih, teori ini dapat digunakan untuk menjelaskan kemampuan siswa dalam memanfaatkan teknologi digital ketika memperoleh dan menggunakan informasi yang berkaitan dengan aktivitas ekonomi. Siswa yang memiliki literasi digital yang baik diharapkan mampu memilah informasi mengenai produk, harga, promosi, serta transaksi yang tersedia melalui media digital sebelum mengambil keputusan untuk melakukan pembelian (Nur Annisa Sawitri, 2026).

Penerapan teori literasi digital dalam konteks ekonomi menunjukkan bahwa kemampuan mengakses informasi digital perlu disertai dengan kemampuan berpikir kritis dan evaluatif. Siswa tidak cukup hanya mampu menemukan produk atau mengikuti promosi yang muncul di media sosial dan marketplace, tetapi juga perlu mempertimbangkan kebenaran informasi, kesesuaian produk dengan kebutuhan, harga, manfaat, serta kemampuan ekonomi sebelum melakukan transaksi. Dengan demikian, pemanfaatan literasi ekonomi digital dapat membantu siswa mengambil keputusan konsumsi secara lebih rasional dan mengurangi kecenderungan melakukan pembelian berdasarkan keinginan sesaat. Teori Paul Gilster menjadi relevan dalam penelitian ini karena memberikan dasar bahwa kemampuan menggunakan dan mengevaluasi informasi digital merupakan bagian penting dalam membentuk perilaku yang lebih bijak ketika siswa berhadapan dengan berbagai informasi dan aktivitas ekonomi di lingkungan digital.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pemanfaatan literasi ekonomi digital pada siswa SMA Negeri 01 Prabumulih dengan mengkaji bagaimana siswa memperoleh, memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi ekonomi melalui berbagai platform digital dalam menentukan keputusan konsumsi. Penelitian juga mengeksplorasi bagaimana kemampuan literasi ekonomi digital berkaitan dengan perilaku konsumtif siswa, khususnya dalam mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan, merespons promosi dan diskon, mengikuti tren, serta melakukan pembelian melalui platform digital. Selain itu, penelitian mengkaji faktor-faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif siswa dalam lingkungan digital, seperti

kemudahan akses terhadap informasi dan transaksi, pengaruh media sosial, lingkungan teman sebaya, serta daya tarik promosi digital. Dengan mengaitkan pemanfaatan literasi ekonomi digital dengan perilaku konsumtif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya kemampuan siswa dalam mengelola informasi dan mengambil keputusan ekonomi secara bijak, sehingga dapat mendorong terbentuknya perilaku konsumsi yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai pemanfaatan literasi ekonomi digital pada siswa SMA Negeri 01 Prabumulih. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman terhadap pengalaman, pengetahuan, perilaku, serta pandangan siswa dalam memanfaatkan teknologi digital yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggambarkan kondisi dan pengalaman siswa secara lebih mendalam berdasarkan situasi yang ditemukan di lapangan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi (Azizah., 2024).

Observasi dilakukan secara langsung di lingkungan SMA Negeri 01 Prabumulih untuk mengamati aktivitas siswa yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi digital dalam memperoleh informasi ekonomi, melakukan transaksi secara daring, menggunakan layanan pembayaran digital, mencari informasi mengenai produk atau jasa, serta memahami berbagai bentuk kegiatan ekonomi melalui media digital. Observasi dilakukan secara partisipatif, yaitu peneliti terlibat secara langsung dalam aktivitas siswa, dengan cara melakukan sosialisasi tentang literasi ekonomi digital tetapi juga mengamati dan mencatat fenomena yang relevan dengan fokus penelitian. Data hasil observasi dan wawancara dianalisis menggunakan analisis tematik, dengan langkah transkripsi (Ridhayani & Johan, 2020).

Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk melengkapi hasil observasi dan wawancara. Dokumentasi dapat berupa catatan kegiatan, foto kegiatan penelitian, serta dokumen lain yang relevan dengan pelaksanaan penelitian. Penggunaan beberapa teknik pengumpulan data ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pemanfaatan literasi ekonomi digital pada siswa. Data yang diperoleh dari kegiatan sosialisasi secara langsung kepada siswa dianalisis secara deskriptif kualitatif. Analisis dilakukan berdasarkan hasil pengamatan selama kegiatan sosialisasi, respons dan pemahaman siswa terhadap materi yang disampaikan, serta hasil tanya jawab dan diskusi yang berlangsung selama kegiatan. Data yang diperoleh kemudian dikelompokkan berdasarkan beberapa aspek, yaitu pemahaman siswa mengenai literasi ekonomi digital, kemampuan siswa dalam mengenali manfaat dan risiko penggunaan teknologi dalam kegiatan ekonomi, serta pemahaman siswa mengenai penggunaan media digital secara bijak dan bertanggung jawab.

Peneliti membandingkan kondisi pemahaman siswa sebelum dan setelah diberikan sosialisasi berdasarkan respons, pertanyaan, dan tanggapan yang disampaikan selama kegiatan. Hasil analisis tersebut digunakan untuk menggambarkan sejauh mana kegiatan sosialisasi dapat memberikan pemahaman kepada siswa mengenai pentingnya literasi ekonomi digital dalam kehidupan sehari-hari. Data kemudian disajikan secara naratif dengan menguraikan temuan-temuan utama yang diperoleh selama proses sosialisasi. Analisis dilakukan secara induktif, yaitu menarik kesimpulan berdasarkan temuan yang diperoleh secara langsung di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pemanfaatan literasi ekonomi digital terhadap perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 01 Prabumulih. Subjek penelitian ini adalah

siswa SMA Negeri 01 Prabumulih yang sudah pernah menggunakan teknologi digital dan berbagai platform digital dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam mencari informasi mengenai ekonomi, membandingkan harga, melakukan pembelian, serta menggunakan layanan e-commerce. Data didapat dengan cara mengamati dan mengajak berbicara agar tahu sejauh mana siswa memahami literasi ekonomi digital serta bagaimana pemahaman itu memengaruhi cara mereka membelanjakan uang dalam berbagai kondisi (Abidzar., 2023).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan siswa dalam menggunakan literasi ekonomi digital dapat dilihat dari cara mereka memanfaatkan media digital untuk mencari informasi tentang produk dan jasa sebelum membeli. Siswa menggunakan berbagai platform digital, seperti media sosial dan marketplace, untuk mendapatkan informasi tentang harga, kualitas barang, komentar dari pembeli, serta diskon yang sedang berlangsung. Dalam proses tersebut, beberapa siswa sudah mampu membandingkan beberapa produk sebelum memutuskan untuk membelinya. Menggunakan teknologi digital membuat siswa bisa mendapatkan informasi dengan lebih cepat dan lebih mudah, sehingga mereka bisa mempertimbangkan lebih banyak hal sebelum memutuskan belanja barang tertentu (Oktaviani, 2023).

Berdasarkan teori literasi digital milik Paul Gilster, kemampuan siswa SMA Negeri 01 Prabumulih dalam menggunakan literasi ekonomi digital bisa dilihat dari kemampuan mereka mencari, mencari tahu, mengevaluasi, dan memproses informasi ekonomi yang didapat melalui media digital. Literasi ekonomi digital bukan hanya tentang kemampuan siswa mengoperasikan perangkat teknologi, tetapi juga tentang cara mereka menggunakan informasi digital secara bijak dan bertanggung jawab dalam membuat keputusan ekonomi, terutama saat berbelanja atau menghabiskan uang (Chandra Kurniawan, 2017).

Kemampuan mengakses informasi tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital telah menjadi bagian dari proses pengambilan keputusan ekonomi siswa. Siswa tidak lagi hanya memperoleh informasi dari lingkungan keluarga atau teman secara langsung, tetapi juga melalui berbagai sumber digital. Kondisi tersebut menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi dari pola konsumsi konvensional menuju pola konsumsi yang semakin berbasis digital.

Selain kemampuan mengakses informasi, sebagian siswa juga menunjukkan kemampuan dalam mengevaluasi informasi yang diperoleh. Siswa membandingkan harga dari beberapa penjual, membaca ulasan produk, melihat rating, serta mempertimbangkan kualitas sebelum melakukan pembelian. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa siswa tidak selalu menerima informasi digital secara langsung, tetapi berusaha memastikan informasi tersebut sebelum mengambil keputusan.

Meskipun demikian, kemampuan mengevaluasi informasi belum dimiliki secara merata. Beberapa siswa masih mudah tertarik pada iklan atau konten promosi yang dikemas secara menarik. Produk yang sedang viral atau banyak digunakan oleh teman dan figur publik cenderung lebih mudah menarik minat siswa. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan literasi digital siswa masih perlu diperkuat, terutama dalam membedakan informasi objektif dengan konten pemasaran yang bersifat persuasif (Fransisca & Erdiansyah, 2020).

Gambar

Gambar 1. Pelaksanaan Sosialisasi Ekonomi Digital Kepada Siswa SMA Negeri 1 Prabumulih



Gambar 2. . Pelaksanaan Sosialisasi Ekonomi Digital Kepada Siswa SMA Negeri 1 Prabumulih



Gambar 3. Foto Bersama Siswa SMA Negeri 1 Prabumulih Setelah Kegiatan Sosialisasi

PEMBAHASAN

Hasil penelitian dapat dianalisis menggunakan teori literasi digital yang dikemukakan oleh Paul Gilster. Gilster memandang literasi digital sebagai kemampuan seseorang dalam memahami dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital. Konsep tersebut tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir kritis dalam menghadapi informasi yang tersedia di lingkungan digital.

Dalam konteks penelitian ini, kemampuan siswa SMA Negeri 1 Prabumulih dalam mencari informasi harga, membandingkan produk, membaca ulasan, dan memanfaatkan platform digital menunjukkan adanya kemampuan literasi digital. Siswa telah mampu menggunakan teknologi sebagai sarana untuk memperoleh informasi ekonomi dan mendukung kegiatan konsumsi.

Namun, berdasarkan hasil penelitian, kemampuan menggunakan teknologi belum selalu menunjukkan kemampuan mengambil keputusan ekonomi yang bijaksana. Siswa yang mampu menemukan informasi produk belum tentu mampu menentukan apakah produk tersebut benar-benar dibutuhkan. Oleh karena itu, literasi digital perlu disertai dengan literasi ekonomi agar siswa mampu memahami konsekuensi dari setiap keputusan konsumsi.

Teori Gilster juga relevan dalam menjelaskan pentingnya kemampuan berpikir kritis

terhadap informasi digital. Dalam lingkungan digital, siswa menghadapi berbagai bentuk iklan, promosi, ulasan, rekomendasi, dan konten influencer. Informasi tersebut tidak seluruhnya bersifat netral karena sebagian merupakan bagian dari strategi pemasaran. Oleh sebab itu, siswa perlu memiliki kemampuan untuk mengevaluasi kredibilitas informasi sebelum menjadikannya dasar dalam mengambil keputusan konsumsi.

Perilaku konsumtif dapat dipahami sebagai kecenderungan melakukan konsumsi secara berlebihan dan lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan. Berdasarkan hasil penelitian, kecenderungan tersebut terlihat dari adanya siswa yang melakukan pembelian karena tertarik pada promosi, mengikuti tren, terpengaruh lingkungan sosial, atau ingin memperoleh kepuasan setelah memiliki suatu produk.

Dalam konteks siswa, perilaku konsumtif dapat muncul karena siswa berada pada tahap perkembangan yang sangat dekat dengan pengaruh teman sebaya dan lingkungan sosial. Media sosial kemudian memperluas pengaruh tersebut karena siswa dapat melihat gaya hidup, produk, dan tren secara terus-menerus.

Kemudahan teknologi digital juga memperkuat kondisi tersebut. Jika sebelumnya siswa harus datang langsung ke toko untuk membeli suatu produk, saat ini pembelian dapat dilakukan melalui telepon pintar dalam waktu yang relatif singkat. Kondisi tersebut memberikan kemudahan, tetapi juga meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian impulsif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi digital berperan dalam membantu siswa mengambil keputusan konsumsi. Siswa yang mampu mencari, membandingkan, dan mengevaluasi informasi digital cenderung lebih mempertimbangkan harga, kualitas, dan kebutuhan sebelum membeli. Namun, kemampuan digital saja belum cukup karena siswa juga perlu memahami skala prioritas, pengelolaan uang, dan pengendalian keinginan.

Pemanfaatan literasi ekonomi digital dapat memberikan dampak positif apabila digunakan secara kritis dan rasional. Sebaliknya, paparan promosi, tren media sosial, dan kemudahan transaksi dapat meningkatkan perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi kemampuan mengendalikan keputusan pembelian.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa siswa SMA Negeri 1 Prabumulih telah memanfaatkan teknologi digital untuk mencari informasi produk, membandingkan harga, membaca ulasan, mengikuti promosi, dan melakukan transaksi daring. Namun, paparan promosi, tren media sosial, dan kemudahan transaksi juga dapat meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif.

Temuan lainnya menunjukkan bahwa literasi ekonomi digital dapat membantu siswa mengambil keputusan konsumsi secara lebih rasional apabila disertai kemampuan mengendalikan keinginan dan menentukan skala prioritas. Oleh karena itu, penguatan literasi ekonomi digital di sekolah diperlukan agar siswa mampu menggunakan teknologi secara kritis, bijak, dan bertanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan ekonomi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pemanfaatan literasi ekonomi digital terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 01 Prabumulih, dapat disimpulkan bahwa siswa telah memanfaatkan teknologi digital untuk memperoleh informasi ekonomi, membandingkan harga, membaca ulasan, menilai kualitas, mengikuti promosi, dan melakukan transaksi daring. Hal tersebut menunjukkan bahwa lingkungan digital telah menjadi bagian dari proses pengambilan keputusan konsumsi siswa. Literasi ekonomi digital dapat mendukung keputusan konsumsi yang lebih rasional apabila siswa mampu mengevaluasi informasi, membandingkan manfaat dan harga, serta membedakan kebutuhan dan keinginan. Namun, kemampuan tersebut belum merata karena promosi digital, tren media sosial, pengaruh teman sebaya, dan kemudahan

transaksi dapat meningkatkan perilaku konsumtif apabila tidak disertai pengendalian diri dan penentuan skala prioritas.

Dengan demikian, literasi ekonomi digital perlu dipahami sebagai kemampuan menggunakan teknologi, mengevaluasi informasi, dan mengambil keputusan ekonomi secara bertanggung jawab. Sekolah perlu memperkuat literasi ekonomi digital melalui pembelajaran dan kegiatan praktis yang membahas pengelolaan keuangan, skala prioritas kebutuhan, evaluasi iklan digital, serta pengambilan keputusan konsumsi. Penelitian selanjutnya dapat memperluas kajian dengan jumlah informan dan data lapangan yang lebih terukur untuk memperdalam hubungan antara literasi ekonomi digital dan perilaku konsumtif siswa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada keluarga, dosen dan semua pihak yang terlibat sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidzar, M., Indriayu, M., & Aniek, H. (2023). Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi, ISSN Online: 2549-2284 Volume VII Nomor 1, Januari 2023. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, VII(7), 118-135.
- Afrilia, V., Zulaihati, S., & Kismayanti Respati, D. (2025). Ekopedia : Jurnal Ilmiah Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 824.
- Ardiyanti, M., Amalia, A., Muslimah, I., Ramadani, A., Al, M., Rasyid, M. R., Paryanti, A. B., Sangapan, L. H., Bisnis, I., Timur-indonesia, J., Raya, J., No, J., Melayu, C., Makasar, K., Timur, K. J., Khusus, D., Kota, I., & Indonesia, J. (2026). *Penggunaan TikTok dan Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat*. 03(02), 606-629.
- Azizah, F. N., Andriansyah, E. H., Surabaya, U. N., & Surabaya, U. N. (2024). Pengaruh Kemampuan Literasi Digital Dan Media. *JURNAL Educo Universitas Balikpapan*, 31-38.
- Chandra Kurniawan. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 107-118. <https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/2709/2520>
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>
- Nur Annisa Sawitri, Ghina Rizki Amalia, & Risma Anita Puriani. (2026). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Dewantara : Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 5(1), 42-48. <https://doi.org/10.30640/dewantara.v5i1.5881>
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136-145. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Ridhayani, F., & Johan, I. R. (2020). The Influence of Financial Literacy and Reference Group toward Consumptive Behavior Across Senior High School Students. *Journal of Consumer Sciences*, 5(1), 29-45. <https://doi.org/10.29244/jcs.5.1.29-45>