

PENGARUH LAYANAN INFORMASI DENGAN MEDIA FLIPBOOK DIGITAL DALAM MENGURANGI PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI SMK NUR AZIZI TANJUNG MORAWA T.A 2024/2025

Raziqa Nurul Aulia¹, Dina Hidayati Hutasuhut², Ika Sandra Dewi³, Nur Asyah⁴
^{1,2,3,4}Bimbingan Konseling, FKIP, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Medan
Email : raziganurulaulia@umnaw.ac.id, dinahidayatihts@umnaw.ac.id,
ikasandradewi2692@gmail.com, nurasyah@umnaw.ac.id

ABSTRACT

Consumptive behavior among generation Z, especially vocational high school students, is becoming an increasingly worrying phenomenon along with technological advances and unlimited access to information. This study aims to determine the effect of information services using flipbook media in reducing consumptive behavior of generation Z at SMK Nur Azizi. This study uses a quantitative approach with a pre-experimental method of one group pretest-posttest design. The population in this study were all 120 grade XI students of SMK Nur Azizi, with a sample of 35 students selected by purposive sampling. Data were collected through a validated consumptive behavior questionnaire, both before and after the provision of information services using flipbook media. Data analysis used the t-test (paired sample t-test) with the help of SPSS. The results of the hypothesis test showed that there was a significant difference between the pretest and posttest scores, with a significance value (sig.) $0.000 < 0.05$. This shows that information services with flipbook media are effective in reducing the level of student consumptive behavior. The conclusion of this study is that the use of flipbook media as a means of information services can be an innovative and educational alternative in guidance and counseling to help students control consumptive behavior. This study provides recommendations for BK teachers to be more creative in using attractive visual media to convey information related to personal financial management.

Keywords: Flipbook media, Consumer behavior.

ABSTRAK

Perilaku konsumtif di kalangan generasi Z, khususnya siswa SMK, menjadi fenomena yang kian mengkhawatirkan seiring dengan kemajuan teknologi dan akses informasi yang tidak terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan informasi menggunakan media *flipbook* dalam mengurangi perilaku konsumtif generasi Z di SMK Nur Azizi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *pre-eksperimen* desain *one group pretest-posttest*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas XI SMK Nur Azizi yang berjumlah 120 siswa, dengan sampel sebanyak 35 siswa yang dipilih secara *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui angket perilaku konsumtif yang telah divalidasi, baik sebelum maupun sesudah pemberian layanan informasi menggunakan media *flipbook*. Analisis data menggunakan uji t (*paired sample t-test*) dengan bantuan SPSS. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara skor *pretest dan posttest*, dengan nilai signifikansi (sig.) $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa layanan informasi dengan media *flipbook* efektif dalam menurunkan tingkat perilaku konsumtif siswa. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa penggunaan media *flipbook* sebagai sarana layanan informasi dapat menjadi alternatif inovatif dan edukatif dalam bimbingan dan konseling untuk membantu siswa mengontrol perilaku konsumtif. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi guru BK agar lebih kreatif dalam menggunakan media visual yang menarik untuk menyampaikan informasi terkait pengelolaan keuangan pribadi.

Kata Kunci: Media *flipbook*, Perilaku konsumtif.

A. Pendahuluan

Pendidikan merupakan usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara” (UU No 20 tahun 2003)”. Pendidikan merupakan suatu proses kegiatan belajar mengajar dan segala aspek yang mempengaruhinya. Untuk mencapai tujuan pembelajaran, maka proses pembelajaran tersebut perlu dilakukan secara optimal agar peserta didik dapat mencapai prestasi belajar yang lebih baik (*Idzni & saragih 2022*). Pendidikan juga merupakan suatu proses yang disadari untuk mengembangkan potensi diri seseorang sehingga memiliki kecerdasan pikir, emosional, berwatak, dan berketerampilan untuk siap hidup di tengah-tengah masyarakat(*Jarmin, dkk 2020*). Dengan adanya pendidikan juga dapat meningkatkan kualitas hidup manusia (*Dewi 2022*).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat dalam beberapa dekade terakhir telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia, salah satunya adalah dalam hal perilaku konsumsi. Perilaku konsumtif merupakan salah satu fenomena yang berkembang pesat di kalangan generasi muda, khususnya Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi ini dikenal sebagai generasi yang sangat dekat dengan teknologi dan dunia digital, serta memiliki akses mudah terhadap informasi melalui berbagai platform media sosial. Perkembangan

teknologi informasi yang sangat cepat membawa dampak yang signifikan dalam pola pikir dan perilaku mereka, termasuk dalam hal konsumsi barang dan jasa.

Perilaku konsumtif pada Generasi Z seringkali terlihat dalam kebiasaan membeli barang atau jasa yang tidak selalu berdasarkan kebutuhan, tetapi lebih karena keinginan atau tren yang berkembang di kalangan teman sebaya mereka. Perilaku ini dapat dipicu oleh faktor-faktor seperti pengaruh media sosial, iklan yang terus-menerus hadir, serta adanya dorongan untuk mengikuti gaya hidup tertentu yang dianggap populer. Hal ini dapat menyebabkan masalah seperti pemborosan, utang konsumtif, dan kurangnya kesadaran finansial di kalangan generasi muda.

Menurut *Anggasari(Hotspascaman,2010)* perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Manusia sebagai makhluk hidup di dunia ini memiliki banyak kebutuhan sehari-hari dalam hidupnya. Diantara kebutuhan tersebut terbagi atas kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Hal tersebut senada dengan yang dikemukakan oleh *Muh. Syarifuddin (2016: 100-101)* yang mengatakan bahwa kebutuhan manusia berdasarkan intensitasnya terdiri dari tiga macam meliputi kebutuhan primer, kebutuhan sekunder serta kebutuhan tersier.

Dengan banyaknya kebutuhan manusia dalam kehidupannya sehari-hari, manusia tidak bisa lepas dalam melakukan kegiatan mengonsumsi. Kegiatan mengonsumsi ini dilakukan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. *Lestari (2018)* menyatakan bahwa individu selalu mencari kepuasan

dengan cara mengonsumsi barang yang bukan kebutuhannya melainkan untuk memenuhi keinginannya. Fenomena ini biasanya dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang-barang maupun menggunakan jasa hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi semata dan tidak lagi memandang manfaat atau urgensi dari barang maupun jasa tersebut. Perilaku konsumtif ini cenderung ditemui pada kalangan remaja. Dimana, remaja melakukan perilaku konsumtif untuk memenuhi gaya hidup (*life style*). Hal ini diperjelas oleh Loudon dan Bitta (*Suminar. 2015*) yang mengemukakan bahwa remaja mudah terpengaruh dengan pola konsumsi yang berlebihan dan kuat untuk mengonsumsi suatu produk.

Salah satu cara untuk mengatasi perilaku konsumtif ini adalah melalui penyuluhan dan layanan informasi yang dapat memberikan pemahaman kepada mereka mengenai pentingnya mengelola keuangan secara bijak dan bertanggung jawab. Layanan informasi dalam pelaksanaan bimbingan dan konseling di sekolah ditujukan untuk membekali peserta didik dengan berbagai informasi, berkaitan dengan diri dan lingkungan.

Menurut (*Nazariah, dkk 2023*) layanan informasi penting bagi siswa karena layanan informasi ialah layanan yang memberikan pemahaman kepada individu-individu yang berkepentingan tentang berbagai hal yang diperlukan serta untuk menentukan suatu tujuan. Layanan informasi dapat memanfaatkan berbagai macam media dalam prosesnya.

Media yang digunakan untuk menyampaikan informasi tersebut

harus mampu menarik perhatian dan mudah diakses oleh para siswa. Media merupakan suatu benda atau alat yang digunakan untuk membantu seorang guru dalam menyampaikan materi kepada peserta didiknya bisa dengan menggunakan gambar, peta atau semacamnya. Dengan adanya media dapat mendorong semangat peserta didik untuk menjadi lebih giat dalam belajar dan juga dapat dengan mudah dipahami apa yang akan disampaikan atau diajarkan oleh guru tersebut. Penggunaan media pembelajaran pada pembelajaran di sekolah menjadi bagian penting yang harus mendapat perhatian guru sebab input siswa pada tingkat sekolah menengah memiliki kemampuan yang terbatas dalam memahami materi yang bersifat abstrak.

Salah satu media yang efektif untuk tujuan ini adalah *flipbook*, sebuah media digital yang menyerupai buku cetak namun dapat diakses secara online dengan interaktivitas yang menarik. *Flipbook* merupakan salah satu media yang dapat digunakan untuk menyajikan modul dapat tampilan elektronik. *Sugiyanto dkk (2013)* menyatakan pembuatan media pembelajaran berbasis multimedia dapat dilakukan dengan menggunakan software. *Flipbook* merupakan media yang digunakan untuk membuat tampilan buku atau bahan ajar lainnya menjadi sebuah buku elektronik digital berbentuk *flipbook*. *Flipbook* memiliki keunggulan dalam menyampaikan informasi dengan cara yang lebih interaktif dan menarik dibandingkan dengan media tradisional lainnya. Dengan menggunakan *flipbook*, informasi tentang manajemen keuangan, pengelolaan konsumsi, dan pentingnya berpikir kritis sebelum membeli dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan mudah

dipahami oleh siswa. *Flipbook* dapat memuat teks, gambar, animasi, serta video yang dapat meningkatkan daya tarik pembaca, terutama bagi Generasi Z yang lebih cenderung menyukai media visual dan interaktif.

Berdasarkan uraian berikut, penggunaan media *flipbook* dalam konteks layanan informasi sangat berpotensi untuk meningkatkan pemahaman generasi Z mengenai perilaku konsumtif yang cerdas. Dengan menyajikan konten edukatif melalui video *flipbook*, guru dapat menciptakan pengalaman belajar yang lebih interaktif dan menarik bagi siswa. Hal ini tidak hanya memudahkan penyampaian materi, tetapi juga dapat mendorong siswa untuk lebih kritis dalam menghadapi berbagai pilihan konsumsi yang ada di sekitar mereka.

Menggunakan media *flipbook* sebagai media edukasi untuk memberikan informasi terkait dampak dari perilaku konsumtif dan pentingnya pengelolaan keuangan pribadi diharapkan dapat menjadi solusi efektif untuk mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif yang berlebihan di kalangan siswa. Oleh karena itu, diharapkan implementasi media *flipbook* ini dapat berkontribusi positif dalam membentuk perilaku konsumtif yang lebih bijak dan bertanggung jawab di kalangan generasi Z, serta menumbuhkan kesadaran akan dampak negative dari perilaku konsumtif yang tidak terencana.

SMK Nur Azizi Tanjung Morawa sebagai institusi pendidikan yang memayoritaskan siswa nya berasal dari Generasi Z, memiliki potensi besar untuk menjadi tempat yang strategis dalam memberikan edukasi terkait pengelolaan konsumsi yang terlihat perilaku konsumtif yang tinggi. Mereka sering terlihat membeli

barang barang yang sama dengan teman sebayanya, seperti pakaian, sepatu, gadget dan makanan yang sedang tren. Mereka juga terlihat sering menggunakan uang jajan mereka untuk membeli barang-barang tersebut.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan guru BK di SMK Nur Azizi, ditemukan bahwa banyak siswa yang tidak membayar uang SPP meskipun orang tua mereka sudah memberikan uang tersebut. Hal ini disebabkan oleh pengaruh perilaku konsumtif, terutama dalam hal gaya berpakaian, penggunaan gadget, dan pilihan makanan. Akibatnya, mereka cenderung menyalah gunakan uang SPP yang seharusnya digunakan untuk keperluan pendidikan. Mereka lebih memilih mengikuti tren yang sedang populer di kalangan teman-teman mereka. Dari perilaku yang tidak wajar tersebut, mereka menggunakan kebutuhan sehari hari seperti busana dan aksesoris, seperti sepatu, tas, jam tangan, dan sebagainya yang dapat menunjang penampilan mereka dengan menggunakan uang Saku dan SPP.

B. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif. Peneliti dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika. Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan judul penelitian yaitu penelitian eksperimen (*pre-eksperimental*) yang didefinisikan sebagai eksperimen yang memiliki perlakuan, pengukuran dampak. Peneliti menggunakan desain *pre eksperimental* dengan jenis *One*

Group Pre-test and Post-Test Design. Di dalam desain ini sampel digunakan perlakuan dengan dua kali pengukuran. Pengukuran yang pertama dilakukan pada saat sebelum memberikan layanan informasi dengan media *flipbook* dan pengukuran yang kedua dilakukan saat setelah memberikan layanan informasi dengan media *flipbook* yang telah diberikan kepada sampel penelitian.

Untuk memperoleh eksperimen dalam penelitian ini disajikan tahap-tahap rancangan eksperimen yaitu *Pre- test* , *Perlakuan (treatment)* dan *Post-Test* Subjek dalam penelitian ini, peneliti melibatkan :

1. Kepala Sekolah, yang memberikan izin peneliti untuk meneliti disekolah SMK Nur Azizi Tanjung Morawa.
2. Guru BK, yang memberikan informasi mengenai siswa serta membantu kemudahan peneliti dalam mengumpulkan data.
3. Siswa, sebagai sampel dalam penelitian yang akan diteliti mengenai perilaku konsumtif siswa tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat menunjukkan Pengaruh Layanan Informasi dengan Media Flipbook dalam Mengurangi Perilaku Konsumtif Generasi Z Siswa X MPLB di SMK Nur Azizi Tanjung Morawa T.A 2024/2025.

Dalam penelitian ini peneliti menentukan besar kecilnya populasi mengacu pada pendapat *Sugiyono (2013)* "populasi adalah area umum yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian membuat kesimpulan".

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas X jurusan Manajemen Perkantoran dan Layanan

Bisnis (MPLB) SMK Nur Azizi Tanjung Morawa yang siswanya berjumlah 72 siswa.

Dalam penelitian ini, Purposive Sampling digunakan untuk memilih sampel yang memenuhi kriteria spesifik yang relevan dengan topik penelitian. Kriteria pemilihan sampel yaitu responden harus termasuk dalam generasi z yang lahir 1997-2012, responden yang aktif menggunakan media digital, Responden dengan perilaku konsumtif yang tinggi. Maka peneliti memakai 35 siswa untuk menjadi sampel penelitian.

Instrumen Penelitian

1) Teknik Pengumpulan Data

Penelitian memerlukan teknik pengumpulan data, dan ada beberapa alat pengumpulan data (terutama data primer) yang dapat digunakan peneliti untuk tujuan tersebut. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini ialah berupa kuesioner (angket), observasi dan dokumentasi. Sertakan dilakukan Uji Validitas dan Uji Realibilitas.

2) Indikator

Untuk memudahkan proses penelitian, maka dalam penelitian ini dibuat kisi-kisi angket perilaku konsumtif . Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket yang disebarkan kepada siswa. Adapun angket dalam penelitian ini adalah menggunakan skala likert. Terdapat empat jenis pilihan skor yang diberikan pada soal jawaban positif yaitu Sangat Setuju (SS) diberi skor empat, Setuju (S) diberi skor tiga. Tidak Setuju (KS) diberi skor dua, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor satu Pada soal negatif, pilihan jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor satu, Setuju (S) diberi skor dua, Kurang Setuju (KS) diberi skor tiga, dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor empat.

Prosedur Penelitian

Menurut Nazir (2014), Prosedur penelitian adalah metode yang digunakan dalam suatu penelitian yang terdiri atas tahap-tahap tertentu, mulai dari perumusan masalah hingga pelaporan hasil penelitian. Langkah-langkah dalam studi eksperimen pada dasarnya sama dengan langkah-langkah pada penelitian lain. Menurut (Emzir 2010), langkah-langkah atau prosedur penelitian eksperimen yaitu: merumuskan masalah, memilih subjek dan instrumen pengukuran, memilih desain penelitian, melaksanakan prosedur, menganalisis data, merumuskan kesimpulan.

Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013) Analisis data merupakan aktivitas yang dilakukan setelah data dikumpulkan dari seluruh responden atau sumber data lainnya. Analisis data mencakup hal-hal berikut: mengelompokkan data berdasarkan jenis dan variabel responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari semua responden, menampilkan data untuk masing-masing variabel yang diteliti, menghitung untuk menjawab rumusan masalah, dan menguji hipotesis yang telah diajukan. Data yan diperoleh kemudian dianalisis menggunakan rumus statistic, sehingga teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji normalitas, Uji Homogenitas dan uji test hipotesis (uji t).

C. Hasil Dan Pembahasan Hasil Penelitian

1. Uji Normalitas

Menurut Arikunto (2010) Uji normalitas adalah suatu prosedur statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data

dalam suatu sampel mengikuti distribusi normal atau tidak, sebagai salah satu syarat dalam analisis statistik parametrik. Berikut adalah tabel dari uji normalitas:

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | PRE | POST |
|----------------------------------|----------------|-------------------|-------------------|
| N | | 35 | 35 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 112.71 | 130.80 |
| | Std. Deviation | 10.764 | 10.574 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .138 | .132 |
| | Positive | .138 | .132 |
| | Negative | -.127 | -.118 |
| Test Statistic | | .138 | .132 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .088 ^c | .129 ^c |

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan data di atas maka terdapat hasil perhitungan uji normalitas pada data pre test memiliki nilai signifikansi 0,088 > 0,05 dan nilai signifikansi pada data post test yaitu 0,129 > 0,05. Dari keterangan tersebut maka data dapat dikatakan berdistribusi normal.

2. Uji Homogenitas

Menurut Riduwan (2012) Uji homogenitas adalah suatu cara untuk menguji apakah varians dari dua atau lebih populasi sama. Uji ini diperlukan sebelum dilakukan uji statistik parametrik seperti t-test atau ANOVA. Hasil perhitungan uji homogenitas pada data penelitian ini dapat dilihat pada tabel SPSS sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Homogenitas Test of Homogeneity of Variances

| perilaku konsumtif | | | |
|--------------------|-----|-----|------|
| Levene Statistic | df1 | df2 | Sig. |
| .573 | 1 | 68 | .452 |

Berdasarkan hasil uji homogenitas diatas, dapat diperoleh nilai signifikansi yaitu 0,452 > 0,05 artinya berarti data tersebut berdistribusi homogen.

Uji Hipotesis (Uji T)

Menurut Ghozali (2016) Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah suatu parameter populasi yang diestimasi melalui data sampel menunjukkan perbedaan yang signifikan secara statistik atau tidak. Uji hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah Uji T. Menurut Uji T adalah uji statistik yang digunakan untuk mengetahui perbedaan rata-rata antara dua kelompok sampel atau untuk mengetahui pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dalam regresi. Berikut ini adalah tabel Uji T :

Tabel 3 Hasil Uji Hipotesis
Paired Samples Test

| | Paired Differences | | | | | T | df | Sig. (2-tailed) |
|----------------------------|--------------------|----------------|-----------------|---|--------|-------|----|-----------------|
| | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean | 95% Confidence Interval of the Difference | | | | |
| | | | | Lower | Upper | | | |
| Paired Sample 1 - pre test | 18.086 | 14.135 | 2.389 | 13.230 | 22.941 | 7.570 | 34 | .000 |

Berdasarkan tabel di atas ditemukan bahwa nilai signifikansi (2-tailed) yaitu $0,000 < 0,05$ dan juga terdapat nilai t hitung $< t$ tabel yaitu $(7,570 > 2,032)$. Ada dua cara dalam pengambilan keputusan yaitu :

1. Apabila nilai signifikansi (2-tailed) $< 0,05$ menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara dua variabel dan terdapat pengaruh terhadap perbedaan perlakuan yang diberikan pada masing-masing variabel.
2. Apabila nilai t hitung $> t$ tabel maka dikatakan adanya perbedaan yang signifikan antara dua variabel dan menunjukkan terdapat

pengaruh perbedaan perlakuan yang diberikan pada masing-masing variabel.

Maka berdasarkan 2 cara pengambilan keputusan diatas dapat disimpulkan bahwa “**Layanan Informasi dengan Media Flipbook berpengaruh dalam Mengurangi Perilaku Konsumtif Generasi Z di Smk Nur Azizi Tanjung Morawa T.A 2024/2025**”, karena semakin sering memberikan layanan informasi dengan media *flipbook*, maka perilaku konsumtif semakin menurun. Hal ini dikuatkan menurut Sugiyono (2017) menegaskan bahwa frekuensi penyampaian informasi sangat mempengaruhi perubahan perilaku. Dengan seringnya layanan informasi diberikan melalui *flipbook*, maka terjadi proses pembentukan sikap yang berulang dan akhirnya membentuk perilaku yang lebih bijak.

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya Pengaruh Layanan Informasi dengan media *Flipbook* dalam mengurangi Perilaku Konsumtif Generasi Z di Smk Nur Azizi Tanjung Morawa T.A 2024/2025. Hasil dari analisis data dalam penelitian ini yaitu menunjukkan adanya Pengaruh Layanan Informasi dengan Media *Flipbook* berpengaruh dalam Mengurangi Perilaku Konsumtif Generasi Z di Smk Nur Azizi Tanjung Morawa T.A 2024/2025 dibuktikan dengan hasil nilai signifikansi (2-tailed) yaitu $0,00 < 0,05$, namun terdapat nilai uji t yang menunjukkan negative dan tidak ada perbedaan yang signifikan berdasarkan nilai t hitung $< t$ tabel, yang artinya secara statistik, layanan informasi dengan media *flipbook* berpengaruh terhadap perilaku

konsumtif karena nilai signifikansi $<0,05$.

Sejalan dengan menurut *McCombs dan Shaw*, bahwasannya media tidak secara langsung memberitahu kita *apa yang harus dipikirkan*, tetapi media *menentukan apa yang penting untuk dipikirkan*. Ketika layanan informasi sering menyoroti promosi produk, diskon, dan tren gaya hidup, hal itu akan mengarahkan perhatian publik pada konsumsi tersebut.

Adapun dampak negatifnya yaitu menimbulkan ketertarikan terhadap konsumsi yang sebenarnya tidak dibutuhkan dan mendorong perilaku konsumtif karena mengikuti tren.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa layanan informasi dengan media *flipbook* berpengaruh dalam mengurangi perilaku konsumtif dan membuat perilaku konsumtif menurun, setelah diberikan perlakuan layanan informasi dengan media *flipbook*.

Hasil dan Pembahasan Penelitian Kuantitatif

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan uji paired sample t-test yang menunjukkan bahwa nilai t hitung hasilnya positif, yaitu 7,570 dan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) adalah 0,00. Nilai t yang hasilnya positif menunjukkan bahwa arah perbedaan yang menurun antara kelompok pretest dan posttest.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan informasi dengan media *flipbook* dalam mengurangi perilaku konsumtif generasi Z di SMK Nur Azizi Tanjung Morawa pada tahun ajaran 2024/2025. Media *flipbook* digunakan sebagai alat bantu layanan informasi karena dinilai sesuai dengan karakteristik generasi Z yang lebih

tertarik pada media digital, interaktif, dan visual.

Berdasarkan hasil pretest yang dilakukan sebelum pemberian layanan informasi, diperoleh data bahwa sebagian besar siswa menunjukkan perilaku konsumtif yang cukup tinggi. Hal ini ditandai dengan:

1. Kebiasaan membeli barang yang tidak dibutuhkan,
2. Pengaruh besar dari media sosial dalam keputusan pembelian,
3. Kurangnya kesadaran dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

Perilaku ini konsisten dengan karakteristik generasi Z yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi dan budaya konsumtif yang masif.

Setelah dilakukan layanan informasi menggunakan media *flipbook*, peserta didik menunjukkan perubahan sikap dan perilaku ke arah yang lebih positif. *Flipbook* yang berisi materi edukatif mengenai perilaku konsumtif, dampaknya, dan cara mengelolanya berhasil menarik perhatian siswa karena tampilannya yang visual, interaktif, dan komunikatif.

Melalui kegiatan ini, siswa diajak untuk memahami:

1. Konsep perilaku konsumtif secara menyeluruh,
2. Dampak jangka panjang terhadap keuangan pribadi,
3. Strategi mengelola uang secara bijak.

Untuk mengetahui efektivitas layanan informasi, dilakukan analisis menggunakan uji paired sample t-test. Hasil uji menunjukkan: Nilai t hitung = 7,570 dan signifikansi (Sig. 2-tailed) = 0,00

Nilai t hitung yang positif menunjukkan adanya penurunan skor setelah perlakuan (post test lebih rendah dari pre test), yang

mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif menurun setelah layanan diberikan. Nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ menunjukkan bahwa hasil tersebut signifikan secara statistik, artinya terdapat perbedaan yang bermakna antara sebelum dan sesudah diberikan layanan informasi dengan media *flipbook*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa layanan informasi berbasis *flipbook* berpengaruh signifikan dalam mengurangi perilaku konsumtif siswa generasi Z di SMK Nur Azizi Tanjung Morawa.

Penurunan skor perilaku konsumtif setelah pemberian layanan menunjukkan bahwa:

1. Siswa menjadi lebih sadar akan pentingnya mengendalikan keinginan konsumtif,
2. Materi dalam *flipbook* berhasil meningkatkan pemahaman dan kesadaran siswa,
3. Media *flipbook* mampu mengomunikasikan pesan secara lebih efektif dibandingkan media *offline*.

Selain itu, pendekatan layanan informasi yang komunikatif dan menyertakan elemen reflektif menjadikan siswa lebih aktif dalam mengevaluasi perilaku konsumtif mereka sendiri.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa layanan informasi dengan media *flipbook* berpengaruh secara signifikan dalam mengurangi perilaku konsumtif generasi Z di SMK Nur Azizi Tanjung Morawa tahun ajaran 2024/2025. Sebelum diberikan layanan, peserta didik menunjukkan tingkat perilaku konsumtif yang cukup tinggi, terlihat dari kecenderungan

mereka dalam membeli barang berdasarkan keinginan, mengikuti tren, dan terpengaruh oleh media sosial tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sesungguhnya. Setelah diberikan layanan informasi yang disampaikan melalui media *flipbook*, terjadi penurunan perilaku konsumtif yang signifikan. Hasil analisis statistik menggunakan uji hipotesis uji T yang menggunakan menunjukkan nilai t hitung sebesar 7,570 dengan signifikansi 0,00, yang mengindikasikan adanya perbedaan yang signifikan antara hasil pretest dan posttest. Penurunan ini mencerminkan bahwa penggunaan media *flipbook* sebagai alat bantu layanan informasi berhasil meningkatkan kesadaran siswa dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta mendorong mereka untuk lebih bijak dalam mengambil keputusan konsumsi. Media *flipbook*, dengan keunggulan visual dan interaktifnya, terbukti mampu menarik perhatian generasi Z dan menyampaikan materi secara efektif serta relevan dengan karakteristik mereka. Oleh karena itu, layanan informasi berbasis digital seperti *flipbook* dapat menjadi strategi yang tepat dalam menanamkan nilai-nilai hidup hemat dan konsumsi yang bertanggung jawab di kalangan remaja.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Fakhrani Idzni, Zita, and Nurul Azmi saragih. 2022. "Hubungan Komunikasi Interpersonal Dengan Grafis Terhadap Motivasi Belajar Siswa." 1:1–16.
- Hotpascaman, S. (2010). Hubungan antara perilaku konsumtif dengan konformitas pada remaja. Skripsi. Fakultas Psikologi. Medan: Universitas Sumatera utara, 2010, hlm. 2.
- Ika Sandra Dewi, Indra Fauzi. 2021. "Layanan Informasi Dengan Metode Problem Solving Bagi Impulsif pada Remaja Putri. Fakultas Psikologi Universitas Wangsa Manggala Yogyakarta,
- Jarmin, Nur Asmah, and Nur Asyah. 2020. "Hubungan Komunikasi Orang Tua Dengan Perilaku Agresif Siswa Kelas VIII SMP Negeri 5 Simbar Simeulue." *Empathy: Guidance and Counseling Journal* 1(1):18–26
- Nazariah & Ika Sandra dewi. 2023. "Pengaruh Layanan Informasi Melalui Metode Reward and Punishment Terhadap Motivasi Belajar Siswa Selama Pembelajaran Online Kelas VII Di SMP RK Deli Murni Deli Tua." 3(2):47–53
- Dewi, I. S., & Fauzi, I. (2021, June). Layanan Informasi Dengan Metode Problem Solving Bagi Guru Dalam Meningkatkan Kesiapan Kerja Siswa. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian* (Vol. 4, No. 1, pp. 135-145).
- Lestari, N., & Syaimi, K. U. (2021, June). SOSIALISASI PENERAPAN MEDIA PEMBELAJARAN VIDEO BERBASIS POWER POINT DI ERA NEW NORMAL PADA GURU MTs. AL ITTIHADYAH. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL HASIL PENGABDIAN* (Vol. 4, No. 1, pp. 237-241).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. (2017) . *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suminar, E. 2015. Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia*. Vol. 4 (2): 145-152.
- Syarifuddin, M. 2016. Analisis tentang Aktivitas Buruh Tani dalam Memenuhi Kebutuhan Pokok di Kelurahan Bukuan Kecamatan Palaran Kota Samarinda. *eJournal Sosiatri-Sosiologi*. Vol. 4 (3): 98-112