

JURIS CIVITAS: JURNAL HUKUM DAN KEWARGANEGARAAN

Volume xx Nomor xx 202x

E-ISSN: xxxx-xxxx

<https://jurnalbundaratu.org/journal/index.php/jcivitas>

[Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](#)

Literasi Digital dan Kesadaran Konsumen Generasi Z: Perspektif Kewarganegaraan di Era E-Commerce TikTok

Fadhila Reyhan Talitha¹, Iswadi²

^{1,2,3} Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul, Bekasi, Indonesia

*Corresponding author: fadhilareyhan@student.esaunggul.ac.id

Abstrak

Perkembangan e-commerce yang terintegrasi dengan media sosial seperti TikTok telah membawa perubahan dalam perilaku konsumsi, khususnya pada Generasi Z. Penelitian ini mengkaji keterkaitan antara literasi digital dan kesadaran konsumen dari perspektif kewarganegaraan digital. Generasi Z sebagai warga negara digital memiliki hak dan tanggung jawab untuk bersikap bijak dalam mengakses dan memanfaatkan platform digital. Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi pustaka dan observasi digital. Hasil menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital berdampak pada meningkatnya perilaku konsumtif impulsif. Maka, penting adanya pendidikan literasi digital yang terintegrasi dengan nilai-nilai Pancasila untuk membentuk konsumen yang kritis, etis, dan bertanggung jawab.

Kata Kunci: Tinjauan literatur, Generasi Z, Perilaku Konsumtif, TiktokShop, E-commerce.

Abstract

The rise of e-commerce integrated with social media platforms such as TikTok has significantly transformed consumer behavior, especially among Generation Z. This study examines the correlation between digital literacy and consumer awareness from the perspective of digital citizenship. As digital citizens, Generation Z holds the right and responsibility to utilize digital platforms wisely. This article employs a qualitative descriptive method through literature review and digital observation. The findings indicate that a low level of digital literacy contributes to increased impulsive consumer behavior. Therefore, it is crucial to implement digital literacy education that integrates Pancasila values to develop critical, ethical, and responsible consumers.

Keywords: Literature Review, Generation Z, Consumptive Behavior, TikTok Shop, E-commerce..

1. PENDAHULUAN

Revolusi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya adalah pola konsumsi masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir, platform media sosial yang juga berfungsi sebagai e-commerce, seperti TikTok Shop, telah merevolusi cara konsumen, khususnya Generasi Z, berinteraksi dengan produk dan layanan. TikTok tidak lagi hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga telah menjadi ruang komersial yang memengaruhi keputusan pembelian secara masif dan sistematis. Fenomena ini membuka peluang sekaligus tantangan dalam dunia pendidikan, ekonomi, dan kebudayaan.

Generasi Z, yang lahir di era digital, menunjukkan ketergantungan tinggi pada teknologi dalam hampir semua aspek kehidupannya. Mereka mengakses informasi, membentuk identitas, serta melakukan transaksi ekonomi melalui platform digital. Dalam konteks ini, muncul urgensi untuk mengkaji sejauh mana kemampuan literasi digital mereka, terutama dalam menghadapi berbagai strategi pemasaran yang manipulatif, algoritma personalisasi, dan pengaruh influencer di TikTok. Literasi digital tidak hanya berarti kemampuan menggunakan teknologi, tetapi mencakup pemahaman kritis terhadap konten yang

dikonsumsi, serta kesadaran akan hak dan kewajiban sebagai warga negara di ruang digital.

Dalam konteks Pendidikan Kewarganegaraan (PKN), kewarganegaraan digital merupakan konsep penting yang menekankan nilai-nilai demokrasi, keadilan sosial, dan tanggung jawab moral dalam interaksi digital. Hal ini mencakup aspek etika, empati, partisipasi aktif, serta kesadaran akan dampak dari perilaku digital terhadap masyarakat luas. Oleh karena itu, perilaku konsumtif yang tidak dikendalikan di TikTok Shop tidak hanya mencerminkan krisis dalam psikologi konsumen, tetapi juga menjadi indikator lemahnya internalisasi nilai-nilai kewarganegaraan dan Pancasila dalam diri generasi muda.

Penelitian ini penting karena menyajikan analisis kritis terhadap hubungan antara literasi digital dan kesadaran konsumen Generasi Z dalam konteks ruang digital yang semakin kompleks. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan kurikulum literasi digital berbasis nilai-nilai Pancasila, yang tidak hanya meningkatkan keterampilan teknologi, tetapi juga membentuk karakter warga negara digital yang cerdas, kritis, dan bertanggung jawab.

Lebih jauh lagi, dalam era digital yang mendefinisikan ulang batas antara ruang privat dan ruang publik, kesadaran konsumen tidak hanya berkaitan dengan perilaku pembelian tetapi juga menyangkut tanggung jawab sosial dalam konsumsi informasi dan barang. Generasi Z berada pada persimpangan antara kebebasan digital dan etika kewarganegaraan. Dengan daya beli yang tinggi dan keterpaparan terhadap teknologi sejak usia dini, mereka sangat rentan terhadap strategi pemasaran agresif yang memanfaatkan data pribadi dan psikologi pengguna. Oleh karena itu, pemahaman menyeluruh terhadap relasi antara literasi digital dan nilai-nilai PKN menjadi semakin penting dalam membentuk budaya digital yang sehat dan berkelanjutan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Digital

Literasi digital adalah kemampuan individu dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara kritis melalui teknologi digital (Ribble, 2011). Literasi ini meliputi aspek teknis, etis, dan kognitif dalam berinteraksi di ruang digital.

Konsumen Generasi Z dan Perilaku Belanja Digital

Generasi Z tumbuh dalam lingkungan serba digital, menjadikan mereka konsumen yang responsif terhadap tren, opini influencer, dan promosi berbasis algoritma. Menurut Aini et al. (2024) Generasi Z memiliki kecenderungan impulsif dalam membeli barang melalui TikTok Shop akibat paparan konten yang masif dan menarik.

Kewarganegaraan Digital dan Nilai PKN

Kewarganegaraan digital mencakup hak dan kewajiban warga negara dalam menggunakan teknologi informasi secara bertanggung jawab (Nasrullah, 2017) Pendidikan Kewarganegaraan berperan penting dalam membentuk warga digital yang kritis, toleran, dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan keadilan sosial sebagaimana tercantum dalam Pancasila.

3. METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami fenomena secara mendalam berdasarkan data yang diperoleh. Metode yang digunakan mencakup studi pustaka dan observasi digital, sehingga memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman komprehensif baik dari perspektif teoritis maupun dari pengamatan langsung di ranah digital. Sumber data penelitian berasal dari

jurnal ilmiah terkini, buku referensi akademik yang relevan, serta hasil analisis fenomena konsumsi Generasi Z di platform TikTok Shop. Melalui kombinasi sumber tersebut, penelitian ini berupaya membangun kerangka konseptual yang solid dan sesuai dengan konteks kajian. Proses analisis data dilakukan dengan cara mengkaji hubungan antar konsep, mengidentifikasi pola yang muncul, serta menilai relevansi temuan tersebut dalam konteks kewarganegaraan digital, sehingga menghasilkan pemahaman yang tidak hanya bersifat teoritis tetapi juga aplikatif dalam kehidupan digital generasi muda.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Rendahnya Literasi Digital Meningkatkan Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil observasi, sebagian besar pengguna TikTok Shop melakukan pembelian karena terpengaruh oleh konten viral, diskon dadakan, atau rekomendasi influencer, bukan karena kebutuhan riil. Hal ini menunjukkan rendahnya kemampuan kritis dalam menyaring informasi digital. Studi oleh Maimunah & Suryanti (2024) juga menunjukkan bahwa mahasiswa yang sering menonton live TikTok cenderung melakukan pembelian impulsif karena terpapar promosi berulang dari figur publik.

Kurangnya Kesadaran Kewargaan di Ruang Digital

Studi Charles & Immanuel (2025) menunjukkan bahwa tekanan sosial dan keinginan tampil eksis di media digital memperkuat perilaku konsumtif di kalangan Gen Z, terutama saat dipicu oleh promosi TikTok Shop. Sebagai warga digital, Generasi Z seringkali abai terhadap etika konsumsi dan tanggung jawab sosial. Mereka jarang mempertimbangkan dampak lingkungan, keberlanjutan, atau dampak ekonomi lokal dari konsumsi berlebih. Contoh kasus nyata terjadi saat promo besar TikTok Shop pada awal 2024 yang menyebabkan lonjakan transaksi dan kelangkaan stok pada beberapa UMKM lokal, yang akhirnya merugikan distribusi pasar tradisional.

Integrasi Nilai PKN dan Literasi Digital

Nilai-nilai seperti keadilan sosial (Sila ke-5) dan kemanusiaan yang adil dan beradab (Sila ke-2) perlu diintegrasikan dalam pendidikan literasi digital. Studi oleh Nurmalasari et al. (2025) menyarankan pendekatan pembelajaran literasi digital yang menggabungkan prinsip etika digital dan refleksi nilai-nilai Pancasila, seperti keadilan dan tanggung jawab. Dengan memahami nilai-nilai ini, konsumen muda akan lebih bijak dalam bertransaksi dan tidak mudah terjebak dalam budaya konsumtif.

Literasi digital juga dapat dipahami melalui pendekatan psikologis seperti Theory of Planned Behavior dan Technology Acceptance Model, yang menjelaskan bagaimana persepsi kemudahan penggunaan dan norma sosial memengaruhi intensi membeli. Konten live streaming, fitur interaktif, dan personalisasi algoritma TikTok menciptakan kondisi yang mendorong impulsive buying.

Tambahan dari studi kasus: Salah satu fenomena viral yang memperkuat budaya konsumtif di TikTok Shop adalah tren "keranjang kuning", di mana pengguna menunjukkan barang-barang yang mereka beli secara impulsif dari TikTok Shop kepada audiens mereka. Video-video ini mendorong sikap konsumtif di kalangan remaja dan dewasa muda lainnya yang ikut tertarik membeli barang serupa hanya karena ingin merasa terkoneksi atau mengikuti tren. Fenomena ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya dimotori oleh iklan resmi, tetapi juga oleh konten buatan pengguna (user generated content) yang secara tidak langsung membentuk norma sosial digital baru.

Dengan meningkatnya pengaruh sosial dalam pembentukan keputusan pembelian, pendidikan kewarganegaraan digital harus mengajarkan kemampuan evaluasi kritis, empati terhadap dampak sosial konsumsi, serta pembentukan identitas digital yang sehat.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Literasi digital memiliki peran krusial dalam membentuk kesadaran konsumen yang bertanggung jawab di tengah pesatnya perkembangan e-commerce. Generasi Z, sebagai kelompok yang paling aktif berinteraksi di ruang digital, memerlukan pembekalan pendidikan yang tidak hanya menekankan keterampilan teknis, tetapi juga menanamkan nilai-nilai kebangsaan, etika kewargaan, dan kesadaran kritis terhadap perilaku konsumsi. Integrasi antara Pendidikan Kewarganegaraan (PKN) dan literasi digital menjadi strategi yang relevan untuk mencetak masyarakat digital yang cerdas secara informasi, adil dalam bersikap, dan beradab dalam interaksi online. Peningkatan literasi digital berbasis PKN dapat menjadi langkah preventif untuk mengurangi perilaku konsumtif berlebihan, menumbuhkan kebiasaan berbelanja secara bijak, serta mempersiapkan generasi muda agar mampu berperan sebagai konsumen cerdas sekaligus warga digital yang aktif, kritis, dan bertanggung jawab. Untuk mewujudkan hal tersebut, diperlukan integrasi literasi digital dalam kurikulum PKN di berbagai jenjang pendidikan, pelaksanaan program edukasi publik yang membahas etika dan keamanan digital, kolaborasi antara dunia pendidikan, pelaku industri e-commerce, serta komunitas digital, pendampingan berkelanjutan untuk membentuk literasi kritis, dan penelitian lanjutan guna mengukur efektivitas penerapannya di berbagai konteks sosial-budaya.

6. DAFTAR RUJUKAN

- Aini, N. F., Safitri, D., & Sujarwo. (2024). Perilaku konsumtif gen Z dalam kehadiran tiktok shop (gen Z consumptive behavior in the presence of the tiktok shop). *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1(2), 878–888. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Ajzen, I. (1991). Perilaku organisasi dan proses pengambilan keputusan manusia. *Jurnal Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Charles, C. E., & Immanuel, D. M. (2025). Shopping behavior : the impact on (with a gender perspective). *Jurnal aplikasi manajemen*, 23(1), 134–157. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/8821/2066>
- Davis, F. D. (1989). Kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, dan penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. *MIS Quarterly*, 13(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- Dimock, M. (2019). Mendefinisikan generasi: di mana generasi milenial berakhir dan generasi Z dimulai. *Pew Reseach Center*. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Maimunah, S., & Suryanti, N. (2024). Pengaruh tiktok shop, uang saku dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi tiktok pada mahasiswa fakultas keguruan dan ilmu pendidikan Universitas Islam Riau. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 8(3). <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i3.28538>
- Nasrullah, R. (2017). *Komunikasi digital: teori dan penelitian media baru*. (Binarti (ed.)). Kencana Prenadamedia Group.

- Nurmalasari, M. R., Kumalasari, P. D., & Oktaviani, R. (2025). Ada pengaruh influencer marketing dan rating produk terhadap impulsive buying pengguna tiktok shop. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 11(1), 38–50. <https://doi.org/10.31869/me.v11i1.6283>
- Ribble, M. (2011). *Digital citizenship in schools: nine elements all students should know* (2 ed.). International Society for Technology in Education.