

Dalam pusaran dompet digital: Praktik konsumsi dompet digital di kalangan kaum muda kontemporer

Siti Umaiyah^{a,1*}^a Universitas Gadjah Mada, Bulaksumur, Caturtunggal, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55281, Indonesia¹ sitiumaiyah369@gmail.com

*Corresponding Author

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima: 15 Juli 2022

Direvisi: 2 Oktober 2022

Disetujui: 13 Oktober 2022

Tersedia Daring: 31 Oktober 2022

Kata Kunci:

Praktik Konsumsi

Dompet Digital

Kaum Muda Kontemporer

ABSTRAK

Sebagai salah satu kelompok sosial, kaum muda kontemporer mencoba menunjukkan identitas khas dan perbedaan mereka dengan kelompok lain di masyarakat. Salah satu caranya yakni melalui tindakan konsumsi. Dompet digital yang merupakan layanan yang memanfaatkan teknologi terkini turut digunakan untuk mengomunikasikan identitas tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menelisik lebih jauh mengenai praktik konsumsi dompet digital di kalangan kaum muda kontemporer. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, penelitian ini berusaha untuk membedah mengenai bagaimana kaum muda kontemporer memaknai konsumsi dompet digital dalam kehidupan sehari-hari. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi dengan mengambil sejumlah informan dari wilayah DI Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi dompet digital yang dilakukan oleh kaum muda kontemporer tidak sekadar diambil nilai gunanya, melainkan juga untuk mengomunikasikan identitas mereka, mencari pengalaman bersenang-senang, hingga digunakan untuk masuk ke dalam pergaulan sosial.

ABSTRACT

Keywords:

Consumption Practice

Digital Wallet

Contemporary Youth

As a social group, contemporary youth try to show their distinctive identity and differences from other groups in society. One way is through the act of consumption. Digital wallets or e-wallets, which are technology services are also used to communicate this identity. This study further investigates the practice of digital wallet consumption among contemporary youth. Using a qualitative method with a phenomenological approach, this study seeks to dissect how contemporary young people interpret digital wallet consumption in their daily lives. Data collection techniques were carried out through interviews and observations by taking several informants from the DI Yogyakarta region. The study results show that the consumption of digital wallets by contemporary youth is not only taken for its usefulness but also to communicate their identity, seek fun experiences, and be used to enter into social interactions.

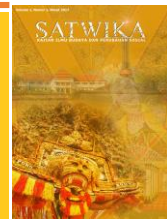
© 2022, Siti Umaiyah

This is an open access article under CC-BY license



How to Cite: Umaiyah, S. (2022). Dalam pusaran dompet digital: Praktik konsumsi dompet digital di kalangan kaum muda kontemporer. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, Vol 6 (2), 281-298, <https://doi.org/10.22219/satwika.v6i2.21780>





1. Pendahuluan

Berkembang pesatnya teknologi digital turut membawa perubahan di segala aspek kehidupan manusia. Termasuk pemanfaatan dompet digital dalam berbagai macam aktivitas sehari-hari. Tersedianya berbagai macam fitur yang bisa digunakan di berbagai macam transaksi dan aktivitas, dompet digital turut mendorong para penggunaannya meminimalisir membawa uang tunai ke mana-mana. Cukup klik melalui *handphone*, semua transaksi baik yang non tatap muka maupun yang tatap muka bisa dilakukan.

Dompet digital merupakan layanan sektor keuangan berbasis teknologi, yang membuat para penggunaannya tidak perlu lagi menggunakan uang tunai saat melakukan transaksi. Tidak hanya dirancang untuk bisa digunakan untuk penggunaan saat melakukan transaksi secara daring, seperti transfer, pembayaran di toko jual beli daring maupun layanan *on demand* berbasis aplikasi, namun dompet digital juga mampu menggabungkan antara layanan daring dengan layanan luring, seperti halnya pembayaran di rumah makan, swalayan, pasar, retribusi saat di tempat wisata, pembayaran parkir, dan lain sebagainya. Dompet digital di sini merupakan suatu layanan yang membuat para penggunaannya melayani dirinya sendiri melalui *handphone*. Selain itu, dompet digital juga memungkinkan seseorang untuk melakukan aktivitas konsumsi 24 jam. Hal ini bisa mendorong seseorang berbelanja lebih dari yang seharusnya.

Di Indonesia, kemunculan dompet digital salah satunya diawali dari hadirnya T-Cash pada 2007 yang dirilis oleh Telkomsel, yang kemudian disusul oleh Dompetku pada 2008 yang diluncurkan oleh Indosat yang kemudian pada 2012 XL Axiata juga meluncurkan produk serupa yang diberikan nama XL Tunia (MDI, 2018). Pada awal mula kehadirannya, fitur serta layanan yang ditawarkan masih sangat terbatas, seperti halnya untuk *top up* pulsa maupun data internet serta transfer uang. Seiring

berjalannya waktu, dompet digital ini bertransformasi dengan memperluas layanan pembayaran dan juga fitur-fitur yang ada di dalamnya. LinkAja misalnya, ketika kita masuk ke menu utama, kita akan dihadapkan pada fitur pengisian data atau pulsa, pembayaran listrik, pembelian *voucher* gim, pembayaran BPJS, pembayaran transportasi dan yang lainnya. Lalu, ketika kita klik menu lainnya, akan semakin banyak muncul fitur pembelian maupun pembayaran lainnya. Tidak berbeda jauh dengan LinkAja, pada menu utama OVO juga langsung dihadirkan fitur pembelian maupun pembayaran. Di sini pengguna juga diajak tidak hanya memiliki pengalaman membeli atau membayar saja, namun juga bersedekah melalui layanan virtual dan melakukan banyak transaksi lainnya.

Mengacu pada data [IDC InfoBrief \(2021\)](#), pada 2020 total pengguna dompet digital di Indonesia mencapai 74,9 juta. Angka tersebut diperkirakan akan bertambah 132,5 juta pengguna pada 2025 mendatang ([IDC InfoBrief, 2021](#)). Salah satu pengguna aktif dompet digital ini yakni dari kalangan generasi muda, khususnya kaum muda kontemporer yang tumbuh dan berkembang di era perkembangan teknologi. Hal ini salah satunya dapat dilihat dari kajian yang dilakukan oleh Ipsos Indonesia ([Ipsos.com, 2020](#)), yang menemukan jika dompet digital ini memang banyak digunakan oleh generasi muda, dengan puncak pengguna terbanyak pada usia 25-29 tahun serta volume *top up* mingguan masing-masing pengguna rata-rata sebesar Rp140.663. Lantaran memiliki kedekatan dengan teknologi terbaru ([Best & Kellner, 2003](#)). Mereka seakan tidak ingin ketinggalan setiap jengkal perkembangan teknologi di dalam segala aktivitasnya. Selain itu, dalam keseharian mereka aktif serta banyak menggunakan peralatan teknologi sebagai media baru. Lantaran dalam kesehariannya mereka dikelilingi oleh teknologi, maka mereka cenderung mengandalkan kecepatan dalam segala aktivitasnya. Mereka juga memiliki

keinginan dan kebutuhan multitasking dan juga menginginkan sesuatu yang instan, hal ini menjadikan mereka merasa kesulitan dan tidak nyaman tanpa adanya teknologi ([Istiana, 2016](#)).

Sebagai kelompok yang memiliki kecenderungan mengandalkan kecepatan, memiliki kebutuhan multitasking, kaum muda kontemporer dianggap sebagai salah satu segmen yang sangat cocok dengan karakteristik dompet digital, yang sejak awal dikampanyekan sebagai layanan yang memiliki keamanan, kecepatan serta kemudahan akses. Sehingga pemilik modal turut menjadikan mereka salah satu target pemasaran dompet digital. Selain dari sisi pemilik modal, dukungan negara juga turut menjadi faktor utama dalam pengembangan dan pemakaian dompet digital di kalangan kaum muda. Salah satu dukungan yang diberikan adalah menjadikan dompet digital sebagai salah satu metode penyaluran insentif program Kartu Prakerja. Di mana program pelatihan ini sendiri awalnya memang ditujukan dan diprioritaskan untuk pengangguran muda maupun pencari kerja muda, dan hingga kini mayoritas diikuti oleh kaum muda ([Detik.com, 2020](#)). Asisten Deputi Pasar Modal dan Lembaga Keuangan, Kemenko Bidang Perekonomian, Gede Edy Prasetya ([Merdeka.com, 2020](#)) mengatakan, untuk mendukung peningkatan inklusi keuangan nasional, pemerintah mulai mendorong masyarakat untuk beralih ke transaksi digital. Kaum muda sendiri akan mengisi inklusi keuangan tersebut, di mana menurutnya pengguna uang elektronik saat ini didominasi oleh kaum muda yang akrab dengan internet.

Pada sisi yang lain, di dalam industri budaya, utamanya budaya populer, kaum muda ini dianggap sebagai konsumen mayoritas, karena mereka menjadi salah satu subjek yang sangat mudah terpengaruh dengan terpaan budaya populer (Hollands, 2002 dalam [Aprilliani, 2019](#)). Mereka senantiasa mencoba untuk mengomunikasikan identitas khas mereka dan perbedaan mereka dari dan dalam oposisi terhadap kelompok sebaya, orangtua, serta

budaya dominan ([Storey, 2010](#)). Salah satu caranya yakni melalui tindakan konsumsi. Mereka seringkali melakukan konsumsi yang menyolok mata, di mana barang-barang konsumsi ini digunakan untuk menarik perbedaan. Dompet digital di sini turut digunakan kaum muda untuk mengomunikasikan identitas mereka.

Konsumsi dompet digital bagi kaum muda memungkinkan digunakan untuk memproduksi dirinya, baik secara kultural maupun secara psikologis yang bertujuan untuk menandai perbedaan maupun perbedaan dari anggota masyarakat yang lain. Di sini, dompet digital sebagai objek konsumsi tidak sekadar memiliki manfaat (nilai guna), maupun harga (nilai tukar), namun kini menandakan status, prestise, kekuasaan dan kehormatan (nilai tanda dan simbol) (Baudrillard dalam [Hidayat, 2021](#)). Benda-benda saat ini digunakan untuk menarik garis hubungan sosial serta dipakai sebagai komunikator. Kesenangan pada benda-benda hanya sebagian saja berhubungan dengan konsumsi fisik benda itu, di mana lebih jelas bahwa benda tersebut lebih digunakan untuk pemberi ciri.

Individu dalam budaya konsumen itu disadarkan bahwa dia tidak hanya berbicara dengan busananya, tetapi dengan rumahnya, perabotannya, dekorasi, mobil dan berbagai aktivitas lain yang harus dipahami dan diklarifikasikan dalam kaitannya dengan selera. Selera ini merujuk apa yang dikatakan oleh [Bourdieu \(1992; 2016\)](#) berfungsi sebagai tanda kelas. Melalui selera ini benda-benda yang digunakan seseorang diklasifikasikan dan dibedakan. Selera ini bukanlah sesuatu yang natural, dia dikonstruksikan secara sosial, dan merupakan suatu strategi dalam rangka memonopoli. Kemudian jika kita merujuk pada [Veblen \(2007\)](#), saat ini seseorang mengonsumsi suatu barang bukan lagi untuk memaksimalkan utilitas dasar, melainkan untuk memberi kesan kepada orang lain. Barang konsumen ini dijadikan sebagai penanda prestise dan status sosial. Jadi, konsumsi dompet digital ini bukan lagi untuk memuaskan kebutuhan, namun mereka

percaya bahwa dompet digital ini mampu menunjukkan jati diri mereka. Di mana mereka juga akan merasa lebih bisa mengikuti tren dan inovasi terbaru ketika mengonsumsi dompet digital.

Penelitian mengenai dompet digital maupun fenomena *cashless* bukan pertama kali dilakukan, sudah ada beberapa penelitian mengenai hal ini. Seperti yang dilakukan oleh [Hazbiyah & Wuryanta \(2020\)](#) yang mengaji mengenai bagaimana gaya hidup generasi milenial dengan hadirnya dompet digital, khususnya Gopay. Di dalam penelitiannya yang berjudul “Fenomena *Cashless* Pada Pembentukan Gaya Hidup Baru Generasi Milenial” ditemukan jika adanya *financial technology* mampu membentuk gaya hidup baru generasi milenial karena sifatnya yang praktis dan efisien. Hal ini membuat sebagian besar generasi milenial lebih memilih menggunakan uang elektronik sebagai metode pembayaran utama dibandingkan dengan menggunakan uang kartal. Lebih lanjut, [Hazbiyah dan Wuryanta \(2020\)](#) juga menemukan jika banyaknya manfaat yang diberikan oleh Gopay ternyata beririsan langsung dengan sifat konsumtif yang semakin menjadi-jadi. Gopay secara tidak langsung menjadikan penggunaannya menjadi lebih boros.

[Jati \(2015\)](#) menyoroti tentang mode konsumerisme baru kelas menengah dengan adanya uang elektronik. Dalam kajiannya yang berjudul “*Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia*”, Jati menemukan adanya transisi dari pemenuhan kebutuhan hidup kelas menengah Indonesia sejak adanya uang elektronik. Adanya pengejaran terhadap identitas dan gaya hidup lah yang menjadikan konsumsi kelas menengah Indonesia kini bersifat sekunder. Menurut Jati, penggunaan uang elektronik sebagai gaya hidup kelas menengah didukung dengan keberadaan *convenient store* yang buka selama 24 jam. Selain pencarian identitas, kesenggangan, dan kesenangan penggunaan uang elektronik di kalangan kelas menengah melalui kegiatan nongkrong di *convenient store* juga ingin

menegaskan adanya dominasi kelas menengah kota.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hazbiyah dan Jati, [Aulia \(2020\)](#) menyoroti tentang pola perilaku konsumen dalam melakukan pembayaran digital dalam transaksi jual beli. Dalam kajiannya yang berjudul “Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital”, Aulia menemukan bahwa dompet digital telah membentuk masyarakat baru di era Covid-19, yaitu *cashless society* yang menggantungkan moda pembayaran mereka pada pembayaran elektronik melalui dompet digital. Menurut penelitian Aulia, dengan dompet digital ini, mereka tidak perlu lagi melakukan jual-beli secara tradisional, seperti harus pergi ke pasar atau pusat perbelanjaan. Kemudian Aulia juga menemukan bahwa pandemi telah mengembangkan *adaptive shopper* yang bebas dalam berbelanja meskipun menumbuhkan sifat konsumerisme, karena terlalu mudah mengakses informasi iklan secara daring untuk melihat produk-produk yang diinginkan melalui internet.

Dari kajian tersebut, peneliti melihat belum ada yang mengkaji dompet digital dengan menggunakan perspektif praktik konsumsi para pengguna dompet digital. Penelitian saya berfokus pada kajian praktik konsumsi dompet digital yang dilakukan kaum muda kontemporer. Bersandar pada pertanyaan mengenai mengapa kaum muda kontemporer melakukan praktik konsumsi dompet digital dan bagaimana praktik konsumsi dompet digital yang dilakukan kaum muda kontemporer. Penelitian ini menggali lebih jauh mengenai aspek yang mendorong kaum muda melakukan praktik konsumsi dompet digital sekaligus menelisik lebih jauh mengenai bagaimana kaum muda kontemporer memaknai penggunaan dompet digital dalam kehidupan sehari-hari.

2. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan tujuan menemukan serta menggambarkan mengenai fenomena secara naratif. Pendekatan fenomenologi dipilih

untuk mengungkapkan mengenai makna dari pengalaman seseorang, di mana makna yang dialami ini akan sangat bergantung pada bagaimana orang berhubungan dengan sesuatu itu (Edgar & Sedgwick, 1999). Merujuk Creswell (1998), pendekatan fenomenologi berupaya menjelaskan fenomena dan maknanya bagi individu. Lalu, hasil temuan yang didapatkan kemudian dihubungkan dengan prinsip-prinsip filosofis fenomenologi. Kemudian, studi ini akan diakhiri dengan esensi dari makna.

Untuk mendapatkan data, peneliti melakukan wawancara dan observasi. Informan sdbatasi dengan memilih tujuh informan dari DI Yogyakarta, dengan asumsi bahwa DI Yogyakarta merupakan salah satu provinsi yang memiliki kemudahan akses dalam menggunakan dompet digital, di mana saat ini sudah banyak tempat usaha, pariwisata, swalayan, pasar tradisional, maupun lokasi lain di DI Yogyakarta yang menawarkan transaksi menggunakan dompet digital. Selain itu, akses terhadap layanan *on demand* berbasis aplikasi maupun toko *online* juga sangat mudah dilakukan di DI Yogyakarta. Selain itu, DI Yogyakarta juga merupakan salah satu provinsi dengan pengguna dompet digital terbanyak di Indonesia (Kusumawardhani, 2021).

Adapun dalam pemilihan informan, yakni dengan sejumlah kriteria meliputi: aktif menggunakan dompet digital dalam satu tahun terakhir serta memiliki lebih dari satu dompet digital. Kriteria ini dipilih lantaran peneliti berasumsi bahwa mereka sudah terbiasa menggunakan dompet digital dan memiliki pertimbangan tersendiri saat memilih transaksi menggunakan salah satu dompet digital. Lalu, kriteria lain yakni saya memilih informan yang sudah bekerja, dengan asumsi bahwa mereka telah memiliki pendapatan tersendiri dan bisa mengatur keuangan secara mandiri. Adapun ke-7 orang yang masuk dalam kriteria dan bersedia untuk menjadi informan pada tabel 1.

Tabel 1. Daftar informan

No	Nama	Usia	Pekerjaan	Jumlah Dompet
----	------	------	-----------	---------------

				Digital
1	Viecontia	27	Presenter Televisi	4
2	Sevtia	24	Redaktur Media Cetak	5
3	Esa	25	Social Media Strategis di Agensi	3
4	Dian	27	Wartawan Media Cetak	3
5	Niha	27	Ilustrator Buku	4
6	Umi	24	Produser Televisi	4
7	Latifa	26	Aparatus Sipil Negara	3

Setelah data-data yang telah didapatkan dari observasi dan wawancara terkumpul, kemudian peneliti merapikan dengan cara menyeleksi dan mengkategorikan data temuan sesuai dengan topik masing-masing. Selanjutnya, peneliti mulai menyajikan data-data dan melakukan intepretasi. teliti. Setelah intepretasi dilakukan, pada tahap selanjutnya dilakukan penarikan kesimpulan dan refleksi dari penelitian yang telah dilakukan.

3. Hasil dan Pembahasan

Kaum muda kontemporer menjadi salah satu pengguna aktif dompet digital. Rata-rata mereka mengonsumsi dompet digital 10 hingga 15 kali dalam satu bulan. Bahkan, ada juga yang setiap hari secara aktif mengonsumsi. Memiliki kedekatan dengan teknologi (Best & Kellner, 2003), hal tersebut membuat mereka terbiasa dengan sesuatu yang cepat dalam melalui aktivitas kesehariannya. Sehingga faktor kecepatan itu juga yang juga menjadi salah satu motif mereka mengonsumsi dompet digital. Berbeda dengan uang tunai, saat menggunakan dompet digital mereka bisa dengan cepat melakukan transaksi, cukup melakukan klik di menu yang ada di *handphone*. Sedangkan saat menggunakan uang tunai, hal tersebut dirasa lebih lamban. Di mana mereka terlebih dahulu harus menuju ke ATM untuk mengambilnya.

Belum lagi ketika bertransaksi, ketika mereka tidak menyiapkan uang pas, maka harus menunggu kembalian.

Saat ini, segala aktivitas dituntut untuk serba cepat, maka hal yang dianggap lamban akan mulai ditinggalkan. Seperti konsep dari [Virilio \(2007\)](#) bahwa saat ini segala sesuatu bergantung pada kecepatan, jika terlalu lambat maka dia akan benar-benar hancur di ujung tembakan. Begitu pun dengan uang tunai yang dirasa memiliki peluang untuk menunggu, maka juga kian terpinggirkan. Berbagai transaksi perlahan mulai banyak yang beralih menggunakan dompet digital.

Di sini, karena berbagai hal dituntut dan bergantung pada kecepatan dan bakat bergerak ([Virilio, 2006](#)), maka menunggu kian tidak mendapatkan ruang. Kecepatan dan keseketikaan menghapus jarak waktu dan menghilangkan jeda, penundaan, penantian dan kesabaran menunggu ([Piliang, 2019](#)). Begitu pun dengan uang tunai yang dirasa memiliki peluang untuk menunggu, maka juga kian terpinggirkan.

Sejak menggunakan dompet digital, sebagian kaum muda kontemporer mulai mengganti transaksi-transaksi uang tunai dengan dompet digital ketika memang disediakan fasilitas pendukungnya. Baik saat bertransaksi di toko--toko *online*, maupun *offline*. Di antara mereka juga mengaku ada yang sudah jarang ke ATM untuk mengambil uang, bahkan seringkali tidak membawa uang tunai sama sekali karena telah menggantungkan transaksi dengan menggunakan dompet digital. Senada dengan hal tersebut, Ipsos Indonesia ([Ipsos.com, 2020](#)) juga menemukan jika faktor kenyamanan menjadi salah satu motif seseorang mengonsumsi dompet digital. Kenyamanan tersebut meliputi tidak perlu membawa uang banyak, tidak perlu ambil uang tunai, tidak perlu membawa uang pas untuk membayar, tidak khawatir dengan kembalian, tidak perlu membawa kartu debit/kredit.

Lantaran sudah banyak aktivitas yang dilakukan dengan dompet digital, hal itu turut membentuk gaya hidup baru kaum muda kontemporer. Mereka menjadi nyaman

bepergian tanpa perlu membawa uang tunai di dalam dompetnya dan mengandalkan *handphone* yang di dalamnya ada aplikasi dompet digital sebagai moda utama pembayarannya ([Hazbiyah & Wuryanta, 2020](#)). Bahkan, mereka mengaku sudah tidak khawatir lagi ketika ketinggalan dompet asalkan ke mana-mana membawa *handphone* yang sudah ada aplikasi dompet digital di dalamnya.

Tidak hanya uang tunai yang dianggap lamban, keberadaan m-banking yang sebenarnya telah terlebih dahulu mereka gunakan cenderung terpinggirkan dan hanya digunakan untuk aktivitas tertentu. Bagi sebagian kaum muda kontemporer, m-banking kebanyakan hanya digunakan untuk menyimpan uang, transfer dan mengisi saldo dompet digital, sedangkan untuk dompet digital digunakan untuk memenuhi *lifestyle*. Meskipun saat ini m-banking juga sudah mulai bertransformasi dengan menyediakan sejumlah fitur tambahan, namun hal tersebut tetap tidak bisa mengungguli keberadaan dompet digital. Bagi mereka, meskipun ada sejumlah fitur yang tidak berbeda dengan dompet digital, namun tetap saja mereka lebih memilih menggunakan dompet digital daripada m-banking. Hal ini lantaran dompet digital tidak hanya menyediakan beragam fitur, namun juga mendukung kenikmatan mengonsumsi. Desain produk yang epik, beragam penawaran, info-info terbaru yang disediakan sebegitu rupa membuat konsumsi dompet digital menjadi menyenangkan.

Senada dengan hal tersebut, dari kajian Katadata Insight Center ([Katadata Insight Center, 2021](#)) menemukan jika dompet digital lebih banyak digunakan dibandingkan dengan produk keuangan lainnya. Seperti m-banking, ATM bank, rekening bank konvensional maupun digital. Bahkan, kaum muda juga cenderung sedikit yang memiliki m-banking maupun rekening bank dibandingkan dengan dompet digital. Sementara itu, dari kajian yang dilakukan oleh Xendit ([Xendit, 2021](#)) menemukan pada 2021 dompet digital menjadi pilihan utama bagi konsumen di Indonesia, menjadi payment method terbesar dengan angka 43%

dari seluruh *channel* pembayaran di Xendit. Sementara pembayaran menggunakan *virtual account* maupun kartu kredit menunjukkan penurunan yang cukup signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Bagi sebagian dari kaum muda kontemporer, m-banking tidak bisa memenuhi semua kebutuhannya layaknya dompet digital, terutama *lifestyle*. Sedangkan dompet digital, bisa digunakan untuk berbagai hal. Mulai dari membayar tagihan, memesan makanan, menggunakan ojek *online*, membayar tiket kereta dan lain sebagainya. Di sini, dapat dilihat bahwa dompet digital mampu menyatukan berbagai elemen dalam satu wadah. Semua aktivitas, termasuk di dalamnya aktivitas bersenang-senang seakan tersedia satu aplikasi. Layaknya mal yang menyediakan berbagai barang dari hampir semua tempat di dunia ([Ritzer, 1997](#)) dan menggabungkan antara belanja dan rekreasi, dompet digital juga menyediakan itu semua. Bagi kaum muda kontemporer yang memiliki kecenderungan sikap yang lebih aktif terhadap gaya hidup dan mengejar *stylisasi* kehidupan, fitur yang melimpah, transaksi yang cukup dilakukan melalui layar *handphone*, beragam tawaran promo, akses yang bisa dilakukan 24 jam memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Tidak hanya itu, desain produk yang epik, adanya beragam promo serta info-info yang menarik dan terus diperbaharui turut mendukung aktivitas bersenang-senang. Di sinilah menurut Baudrillard jantung dari konsumsi, yang mana tempat seperti mal merupakan pusat perbelanjaan super, belanja abadi, kekacauan kita, menyatukan semua dewa, atau setan, konsumsi (Baudrillard dalam [Ritzer, 1997](#)).

3.1 Menelisik awal mula penggunaan dompet digital

Praktik konsumsi dompet digital yang dilakukan oleh kaum muda kontemporer tidak terlepas dari kebiasaan dan keterampilan mereka dalam menggunakan teknologi dalam aktivitas sehari-hari. Bahkan sebagian dari mereka juga memulai

perkenalannya dengan dompet digital saat mengakses fasilitas yang disediakan oleh *platform* teknologi digital. Seperti halnya *platform* ojek *online* maupun toko jual beli *online*. Pada awal penggunaan dompet digital ini, dimaksudkan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, di mana dompet digital bekerjasama dengan layanan *on demand* berbasis aplikasi atau toko jual beli *online* seringkali memberikan promo berupa potongan harga maupun *cashback*. Selain keuntungan ekonomi, alasannya menggunakan dompet digital lantaran kemudahan serta kecepatan yang ditawarkan. Sehingga tidak perlu lagi menunggu kembalian ketika tidak memiliki uang pas.

Bagi mereka, akses pertama kali ke dompet digital bukanlah sesuatu yang sulit untuk dipelajari. Dalam sekejap mereka mampu untuk mengoperasikan dompet digital ini secara otodidak. Kemampuan yang terlihat otodidak tersebut merupakan hasil keterampilan yang menjadi tindakan praktis (tidak selalu disadari), yang kemudian diterjemahkan menjadi suatu kemampuan yang kelihatan alamiah ([Haryatmoko, 2016](#)). Kemampuan tersebut merupakan buah dari sejarah, di mana perlu diketahui bahwa dalam diri masing-masing orang, terdapat diri mereka kemarin, persona masa lalu mendominasi dalam diri seseorang. Hal tersebut tidak secara langsung dirasakan lantaran terlalu mengakar dalam diri. Mereka membentuk bagian bawah sadar seseorang ([Bourdieu, 1992](#)).

Menurut Sevtia, pada saat pertama kali mencoba mengakses dompet digital OVO, dirinya tidak membutuhkan waktu lama untuk mempelajarinya secara mandiri. Meskipun pengembang aplikasi OVO menyediakan sebuah gerai di mal-mal di masa awal peluncurannya, namun lantaran tidak memerlukan bantuan khusus, Sevtia mengaku cukup mencobanya secara mandiri. Dia pun mengaku sejak awal menggunakan hingga saat ini, tidak ada kendala yang berarti yang dialaminya.

“Gak ada kendala sih, soalnya gampang, gak yang ribet, ya sudah isi, top up, bayar,

scan, sudah. Selama ini gak pernah trouble.” (Wawancara 2022)

Tidak berbeda jauh dengan Sevtia, pengalaman mengakses pertama kali dompet digital hingga saat ini tidak menemui kendala yang berarti bagi Dian. Dian mengungkapkan, mempelajari penggunaan dompet digital tidaklah memerlukan keahlian khusus lantaran memang telah terbiasa mengakses aplikasi-aplikasi baru. Bahkan menurutnya, hingga saat ini dirinya tidak pernah mendapatkan kendala saat menggunakan dompet digital. Di sini, adanya habitus yang telah ditanamkan sebelumnya, turut membuat dirinya lebih bisa beradaptasi dengan hal baru yang tidak jauh berbeda dengan pengalaman mereka sebelumnya.

*“Selama ini gak pernah kena trouble.”
(Hasil Wawancara 2022)*

Kemudahan untuk bisa mengakses dompet digital ini memiliki latar belakang dan merupakan skema yang dihasilkan oleh sejarah. Yang mana pengalaman masa lalu tersimpan dalam bentuk persepsi, pemikiran dan tindakan ([Bourdieu, 1992](#)). Jika ditelisik, kehidupan masa SD mereka telah dihiasi dengan kehadiran *handphone* maupun komputer yang mana fasilitas ini tidak semua orang maupun anak-anak seusianya bisa mengaksesnya pada masa itu. Di sini, apa yang mereka dapatkan sejak kecil nantinya akan membuat mereka lebih siap dalam mengakses teknologi karena sudah terbiasa dengan apa yang mereka akses sebelumnya. Bagi Viecintia *handphone* dengan segala layanan di dalamnya bukan barang baru. Sejak duduk di kelas 4 SD, ayahnya sudah membelikannya *handphone* sebagai alat komunikasi. Meskipun pada masa itu *handphone* yang diberikan masih cenderung sederhana, namun dari sana dia sudah memiliki bekal untuk bisa menggunakan dan mengenal fasilitas yang ada di dalamnya.

*“Sejak SD, kelas 4 aku akses *handphone*, sudah di kasih *handphone* yang kecil, untuk SMS an sama orangtua. Kan Bapak kerjanya di Jogja, kan aku di Purwokerto,*

*jadi ya untuk hubungi Bapak. yang ngasih Bapak sendiri *handphone*-nya” (Hasil Wawancara 2022).*

Tidak berbeda jauh dengan pengalaman yang dialami Dian, pekerjaan Ayah Dian yang mengharuskan untuk pulang pergi lintas pulau membuat Dian juga cukup akrab dengan *handphone* saat masih kanak-kanak. Saat itu, dirinya masih berada di bangku SD, di mana *handphone* sendiri masih menjadi barang yang dihitung mewah dan belum semua orang memilikinya. Namun, meskipun *handphone* yang diberikan dipergunakan oleh seisi rumah, namun dirinya pun diperbolehkan untuk mengaksesnya untuk sekedar mengirimkan pesan singkat maupun menelepon Ayahnya.

*“SD sudah ada *handphone*, orangtua kan luar pulau. Jadi dulu sudah ada *handphone* yang masih ada antena, buat komunikasi sama Bapak. Aku ikutan pakai buat satu rumah, aku akses juga. Kelas 4-5 SD. Kalau dari orangtua memfasilitasi, karena kebutuhan.” (Hasil Wawancara 2022)*

Pengalaman dan kebiasaan mengakses *handphone* sejak masa kanak-kanak pun juga dirasakan oleh Niha. Ayahnya saat itu yang bekerja sebagai Kepala Desa, membuat keluarganya sudah memiliki *handphone* yang saat itu juga belum banyak yang memilikinya. Niha mengungkapkan, dari kecil dirinya sudah bisa mengakses *handphone* milik Ayahnya. Meskipun kadang dilakukan secara diam-diam, dirinya mengaku sudah sering menggunakan *handphone* saat masih SD untuk main gim maupun sekali-kali melakukan panggilan ke nomor yang tidak dikenal secara acak agar bisa mendengarkan *ringtone* atau sekedar iseng. Begitu pun dengan masa kanak-kanak Sevtia maupun Umi, yang juga telah mengenal *handphone* sejak duduk di bangku SD. Meskipun *handphone* tersebut milik Ayahnya, namun mereka berdua diijinkan untuk mengaksesnya, untuk sekedar mengirimkan pesan singkat, maupun untuk menelepon. Sementara itu, Latifa mengungkapkan, perkenalannya dengan

handphone sudah dimulai sejak dirinya berusia 6 tahun. Namun, sejak usia 3 tahun dirinya sudah terlebih dahulu tahu kamera dan di usia 5 tahun sudah mengenal komputer, di mana saat itu dirinya menjadi penulis cilik. Namun, baru di usia 13 tahun dirinya mulai dipegangi *handphone* secara pribadi.

Melalui pengenalan dengan perangkat teknologi, utamanya komunikasi dan informasi semenjak masih kanak-kanak ini membuat mereka sejak dini telah belajar menggunakan dan mengenal fasilitas dan layanan yang ada di dalamnya. Tidak berhenti di sana, pengenalan dan kesempatan sejak dini dalam mengakses teknologi ini kemudian dipraktikkan secara berulang-ulang dalam kehidupan sehari-hari mereka. Seiring dengan bertumbuhnya mereka dan berkembangnya teknologi, mereka pun senantiasa melakukan *update* perangkat komunikasi dan informasi. Bukan sekedar mengenal *handphone* yang masih sederhana di masa kanak-kanak, dari waktu ke waktu mereka melakukan *update* perangkat teknologi, baik perangkat keras maupun lunak. Di sini, keterampilan menggunakan fasilitas teknologi merupakan hasil dari proses panjang pencekokan individu, yang dimulai sejak kanak-kanak yang kemudian jadi semacam penginderaan kedua atau hakikat alamiah kedua (Bourdieu, 2016: xvi). Dijelaskan oleh Sevtia, sekedar tahu perkembangan teknologi merupakan sesuatu yang penting agar tidak tertinggal. Meskipun dalam penggunaannya dirinya akan kembali menyesuaikan dengan kebutuhan, namun paling tidak dirinya bisa merasa tidak ketinggalan. Hal serupa juga dikatakan oleh Viecintia, senantiasa melakukan *update* teknologi menjadi hal yang penting agar tidak tertinggal.

“Iya update, yang penting teknologi yang ada di handphone sesuai dengan yang sekarang kayak gimana.” (Hasil Wawancara 2022)

Kebiasaan mengakses teknologi dalam aktivitas sehari-hari ini mengendap dalam

aktivitas keseharian mereka. Ia telah menjadi kesadaran dan sikap yang tertanam dalam diri (Adib, 2012), yang kemudian diterjemahkan seperti kemampuan alami. Kemampuan tersebut lah yang juga membuat mereka lebih siap dalam mengakses teknologi terbaru. Tidak berhenti di situ, kemunculan internet pun seakan menambah keakraban mereka dengan perangkat teknologi dalam aktivitas keseharian mereka. Bahkan saat ini, kebiasaan untuk mengakses internet ini hampir dilakukan setiap saat. Mulai dari bangun tidur, bekerja, bersantai di waktu luang, hingga ketika mereka akan tidur kembali *handphone* seakan tidak ada di dekat mereka. Viecintia mengaku setiap saat dirinya seakan secara terus menerus menggunakan *handphone* untuk sekedar berseluncur di dunia maya, menghubungi orang lain, bekerja, maupun mencoba-coba aplikasi terbaru. Dirinya pun mengaku hanya akan melepaskan *handphone* dalam durasi yang agak lama ketika tidur maupun mengerjakan kerjaan kantor. Tidak berbeda jauh, Niha mengaku bisa dibilang ketika dirinya tidak sedang tidur maupun hal urgent lainnya, dirinya hampir selalu mengecek *handphone* setiap 10 menit. Sementara itu, Sevtia juga mengaku penggunaan *handphone*, utamanya internet ini juga dibutuhkannya hampir setiap saat. Mulai dari kerja, nongkrong, bersantai, bahkan saat makan pun dirinya juga membutuhkan *handphone* untuk sesekali mengecek pesan masuk maupun yang lainnya.

“Hampir 24 jam sepertinya, kecuali pas tidur, kerja saya juga pakai internet soalnya.” (Hasil Wawancara 2022)

Kita dapat melihat bahwa habitus bukan bawaan alamiah atau kodrat tetapi merupakan hasil pembelajaran lewat pengasuhan dan bersosialisasi dalam masyarakat. Pengetahuan dan pemahaman mereka tentang teknologi bukanlah bawaan alamiah, tetapi di sini merupakan pembelajaran yang didapatkan dari kanak-kanak yang kemudian secara terus-menerus dipupuk dalam aktivitas keseharian.

Pengetahuan dan pemahaman mengenai teknologi inilah yang membuat mereka lebih siap untuk bisa mengakses sesuatu yang baru yang disediakan maupun terhubung dengan perangkat *handphone*. Termasuk di sini aplikasi dompet digital yang membutuhkan perangkat *handphone* dan jaringan internet pada saat akan mengaksesnya. Di mana hal tersebut juga yang membuat mereka tidak mengalami kendala saat pertama mengakses dompet digital.

3.2 Konsumsi sebagai sarana menunjukkan eksistensi

Kaum muda kontemporer sendiri memaknai penggunaan dompet digital tidak hanya sebagai suatu obyek yang dikonsumsi untuk diambil nilai kegunaannya semata, melainkan juga nilai kemodernan yang ada di dalamnya. Jika merujuk pada pemikiran Baudrillard ([Hidayat, 2021:101](#)) individu saat ini melihat penggunaan barang konsumsi sebagai simbol status dan kekuasaan. Di mana hubungan sosial dibaca melalui sebuah sistem pertandaan yang dikomodifikasikan. Dompet digital yang dianggap lebih bisa mengikuti perkembangan jaman dibandingkan dengan uang tunai digunakan untuk menunjukkan eksistensi kaum muda di ruang sosial. Di mana keberadaan dompet digital mampu menaikkan gengsi dan merepresentasikan nilai sosial serta status penggunaannya.

Logika tersebut berperan penting bagi praktik konsumsi dompet digital Viecintia. Baginya, konsumsi dompet digital mampu menjadikannya merasa lebih modern dibandingkan mereka yang belum memanfaatkan peralatan digital. Perasaan tersebut muncul salah satunya ketika dirinya pulang ke kampung halamannya yang berada di Purwokerto. Yang mana, di sana belum banyak yang menggunakan dompet digital.

“Iya dong, misal kalau pulang ke kampung halaman, kamu ada dompet digital ini ndak? kalau gak ada, aduh ini kan sudah jaman digital. Aku merasa lebih modern saja.” (Hasil Wawancara 2022).

Tidak hanya ketika pulang ke kampung halamannya, saat nongkrong bersama teman-temannya, penting baginya untuk menjaga rasa percaya diri. Untuk mempertahankan rasa percaya diri tersebut, dirinya seringkali memilih membayar menggunakan dompet digital ketika memang ada fasilitas QR Code yang disediakan, dibandingkan dengan melakukan pembayaran menggunakan uang tunai. Viecintia pun mengaku tidak ingin dipandang ketinggalan jaman karena tidak memiliki dompet digital.

Sementara itu, bagi Dian yang dulunya sempat bekerja di Jakarta dan dipindah tugaskan ke Yogyakarta selama 3 tahun terakhir, merasa jika dompet digital akan tetap membuatnya merasa lebih modern, karena sebelumnya dirinya juga sempat tinggal di kota metropolitan. Dia percaya bahwa apa yang dikonsumsi juga akan menunjukkan jati dirinya. Di sini, dompet digital digunakan untuk menaikkan nilai diri di mata orang lain.

“Kayaknya ada perasaan seperti itu (lebih kekinian), karena kan milenial. merasa up to date. (Hasil Wawancara 2022)

Esa yang saat ini bekerja di sebuah agensi konten yang dalam kesehariannya banyak bergelut dengan peralatan teknologi digital, penting baginya untuk mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Dompet digital ini bisa digunakan untuk menaikkan gengsi lantaran dianggap bisa mengikuti perkembangan. Di sini, konsumsi dompet digital yang dilakukan bukan lagi untuk memaksimalkan utilitas dasar, namun juga untuk memberi kesan kepada orang lain (Veblen, 1899: 68-69). Melalui tanda yang tersemat dalam dompet digital, menghasilkan eksistensi di dalam sebuah dunia sosial.

“Kalau semisal mau ada spectrum yang lebih luas, gengsiku juga bisa naik, karena aku terlihat lebih bisa mengikuti jaman dibandingkan aku ke mana-mana pakai cash. (Hasil Wawancara 2022).

Selain dijadikan penanda prestise sosial, penting bagi kaum muda untuk menarik garis

perbedaan dengan kelompok sosial lainnya. Salah satu cara untuk membedakan diri dari kelompok lain yakni dengan melalui tindakan konsumsi ([Haryatmoko, 2015:](#)). Douglas dan Isherwood (dalam [Featherstone, 2008](#)) menjelaskan, kelas konsumsi didefinisikan dalam tiga kelompok benda, yakni kelompok benda baku (sektor primer seperti makanan), kelompok teknologi (sektor sekunder seperti peralatan untuk perjalanan dan peralatan dasar untuk konsumen), serta kelompok benda informasi (benda-benda informasi, pendidikan, seni budaya dan pencarian kesenangan). Pada struktur sosial yang lebih rendah, terbatas pada konsumsi benda baku. Sementara mereka yang berada pada struktur kelas konsumsi tertinggi mereka menggunakan benda-benda informasi. Merujuk pada hal tersebut, di sini dompet digital masuk dalam kelompok benda informasi, di mana penggunaannya masuk dalam struktur kelas konsumsi tertinggi.

Bagi Niha, yang ingin dipandang muda dan tidak ketinggalan jaman, penting baginya untuk mengonsumsi barang yang sesuai dengan karakteristik kaum muda kontemporer yang selalu up to date dengan teknologi terbaru. Di sini, ada semacam rasa ingin berbeda dengan keluarganya di rumah, yang belum banyak yang bisa mengakses dompet digital. Menurut Niha saat ini segala sesuatunya sudah berbentuk cashless, untuk itu sebagai kaum muda, dirinya pun merasa tidak ingin ketinggalan. Dompet digital sendiri dipandang sesuai dengan selera khas anak muda.

“Iya (lebih kekinian), dibandingkan dengan keluarga di rumah. Sekarang jamannya cashless. Modern dalam bentuk cashless. (Hasil Wawancara 2022)

Di sini, dompet digital ini turut digunakan kaum muda kontemporer untuk menarik garis perbedaan. Adanya selera ini mampu mengklarifikasikan dari mana dan dari kelompok mana kita berasal. [Bourdieu \(2016\)](#) mengatakan jika, subjek sosial, yang terklasifikasikan oleh klasifikasi mereka,

membedakan diri melalui perbedaan yang mereka ciptakan, antara indah atau buruk, yang terhormat dan yang tidak sopan, di mana posisi mereka dalam klasifikasi-klasifikasi objektif terekspresikan atau tersingkap secara tidak sengaja.

Jika dilihat, konsumsi nilai tanda terhadap dompet digital ini tidak terlepas dari kebiasaan dan bagaimana mereka mempersepsikan suatu produk keluaran terbaru. Bagi sebagian dari mereka, terkadang merasa tidak ingin ketinggalan dengan barang atau produk terbaru. Barang yang digunakan ini mampu merepresentasikan selera dan gaya hidup kelompok mereka di dalam ruang sosial. Menurut Viecintia, meskipun dirinya tidak ingin disebut latah dengan produk terbaru, namun perasaan tidak ingin ketinggalan tersebut ada. Dia menceritakan jika dirinya masuk dalam orang yang tidak ingin ketinggalan, namun di satu sisi dirinya juga tidak ingin memiliki produk yang dinilai pasaran. Untuk itu, dirinya akan tetap mengonsumsi produk tersebut dengan cara memberikan jeda beberapa saat agar tidak terlalu banyak yang menyamai.

“Semisal kayak baju, yang baru akan riskan banget dipakai semua orang. Jadi kayak gak eksklusif banget. Tapi kalau mau nunggu, kalau sudah gak terlalu tren kita baru beli, itu gak terlalu tertinggal. Jatuhnya malah pasaran (ketika beli saat sedang tren).” (Hasil Wawancara 2022)

Viecintia mengungkapkan, sebagai seorang yang juga bekerja di depan layar televisi, penting baginya untuk mengikuti tren yang ada. Dia berasumsi jika apa yang dia kenakan akan menunjukkan jati dirinya. Seperti halnya pakaian, sepatu, jam dan produk lain yang digunakan akan menunjukkan siapa dirinya dan dia akan merasa lebih percaya diri jika memang memakai sesuatu yang sesuai dengan dirinya.

“Iya dong, kayak model baju, aku akan pakai sesuai dengan apa yang aku suka. Misalnya aku lebih suka warna yang lebih monokrom, ya sudah aku akan

memperbanyak warna tersebut, dan aku akan percaya diri. Terus kayak pakai sepatu ya sesuai dengan yang kita pengen saja.” (Hasil Wawancara 2022)

Memiliki perasaan ingin meng-*update* barang keluaran terbaru dirasakan oleh Dian. Meskipun *update* produk ini hanya dilakukan pada merek-merek tertentu, namun dia tetap berkeyakinan jika produk yang dipakai ini akan menunjukkan siapa dirinya dan ingin dilihat seperti apa dirinya di hadapan orang lain. Baginya, ketika memang ada barang keluaran terbaru, dan dirinya menginginkannya, maka dia akan membelinya. Untuk bisa membeli produk tersebut pun dirinya tidak harus membuat alokasi terlebih dahulu maupun menunggu setiap gajian.

“Aku update beberapa toko doang. (Barang menunjukkan jati diri?) pasti, misalkan style saja, itu aku kayak gini. Beli buku Manga juga, aku merasa itu (Hasil Wawancara 2022)

Latifa juga mengaku jika barang yang digunakan menunjukkan jati dirinya. Di sini, barang yang dikenakan lebih diambil nilai tandanya dari pada kegunaannya. Merujuk pada pemikiran Baudrillard ([Hidayat, 2021](#)) bahwa nilai tanda sendiri merupakan nilai yang diberikan kepada suatu objek karena prestise yang diberikan kepada benda tersebut, dari pada nilai material dan manfaat yang diturunkan dari fungsi kegunaan utama objek tersebut. Di mana tanda yang disematkan tersebut akan berperan sebagai komunikator yang menunjukkan siapa dirinya dan dari mana dia berasal ([Featherstone, 2008](#)). Sementara itu Sevtia mengungkapkan jika dirinya tidak terlalu latah dengan tren yang ada, namun demikian dirinya turut memperhatikan sesuatu yang memang lagi naik daun. Untuk pilihan antara membeli atau tidak barang tersebut, dirinya akan menyesuaikan terlebih dahulu dengan kebutuhan maupun gaya hidupnya. Apabila memang sesuai dan dirinya membutuhkan, maka dirinya akan membelinya.

Dari sana dapat kita lihat jika kebiasaan mengonsumsi produk yang biasa dilakukan oleh kaum muda kontemporer ini turut membentuk praktik konsumsi dompet digital yang mereka lakukan. Dompet digital di sini dikonsumsi bukan hanya sebagai alat pembantu bagi keberlangsungan hidup, namun juga diambil nilai kemodernan yang dilekatkan di dalamnya. Karena merupakan produk dari teknologi terbaru, maka dia dikonsumsi karena kebaruannya, yang pada akhirnya bertujuan untuk membedakan diri dari kelompok lain. Seperti Viciencia yang merasa dompet digital akan membedakan dirinya dengan lingkungan sosialnya yang ada di kampung halamannya saat sedang pulang kampung maupun Dian yang ingin menciptakan perbedaan karena dia sempat tinggal di Jakarta. Selain itu, pernyataan Niha juga menegaskan jika dirinya ingin menjaga perbedaan dengan keluarganya yang belum banyak mengenal teknologi digital. Di sini, dapat dikatakan bahwa kaum muda kontemporer membedakan diri dengan kelompok lain agar tidak terlihat sama melalui tanda yang disematkan dalam dompet digital. Selain itu, dompet digital juga digunakan untuk meningkatkan nilai diri kaum muda kontemporer. Seperti Viciencia yang mengaku dompet digital membuatnya merasa lebih modern, maupun Esa yang menyatakan gengsinya akan naik dengan aktivitas konsumsi tersebut. Di sini terlihat ada kecenderungan kaum muda kontemporer mengartikulasikan identitas dan personalitas diri melalui dompet digital. Di mana pemakaian dompet digital akan menegaskan kebiasaan kelas mereka dan dengan demikian menyampaikan ide yang akurat mengenai status kelas mereka (Featherstone, 2008: 41).

3.3 Konsumsi sebagai sarana masuk ke pergaulan sosial

Tidak hanya untuk memberi kesan, konsumsi dompet digital menjadi salah satu sarana kaum muda kontemporer untuk bisa masuk ke pergaulan sosial. Kaum muda kontemporer memiliki kecenderungan sikap yang lebih aktif terhadap gaya hidup dan mengejar stylisasi kehidupan. Keinginan

untuk masuk ke dalam pergaulan sosial, tidak ingin dianggap aneh atau berbeda, tidak mengalami penolakan, bisa bertahan dan bahkan menunjukkan eksistensi diri dalam pergaulan membuat seseorang berupaya menjaga conformity-keselarasan (Ulfa, 2012). Dompot digital sendiri menjadi sarana bagi sebagian kaum muda kontemporer untuk masuk ke dalam pergaulan sosial.

Bagi sebagian kaum muda kontemporer, jaringan pertemanan mereka secara aktif mampu membuat mereka melakukan praktik konsumsi dompot digital. Kebiasaan-kebiasaan teman-temannya mampu membentuk pola konsumsi mereka sehari-hari. Diceritakan oleh Esa, bahwa pertama kali dia menggunakan dompot digital saat dia baru memasuki lingkungan kerja. Lantaran kebiasaan teman-temannya menggunakan dompot digital tersebut dengan begitu mudahnya dan tidak ingin merasa ketinggalan, dia pun mencoba mencari informasi ke teman-temannya mengenai bagaimana penggunaan dompot digital. Di sini, aktivitas konsumsi yang dilakukannya pada mulanya untuk menjaga nilai dirinya dan mengikuti ekspektasi orang di sekitarnya. Keputusan untuk mengonsumsi dompot digital sebagian didasarkan pada bagaimana orang luar melihat dirinya. Di sini, ada ketakutan tidak menjadi bagian dari teman sepergaulan tanpa memakai dompot digital. Esa pun pada akhirnya mulai mencoba-coba menggunakan dompot digital.

Seiring berjalannya waktu, Esa mengaku tetap mengonsumsi dompot digital lantaran teman-temannya semua menggunakan. Di sini muncul perasaan bahwa dirinya akan tertinggal jika tidak bisa mengonsumsi apa yang teman-teman lainnya konsumsi. Dompot digital merupakan produk yang sesuai dengan pergaulan sosialnya, yang selalu ingin dipandang kekinian. Seringkali, dirinya pun melakukan aktivitas konsumsi secara kolektif, dengan jajan menggunakan talangan dari salah satu orang. Kemudian, untuk membayar ke orang yang menalangi tersebut juga diharuskan dengan mengganti uang sesuai dengan dompot digital yang digunakan.

“(Teman) sangat mendorong penggunaan dompot digital, kayak teman-teman semua pakai. Terus kita kan kalau biasa jajan di kantor, ditalangin dulu sama orang lain, bayarnya kan kayak harus ngikutin. misal bayar pakai ShopeePay, ya sudah kita transfer ShopeePay. Jadi berpengaruh banget.” (Hasil Wawancara 2022)

Di sini dapat kita lihat bahwa seringkali seseorang berusaha untuk mengikuti arus pergaulan dan selalu takut dianggap tidak gaul, kuno, katro dan ndeso. Pendeknya, diri kita juga dibentuk di dalam proses sosial (Barker, 2016). Untuk bisa masuk ke dalam suatu pergaulan, seseorang pun harus memiliki modal, minimal pengetahuan tentang barang-barang konsumsi. Terlebih lagi ketika seseorang memiliki banyak pengalaman konsumtif, yang memiliki penguasaan tentang bagaimana penggunaan serta konsumsi secara tepat (Featherstone, 2008). Hal tersebut membuat nilai seseorang akan lebih meningkat di mata orang-orang sekitarnya (Ulfa, 2012).

Bagi Viecintia, jaringan pertemanannya juga sangat mendorong untuk terus mengonsumsi dompot digital. Seperti halnya dirinya akan makan siang bersama-sama dengan temannya dengan melakukan pesanan secara *online* dan menggunakan salah satu dompot digital milik salah satu temannya. Otomatis teman yang ikut memesan tersebut mau tidak mau juga harus mengganti dengan mengirim uang ke salah satu dompot digital yang sama. Tidak berbeda jauh, Niha pun memiliki pengalaman yang tidak berbeda jauh dengan Viecintia. Baik lingkungan kerja maupun jaringan pertemanannya sangat mendorong untuk terus mengonsumsi dompot digital. Niha mengatakan, rata-rata dari lingkaran pertemanannya banyak yang menggunakan dompot digital dan mereka saling mendukung ketika akan ada promo dompot digital dengan cara saling mengingatkan satu sama lain. Untuk itu, penting juga baginya untuk memiliki modal pengetahuan mengenai dompot digital serta menggunakan dompot digital secara tepat menjadi penting.

“Teman-teman kantor mempengaruhi. Dulu sering beli makanan online gara-garanya teman-teman kantor. Dulu Grab bisa dapat lebih murah kalau beli lebih banyak. Jadi semakin banyak beli makanan kita lebih minim mengeluarkan uang, jadi kita patungan. Selain itu, teman-teman di kantor kan juga pemburu diskon, jadi kadang saling mengingatkan. Ayo nanti jam 11 jangan sampai terlewatkan.” (Hasil Wawancara 2022)

Pengalaman yang hampir serupa juga dialami oleh Umi maupun Latifa. Mereka mengaku jika jaringan pertemanan mereka di tempat kerja maupun teman nongkrong sangat berpengaruh dalam penggunaan dompet digital. Seringkali mereka memang menggunakan dompet digital ini lantaran memang teman-temannya menggunakan dompet digital. Di sini dapat kita lihat bahwa dompet digital digunakan sebagai pembatas maupun sebagai penghubung yang menetapkan batas antara beberapa orang dan membangun jembatan hubungan dengan orang lain ([Featherstone, 2008](#)). Dengan melakukan aktivitas konsumsi kaum muda kontemporer yakin telah masuk dan dianggap diterima dalam pergaulan sosialnya. Hal ini karena di dalam dompet digital yang dikonsumsinya telah dilekatkan tanda-tanda sosial, tanda-tanda identitas, personalisasi diri dan sebagainya ([Ulfa, 2012](#)).

3.4 Konsumsi sebagai Sarana Mencari Kesenangan

Dompet digital yang bisa diakses dengan cepat dan mudah turut mendukung aktivitas bersenang-senang bagi kaum muda kontemporer. Akses yang bisa dilakukan di mana saja selama 24 jam ini juga turut memanjakan mereka. Sama halnya konsep mal yang sama sekali tidak peduli dengan perubahan musim, atau jalan kota yang bisa diakses tujuh hari seminggu, siang ataupun malam (Baudrillard, dalam [Ritzer, 1997](#)), dompet digital juga tidak mengenal pembatasan waktu, baik siang atau pun malam. Hal ini, turut menjadi sarana bagi kaum untuk mengaksesnya kapan saja dan di

mana saja. Terutama di waktu-waktu luang, baik setelah menyelesaikan pekerjaannya maupun saat libur bekerja. Bukan hanya akses 24 jam, dompet digital juga menghadirkan berbagai fitur maupun layanan yang hampir bisa menjangkau semua aktivitas. Bagi kaum muda kontemporer, mengonsumsi dompet digital di kala waktu luang merupakan sarana menghibur diri setelah lelah dari bekerja.

Bagi Latifa, mencari-cari sesuatu yang diinginkan maupun sekedar melihat-lihat produk ini menjadi salah satu cara untuk menghibur diri. Terutama di waktu luang, baik setelah bekerja maupun di hari libur. Hal ini penting baginya untuk melepaskan penat dari pekerjaannya. Kondisi ini juga tidak lepas dari suatu konstruksi bahwa kerja merupakan aktivitas yang menjenuhkan dan melelahkan, sehingga waktu luang adalah waktu untuk memulihkan tenaga yang di dalamnya bisa diisi dengan aktivitas bersenang-senang ([Aswandi, 2021](#)). Konsumsi di sini bukan pemenuhan kebutuhan yang sifatnya fisik atau biologis tapi juga pada aspek sosial budaya yang berkaitan dengan selera, identitas, dan gaya hidup seseorang ([Habibah, 2020](#)). Dompet digital yang memiliki beragam fitur dan bisa diakses kapan saja membuat pengguna bisa mendapatkan kesenangan setelah jenuh bekerja. Mereka bisa dengan leluasa menjelajahi berbagai fitur yang disediakan, mencari penawaran produk, hingga mengaksesnya sembari beristirahat. Hal yang penting di sini lebih diarahkan kepada konsumsi pengalaman. Bagi Latifa pemanfaatan waktu luang sekedar untuk mencari-cari barang merupakan hal yang menyenangkan.

Tidak berbeda jauh, Sevtia mengungkapkan, ketika ada waktu luang dirinya seringkali mencari-cari penawaran produk. Di sini, proses pencarian produk bukan semata untuk mendapatkan sesuatu yang dia inginkan, namun juga berkaitan dengan pencarian pengalaman untuk bersenang-senang. Adanya berbagai fitur yang ditawarkan, produk-produk yang ditampilkan dengan gambar epik, penawaran

potongan harga maupun cashback membuat aktivitas konsumsi menjadi menyenangkan. Layanan yang bisa diakses di mana saja dan kapan saja juga memungkinkan untuk diakses sepuasnya. Sevtia menjelaskan, pencarian produk sendiri akan lebih menyenangkan ketika ada tanggal cantik, yang di dalamnya banyak promo potongan harga. Hal tersebut akan menjadi kesenangan tersendiri dan dirinya pun terkadang tergoda untuk bertransaksi.

"Iya aku sering mencari-cari (saat waktu luang). Apalagi pas ada tanggal cantik, banyak potongan." (Hasil Wawancara 2022)

Esa pun juga merasakan hal yang sama. Menurut Esa, ketika dia sedang memiliki waktu luang, terkadang dia bingung harus melakukan kegiatan apa. Di saat itulah dirinya terkadang terpikir untuk mencari-cari sesuatu. Hal ini berbeda ketika dia sedang bekerja, maka seluruh pikirannya akan difokuskan hanya untuk menyelesaikan pekerjaan.

"Kalau semisal aku lagi kerja, aku akan mengesampingkan itu karena harus fokus kerja. Tapi kalau waktu luang, aku gak punya beban lain jadi kayak ya sudah aku belanja aja. (Hasil Wawancara 2022).

Waktu luang setelah selesai bekerja maupun sedang libur bekerja juga banyak digunakan oleh Dian untuk melakukan aktivitas belanja. Menurut Dian, ketika luang inilah dirinya akan mencoba untuk memanfaatkannya untuk berbelanja bulanan maupun membeli produk yang bisa digunakan untuk menyalurkan hobinya. Sementara itu, Umi mengungkapkan, ketika ada saldo di dompet digital dan dirinya sedang luang, maka dirinya terkadang mencari-cari sesuatu untuk dibeli. Karena kemudahan dompet digital tersebut, bisa saja membuatnya merasa lebih boros dan ingin membeli sesuatu.

"Kalau ada dompet digital aku tambah boros. Jadi kayak kepengen beli, kepengen beli, mumpung ShopeePay ku masih nih,

aku mau beli ini. Aku gak bisa di dalamnya ada saldo, makanya sudah aku rencanakan bulan ini aku ngisi ini cuma buat beli ini. Tapi kalau ada sisa." (Hasil Wawancara 2022)

Dari sana kita dapat melihat jika konsumsi yang ada lebih diarahkan pada pembuang-buangan, berlebih-lebihan serta mengacau (Featherstone, 2008). Konsumsi dompet digital yang dilakukan oleh kaum muda kontemporer bukan hanya pada aspek kebutuhan semata, namun juga pada aspek mencari kesenangan. Di mana seringkali kaum muda kontemporer mencari-cari penawaran produk saat waktu luang, yang tidak lain bukan hanya ditujukan untuk mendapatkan barang yang memang mereka butuhkan, namun pengalaman dalam mencari tersebutlah yang juga menyenangkan.

4. Kesimpulan

Konsumsi dompet digital bagi kaum muda merupakan salah satu cara untuk memproduksi dirinya sendiri, baik secara kultural maupun psikologis yang bertujuan untuk menandai pembeda maupun perbedaan dari anggota masyarakat yang lain. Di sini, dengan mengonsumsi dompet digital maka dianggap mampu merepresentasikan dari kelompok mana mereka berasal. Bagi mereka, barang yang dikenakan sesuai dengan selera kelompok mereka. Selain dijadikan untuk menarik garis perbedaan, dompet digital di sini juga dianggap mampu menaikkan nilai diri mereka di hadapan orang lain. Dengan memakai dompet digital, yang merupakan produk dari teknologi digital, mereka merasa akan lebih modern. Di sini, konsumsi dompet digital yang dilakukan bukan lagi untuk memaksimalkan utilitas dasar, namun juga untuk memberi kesan kepada orang lain.

Konsumsi dompet digital bagi kaum muda kontemporer juga merupakan sarana mengibur diri dari penatnya bekerja. Akses yang bisa dilakukan secara cepat, mudah, turut mendukung aktivitas dan bisa dilakukan di mana saja selama 24 jam turut memanjakan mereka. Terutama di waktu-

waktu luang, saat libur maupun pulang bekerja. Bagi mereka, mencari-cari maupun sekedar melihat-lihat produk ini menjadi salah satu cara untuk menghibur diri. Di sini, proses pencarian bukan semata ingin menemukan barang yang diinginkan, namun juga berkaitan dengan pencarian pengalaman untuk bersenang-senang. Adanya berbagai fitur yang ditawarkan, produk-produk yang ditampilkan dengan gambar epik, maupun *cashback* membuat aktivitas konsumsi menjadi menyenangkan. Layanan yang bisa diakses di mana saja dan kapan saja juga memungkinkan untuk diakses sepenuhnya.

5. Daftar Pustaka

- Adib, M., (2012). Agen dan Struktur dalam Pandangan Pierre Bourdieu. *Jurnal Biokultur*. Surabaya: Universitas Airlangga. Vol 1. No. 2. Hal 91-110. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-01%20Artikel%20AGEN%20DAN%20STRUKTUR%20DALAM%20PANDANGAN%20PIERE%20BOURDIEU%20Revisi%2020%20Okt%202012.pdf>
- Apriliani, V. D., Waloejo, H. D., & Hadi, S. P. (2022). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Susu Moeria Café di Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 180-187. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/34303/27855>
- Aswandi, A. (2021). Realita Komodifikasi Waktu Senggang. *Jurnal Ad-Dariyah* Vol 2 No 2 Tahun 2021. <https://moraref.kemenag.go.id/documents/article/99586320216665724>
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*. Jakarta: Universitas Tarumanegara. 12(2):311 <http://dx.doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Barker, C. (2004). *The Sage dictionary of cultural studies*. Sage.
- Best, S., & Kellner, D. (2003). Contemporary youth and the postmodern adventure. *The Review of Education, Pedagogy & Cultural Studies*, 25(2), 75-93. <https://eric.ed.gov/?q=stuttering%3a+a+review+of+research+findings+and+theories+cycle&pg=11078&id=EJ771256>
- Bourdieu, P. (1992). *The Logic of Practice*, Translated by Richard Nice. Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (2016). *Arena Produksi Kultural (terjemahan)*. Bantul: Kreasi Wacana Offset.
- Creswell, A., (1995). *Qualitative Inquiry: Choosing Among Five Traditions*. London: Sage Publications.
- Detik.com. (2020). Pengangguran Muda Jadi Prioritas Kartu Pra Kerja Ketimbang Korban PHK. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4944361/pengangguran-muda-jadi-prioritas-kartu-pra-kerja-ketimbang-korban-phk>. Diakses pada 4 April 2022 pukul 11.21 WIB.
- Edgar, A., & Sedgwick, P. (1999). *Cultural Theory: The Key Concepts*. London and New York.
- Featherstone, J. D. (2008). Dental caries: a dynamic disease process. *Australian dental journal*, 53(3), 286-291. <https://doi.org/10.1111/j.1834-7819.2008.00064.x>
- Habibah, D. N., (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Terhadap Pola Konsumsi Leisure Generasi Milenial Di Kota Tangerang. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta. <http://repository.unj.ac.id/10342/1/COVER.pdf>

- Haryatmoko, (2016). *Membongkar Rezim Kepastian: Pemikiran Kritis Post-Strukturalis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hazbiyah, S., & Wuryanta, E. W. (2020). Fenomena Cashless Pada Pembentukan Gaya Hidup Baru Generasi Milenial. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 24(2), 185-199. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2813671&val=25072&title=FENOMENA%20CASHLESS%20PADA%20PEMBENTUKAN%20GAYA%20HIDUP%20BARU%20GENERASI%20MILENIAL>
- Hidayat, M. A., (2021). *Jean Baudrillard dan Realitas Budaya Pascamodern*. Yogyakarta: Cantrik Pustaka.
- IDC InfoBrief and 2C2P. 2021. How Southeast Asia Buys and Pays: Driving New Business Value for Merchants. Riset IDC InfoBrief pada November 2021. IDC Financial Insight. https://go.2c2p.com/wp-content/uploads/2021/11/2C2P-IDC-InfoBrief_AP241267IB_Final_Small.pdf
- Ipsos Indonesia. (2020). Evolusi Industri Dompot Digital. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2020-02/ipsos_media_conferennce_-_e-wallet_-_id_0.pdf&ved=2ahUKEwiA0JHMtoT2AhXg7XMBHakzBT4QFnoECAQQAQ&usq=AOvVaw0nlUFbLaF0Sc7kWB75MC-X. Diakses 11 Desember 2021 pukul 19.30 WIB.
- Istiana, P., (2016). Gaya Belajar dan Perilaku Digital Native terhadap Teknologi Digital dan Perpustakaan. Prosiding Seminar Nasional. Bandung. https://www.researchgate.net/publication/323904394_Gaya_Belajar_dan_Perilaku_Digital_Native_terhadap_Teknologi_Digital_dan_Perpustakaan
- Jati, W. R., (2015). Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi* Vol 14 No 2, Agustus 2015. <http://dx.doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.2.1>
- Katadata Insight Center, Zigi.id, 2021. Perilaku Keuangan Generasi Y dan Z. Riset Katadata Insight Center dan Zigi.id pada 6-12 September 2021. Katadata Insight Center.
- Kusumawardhani, D. A., & Purnaningrum, E. (2021). Penyebaran pengguna digital wallet di indonesia berdasarkan google trends analytics. *INOVASI*, 17(2), 377-385. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI/article/view/8069/0>
- Merdeka.com. (2020). Pemerintah Harap Inklusi Keuangan RI Makin Meningkatkan Lewat Kartu Prakerja. <https://m.merdeka.com/uang/pemerintah-harap-inklusi-keuangan-ri-makin-meningkat-lewat-kartu-prakerja.html>. Diakses pada 2 Mei 2022 pukul 07.59 WIB.
- Mike, F., (2008). *Postmodernisme dan Budaya Konsumen* (terjemahan). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mitra Digital Innovation Ventures, Mandiri Sekuritas. (2018). *Mobile Payment in Indonesia: Race to Big Data Domination*. Jakarta: Mitra Digital Innovation Ventures dan Mandiri Sekuritas. <http://www.mdi.vc/mobilepaymentindonesia.pdf>
- Piliang, Y. A. (2019). *Imediacy dalam Teknokultur*. Disampaikan dalam Extension Course Filsafat dengan tema Slow Sofia: Against the Acceleration of Technoculture. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan.
- Rahmadi, P. & Santoso, B., (2020). *Habitus Petani Sawah Berlahan di Bawah 0,5*

- Hektar dalam Memenuhi Nafkah Keluarga. *Jurnal Resiprokal* Vol 2 No 1 Juni 2020. <https://doi.org/10.29303/resiprokal.v2i1.21>
- Ritzer, G., (1998). *The McDonalidization Thesis: Explorations and Extensions*. London: SAGE Publications.
- Siregar M., (2016). Teori Gado-gado Pierre Felix Bourdieu. *Jurnal Studi Kultural*. Bali: Universitas Udayana. Vol 1, No. 2 hal 84-87.
- Stephani, A. C., (2019). *Menjadi Anak Muda yang Modern dan Religius: JPCC Megachurch dan Praktik Konsumsi Kaum Muda Urban Kristen Jakarta*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada. <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/173255>
- Storey, J. (2010). *Cultural studies and the study of popular culture*. Edinburgh University Press.
- Ulfa, N. S., (2012). Konsumsi sebagai Penanda Kesejahteraan dan Stratifikasi Sosial (Dalam Bingkai Pemikiran Jean Baudrillard). *Jurnal Forum* Vol 40 No 1 2012. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/forum/article/view/3203>
- Veblen, T., (2007). *The Theory of the Leisure Class*: Edited with an Introduction and Noted by Martha Banta. New York: Oxford University Press.
- Virilio, P. (1996). *The Art of the Motor*: Translated by Julie Rose. London: University of Minnesota Press.
- Virilio, P. (2000). *Polar Inertia*: Translated by Patrick Camiller. London: Sage Publication.
- Virilio, P. (2006). *Speed and Politics*: Translated by Marc Polizzotti. New York: Semiotext(e).
- Xendit. (2021). Xendit Year-End Report 2021. Laporan akhir tahun 2021 Xendit. Xendit Confidential.