

E. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi orang tua kepada anak berperan penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif belanja *online* pada remaja. Berdasarkan *Family Communication Patterns Theory* (FCPT), komunikasi keluarga terdiri atas dua dimensi utama, yaitu *conversation orientation* dan *conformity orientation*, yang membentuk empat pola komunikasi, yaitu *Laissez-faire*, protektif, pluralistik, dan konsensual. Keempat pola tersebut menunjukkan perbedaan dalam cara orang tua memberikan arahan, menetapkan aturan, melakukan pengawasan, serta melibatkan anak dalam pengambilan keputusan terkait aktivitas belanja *online*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada pola *Laissez-faire*, orang tua cenderung memberikan kebebasan kepada anak dengan minimnya komunikasi, arahan, dan pengawasan terhadap aktivitas belanja *online*, sehingga pengaruh media sosial dan tren belanja menjadi lebih dominan. Pada pola protektif, orang tua lebih banyak mengendalikan perilaku konsumtif anak melalui aturan, pemberian izin, dan pengawasan yang ketat terhadap penggunaan uang serta aktivitas belanja *online*. Sementara itu, pada pola pluralistik, orang tua berperan sebagai pemberi masukan dan pendamping melalui komunikasi yang terbuka, tetapi tetap memberikan kepercayaan kepada anak untuk menentukan keputusan pembeliannya sendiri. Adapun pola konsensual menunjukkan pola komunikasi orang tua yang menggabungkan keterbukaan komunikasi dengan pemberian arahan, aturan, pengawasan, serta penanaman nilai keluarga, sehingga anak tetap diberikan kesempatan menyampaikan pendapat tetapi keputusan belanja tetap diarahkan berdasarkan pertimbangan kebutuhan, keinginan, dan kondisi keuangan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa cara orang tua berkomunikasi dengan anak memiliki peran dalam mengendalikan perilaku konsumtif belanja *online*. Komunikasi yang dilakukan melalui keterbukaan, pemberian arahan, pengawasan, serta penanaman nilai dapat membantu orang tua membimbing anak dalam membedakan kebutuhan dan keinginan, mempertimbangkan keputusan pembelian, serta membangun tanggung jawab dalam menggunakan uang. Dengan demikian, pola komunikasi orang tua

yang melibatkan dialog sekaligus memberikan batasan dan pendampingan menjadi bagian penting dalam upaya mengendalikan perilaku konsumtif belanja *online* pada remaja.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar orang tua lebih aktif membangun komunikasi yang terbuka dan konsisten dengan anak dalam aktivitas belanja *online*. Orang tua tidak hanya memberikan larangan atau aturan, tetapi juga perlu menjelaskan alasan di balik aturan tersebut, memberikan arahan mengenai perbedaan kebutuhan dan keinginan, serta melakukan pengawasan terhadap penggunaan uang dan aktivitas belanja anak. Pemberian kepercayaan juga perlu disertai pendampingan agar anak dapat belajar mengambil keputusan secara bertanggung jawab.

Bagi remaja, diharapkan dapat terbuka dalam berkomunikasi dengan orang tua mengenai aktivitas belanja *online* serta mempertimbangkan arahan dan nilai yang diberikan orang tua sebelum melakukan pembelian. Remaja juga diharapkan mampu mengelola keuangan secara bijak dan tidak mudah terpengaruh oleh tren maupun promosi yang dapat mendorong perilaku konsumtif.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan melibatkan *informant* yang lebih beragam serta mengkaji faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif belanja *online* pada remaja, seperti literasi keuangan, pengaruh teman sebaya, dan intensitas penggunaan media sosial. Penelitian selanjutnya juga dapat lebih mendalami bentuk komunikasi yang dilakukan orang tua dalam memberikan arahan, pengawasan, dan pendampingan kepada anak sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran komunikasi orang tua dalam mengendalikan perilaku konsumtif remaja.