

**PERILAKU KONSUMERISME PADA MAHASISWA
FIKOM UBHARA JAYA PECINTA *FASHION* DI
INSTAGRAM**

SKRIPSI

**Oleh:
Yoza Pratama Raja
201810415297**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

**PERILAKU KONSUMERISME PADA MAHASISWA
FIKOM UBHARA JAYA PECINTA *FASHION* DI
INSTAGRAM**

SKRIPSI

**Oleh:
Yoza Pratama Raja
201810415297**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Perilaku Konsumerisme Pada Mahasiswa Fikom
Ubhara Jaya Pecinta *Fashion Di Instagram*

Nama Mahasiswa : Yoza Pratama Raja

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415297

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 2 Februari 2023



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Perilaku Konsumerisme Pada Mahasiswa Fikom
Ubhara Jaya Pecinta *Fashion Di Instagram*
Nama Mahasiswa : Yoza Pratama Raja
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415297
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian : 2 Februari 2023

Jakarta, 9 Februari 2023

MENGESAHKAN,


Ketua Penguji : Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIDN. 0322038901
Penguji : Metha Madonna S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 0318087603
Sekretaris Penguji : Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si
NIDN. 0319059501



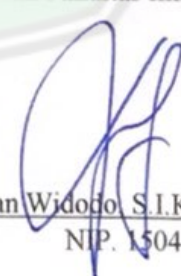
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIP. 2109527



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **“Perilaku Konsumerisme Pada Mahasiswa Fikom Ubhara Jaya Pecinta *Fashion Di Instagram*”**. Penelitian ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dicantumkan secara jelas dan sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 9 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Yoza Pratama Raja
201810415297

ABSTRAK

Yoza Pratama Raja 201810415297. Gaya hidup yang semakin modern mendorong terjadinya perubahan sosial di kalangan mahasiswa. Dengan penampilan yang sempurna (*Fashionable style*) dan layanan hiburan yang sempurna dapat mempengaruhi gaya hidup mahasiswa. Gaya hidup mahasiswa saat ini terlalu banyak mengikuti tren di masyarakat, kecenderungan untuk membeli produk baru dengan merek yang sedang populer merupakan salah satu ciri mahasiswa masa kini. Perilaku ini juga menjadi alasan perilaku konsumtif para siswa.

Untuk mengidentifikasi masalah tersebut, dilakukan pendekatan penelitian Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini, karena pada Penelitian ini memberikan data deskriptif Kebiasaan konsumsi mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Mengenai teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan Perilaku Konsumerisme yang dilakukan mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dapat dikatakan pola Konsumerisme dari segi kebutuhan hidup, namun pola konsumsi mahasiswa dapat dikatakan tahap awal pola konsumsi berlebihan atau dapat dikatakan perilaku Konsumerisme. Dari perilaku Konsumerisme yang dilakukan, mahasiswa terdorong untuk melakukan perilaku tersebut karena adanya faktor internal dan faktor eksternal.

Kata Kunci : Perilaku Konsumerisme, *Fashion*, Instagram, Gaya Hidup

ABSTRACT

Yoza Pratama Raja 201810415297. *An increasingly modern lifestyle encourages social change among students. With a perfect appearance (Fashionable style) and perfect entertainment services can influence student lifestyles. Today's student lifestyle follows too many trends in society, the tendency to buy new products with brands that are currently popular is one of the characteristics of today's students. This behavior is also the reason for the consumptive behavior of students.*

To identify these problems, a research approach was used. A qualitative approach was used in this study, because this study provided descriptive data on the consumption habits of Bhayangkara University students, Jakarta Raya. Regarding data collection techniques using in-depth interviews, observation and documentation.

This study draws the conclusion that consumer behavior by students at Bhayangkara Jakarta Raya University can be said to be a pattern of consumerism in terms of life necessities, but the consumption pattern of female students can be said to be the initial stage of excessive consumption patterns or can be said to be consumerism behavior. From the consumerism behavior that is carried out, students are motivated to carry out this behavior because of internal factors and external factors.

Keywords: *Consumerism Behavior, Fashion, Instagram, Lifestyle*

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT, atas tersusunnya penelitian ini. Yang berjudul "**Perilaku Konsumerisme Pada Mahasiswa Fikom Ubhara Jaya Pecinta Fashion Di Instagram**". Pada proses penyusunan penelitian ini, tentunya tidak akan selesai jika tidak adanya dukungan, do'a, serta bantuan dari pihak yang terlibat, saya selaku penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, yaitu bu Lastri, Bapak Amri yang selalu memberikan dukungan serta doa dalam menyelesaikan proposal skripsi ini. Pada kesempatan yang baik ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Metha Madonna, S.Sos, M.I.Kom. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran dan masukan yang sangat berarti dalam penyusunan proposal penelitian ini.

Saya selaku penulis sangat berharap penelitian ini bisa bermanfaat untuk semua orang. Tak lupa penulis memerlukan kritikan dan saran yang bersifat membangun untuk meningkatkan dan memperluas pemahaman bagi para pembaca penelitian ini.

Jakarta, 9 Februari 2023

Penulis,



Yoza Pratama Raja

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kerangka Teoritis	12
2.2.1 Teori Konsumerisme	12
2.2.2 Teori Media Baru (<i>Teori New Media</i>).....	13
2.2.3 Media Sosial	14
2.2.4 Penggunaan Media Sosial.....	18
2.2.5 Instagram	19
2.3 Konsumerisme	21
2.3.1 Pengertian Konsumerisme.....	21
2.3.2 Faktor Munculnya Konsumerisme	22
2.3.3 Perilaku Konsumerisme.....	23

2.3.4	Mahasiswa	24
2.4	Kerangka Berfikir	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		27
3.1	Paradigma Penelitian	27
3.2	Jenis Penelitian	28
3.3	Metode Penelitian	28
3.4	Subyek dan Obyek Penelitian.....	28
3.5	Sumber Data	29
3.6	Teknik Pengumpulan Data	30
3.7	Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		34
4.1	Hasil Penelitian.....	34
4.1.1	Gambaran Umum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.....	34
4.2	Gambaran Objek Penelitian Mahasiswa Fikom	35
4.3	Hasil Observasi dan Wawancara	36
4.3.1	Profil Informan	36
4.3.2	Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumerisme	37
4.3.3	Perilaku Konsumerisme Pada Produk <i>Fashion</i>	39
4.3.4	Indikator Perilaku Konsumerisme	40
4.3.5	Iklan dan Pemasaran di <i>Instagram</i>	42
4.3.6	Durasi dan Frekuensi Penggunaan Media Sosial Instagram	43
4.3.7	Dampak Negatif Perilaku Konsumtif	44
4.4	Pembahasan	45
4.4.1	Perilaku Berbelanja <i>Online</i> Pada Produk <i>Fashion</i>	46
4.4.2	Perilaku <i>Impulsive Buying</i> (Pembelian Impulsif).....	48
4.4.3	Perubahan Gaya Hidup.....	49
BAB V PENUTUP.....		51
5.1	Kesimpulan.....	51
5.2	Saran	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Peneliti Terdahulu	9
Tabel 4.1. Profil Informan.....	36



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Pengguna Instagram	2
Gambar 1.2. Delapan Negara Pengguna Instagram	2
Gambar 2.1. Kerangka Berfikir.....	26



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Biodata Mahasiswa
- LAMPIRAN 2 : Pedoman Wawancara
- LAMPIRAN 3 : Transkrip Wawancara Informan Fikom Mahasiswa
Bhayangkara Jakarta Raya
- LAMPIRAN 4 : Tabel Reduksi Data
- LAMPIRAN 5 : Bukti Dokumentasi
- LAMPIRAN 6 : Kartu Bimbingan
- LAMPIRAN 7 : Form Perbaikan

