

**MOTIVASI BELANJA *ONLINE FASHION SHOPEE*
PADA GENERASI Z PEREMPUAN DI DESA
JATIWANGI**

SKRIPSI

**Oleh:
Baruna Yogha Giantara
201810415080**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Motivasi Belanja *Online Fashion Shopee* pada
Generasi Z Perempuan Di Desa Jatiwangi

Nama Mahasiswa : Baruna Yogha Giantara

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415080

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 24 Januari 2024



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Motivasi Belanja Online Fashion Shopee*
pada Generasi Z Perempuan Di Desa Jatiwangi

Nama Mahasiswa : Baruna Yogha Giantara

Nomor Induk Mahasiswa : 201810415080

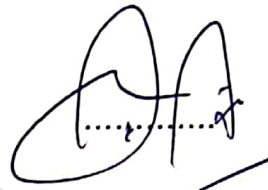
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 24 Januari 2024

Jakarta, 2 Februari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : **Saeful Mujab, S.Sos., M.Ikom**
NIDN. 0303108001



Penguji : **Dr. Dina Kristina, M.Si**
NIDN.0313088106

.....

Sekretaris Penguji : **Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si**
NIDN. 0319059501



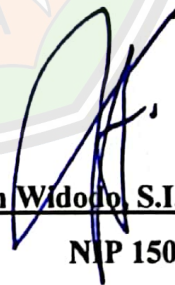
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si
NIP 2203551



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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul **Motivasi Belanja *Online Fashion Shopee* pada Generasi Z Perempuan Di Desa Jatiwangi.**

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali ada pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penelitian 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 dijadikan referensi melalui 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, 2 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



Baruna Yogha Giantara

NPM. 201810415080

ABSTRAK

Baruna Yogha Giantara. 201810415080. **Motivasi Belanja *Online Fashion Shopee* pada Generasi Z Perempuan Di Desa Jatiwangi**

Perdagangan *online* semakin populer di kalangan masyarakat Indonesia dimana cukup banyak perusahaan mampu menawarkan berbagai *platform* untuk menjadi pilihan dari mulai dalam negeri hingga luar negeri. Transaksi penjualan *online* yang juga semakin tumbuh juga berdampak terhadap pergerakan ekonomi di Indonesia. Belanja *online* merupakan proses dimana konsumen langsung membeli barang atau jasa dari penjual secara *real time*, tanpa perantara layanan, dan melalui internet. Jaman ini bisnis *online* sangatlah menjamur, berperan menjadi perantara antara penjual dan pembeli. Kini ada berbagai *platform* digital yang dapat menyediakan seperti *Shopee*. Saat ini konsumen dari generasi Z merupakan kelompok konsumen yang memiliki daya beli yang kuat dan merupakan grup konsumen potensial. Beberapa tahun terakhir para pemasar berfokus pada strategi pemasaran untuk milenial karena mereka sudah mulai bekerja, membangun rumah tangga dan semakin memiliki daya beli. Penelitian ini menggunakan teori Fenomenologi, yaitu motif tujuan (*In order to motive*) dan motif karena (*Because motive*) untuk memahami motivasi belanja *online fashion* di *shopee* pada generasi Z perempuan di desa jatiwangi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil Penelitian dari hasil wawancara bersama informan, peneliti menemukan bahwa motif tujuan (*In Order to motive*) yang mempengaruhi Generasi Z Perempuan Desa Jatiwangi belanja *online fashion* di *Shopee* di Toko *Lea Store* adalah karena *trend fashion* dan menghemat biaya dan estimasi waktu. Faktor motif sebab (*because of motive*) yang mempengaruhi Generasi Z Perempuan di Desa Jatiwangi belanja *online fashion* di *Shopee* di Toko *Lea Store* adalah karena *fashion* yang *up to date*, deskripsi produk yang jelas dan barang bisa di retur.

Kata Kunci : Motivasi, Belanja Online Fashion, Shopee

ABSTRACT

Baruna Yogha Giantara . 201810415080. Motivation for Online Fashion Shopping at Shopee for Generation Z Women in Jatiwangi Village. Online trading is increasingly popular among Indonesian people, where quite a number of companies are able to offer various platforms to choose from, from domestic to overseas. Online sales transactions, which are also growing, also have an impact on economic movements in Indonesia. Online shopping is a process where consumers directly buy goods or services from sellers in real time, without service intermediaries, and via the internet. Nowadays, online businesses are mushrooming, acting as intermediaries between sellers and buyers. Now there are various digital platforms that can provide this, such as Shopee. Currently, Generation Z consumers are a consumer group that has strong purchasing power and is a potential consumer group. In recent years, marketers have focused on marketing strategies for millennials because they have started working, building households and increasingly have purchasing power. This study uses Aferd Schutz's (1899) phenomenological theories, namely motives for purpose (in order to motive) and motives because (because motive) to understand the motivation for online fashion shopping at shopee in generation Z women in Jatiwangi village. This study uses a qualitative method. Research results from interviews with informants, researchers found that the In Order to motive that influences Generation Z women in Jatiwangi village to shop online for fashion at Shopee at the Lea Store is because of fashion trends and saving costs and time estimates. The reason factor (because of motive) that influences Generation Z women in Jatiwangi Village to shop online for fashion at Shopee at the Lea Store is because fashion is up to date, product descriptions are clear and goods can be returned

Keywords: Strategy, Promotion, Social Media, Instagram

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji serta syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis. Rasa terima kasih yang besar juga dituturkan bagi kedua orang tua yaitu Bapak. Gianto dan Ibu. Marniati beserta keluarga yang telah memberikan dukungan serta doa yang tiada hentinya bagi penulis. Begitu juga kepada para informan yang telah membantu jalannya penelitian ini.

Skripsi penelitian ini dilakukan sebagai bagian dari keseluruhan penelitian bagi mahasiswa untuk memenuhi syarat kelulusan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Motivasi Belanja Online Fashion Shopee pada Generasi Z Perempuan di Desa Jatiwangi**

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan serta arahan dari berbagai pihak oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu dalam menyusun penelitian ini, diantaranya :

1. Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr., Drs., H. Bambang Karsono, SH., MM., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Dr. Dina Kristina, M.Si selaku Pembimbing dalam penyusunan penelitian ini
5. Ghina Hafiz, Kenang Ramadan, Elvan Julian yang selalu memberikan dukungan serta semangat kepada penulis.
6. Teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2018 yang selalu memberikan dukungan selama penyusunan penelitian ini.
7. Dan para sahabat penulis dari keluarga besar Fikom A2 2018.

Penulis menyadari bahwa masih banyak sekali kekurangan dalam skripsi ini baik dari teknik penyajiannya dan isi materi yang diberikan, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Jakarta, 2 Februari 2024

Penulis,



Baruna Yogha Giantara
NPM.201810415080



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	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Konsep	11
2.3 Pengertian Media Baru (<i>New Media</i>)	11

2.3.1 Pembelanjaan <i>Online</i> (<i>Shopee Online</i>)	12
2.4 Gaya Hidup	14
2.5 Motivasi	15
2.6 Generasi Z	16
2.6.1 Konsumen Perempuan Generasi Z.....	16
2.7 Kerangka Teori	17
2.7.1 Teori Fenomenologi Alferd Schutz	17
2.8 Kerangka Berpikir	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Metodologi Penelitian	21
3.3 Informan Penelitian	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5 Teknik Analisa Data	25
3.6 Keabsahan Data	26
3.7 Waktu Dan Tempat Penelitian	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	28
4.1.1 Sejarah Shopee	28
4.1.2 Logo Shopee	29
4.1.3 Visi Dan Misi Shopee	29
4.1.4 Produk Dan Layanan Shopee	29
4.2 Profil Informan	30
4.3 Hasil Penelitian	31

4.3.1 Motivasi Belanja <i>Online Fashion</i> di <i>Shopee</i> pada Generasi Z	
Perempuan Desa Jatiwangi	31
4.4 Pembahasan	60
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Intensitas belanja <i>online</i> berdasarkan kelompok usia	3
Gambar 1.2 Anggaran dan Produk dalam pembelian <i>e-commerce</i>	4
Gambar 4.1 Logo Shopee.....	29



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2 : Surat Permohonan Pengambilan Data Penelitian

LAMPIRAN 3 : Transkrip wawancara, reduksi data

LAMPIRAN 4 : Dokumentasi Narasumber

LAMPIRAN 5 : Kartu Bimbingan

LAMPIRAN 6 : Form Perbaikan





DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	8
Tabel 3.1 Informan	23

