

PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

**(Studi pada Perilaku Belanja *Trend Fashion* 12 Mahasiswi Pilihan Akun
Instagram Unj.Cantik)**



Ninda Ayu Nurdiana

4825160474

**Skripsi ini ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

ABSTRAK

Ninda Ayu Nurdiana, *Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta, (Studi pada Perilaku Belanja Trend Fashion 12 Mahasiswi Pilihan Akun Instagram Unj.Cantik)* Skripsi, Jakarta: Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswi Universitas Negeri Jakarta dalam belanja *trend fashion*. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan mahasiswi pada akun Instagram Unj.Cantik Universitas Negeri Jakarta dalam berbelanja *trend fashion*. Serta untuk mendeskripsikan perspektif teori masyarakat konsumerisme dari Jean Baudrillard dalam melihat fenomena perilaku belanja *trend fashion* pada kalangan mahasiswi dalam akun Unj.Cantik Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Subjek penelitian adalah 12 mahasiswi dalam akun instagram Unj.Cantik. Lokasi penelitian berpusat di Universitas Negeri Jakarta Kampus A. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder. Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan terhitung dari bulan Januari 2020 hingga maret 2020.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswi di Universitas Negeri Jakarta termasuk dalam kategori tinggi yakni konsumsi negatif. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan intensitas belanja yang dilakukan oleh mahasiswi. Berdasarkan analisis teori masyarakat konsumsi dari Jean Baudrillard maka dapat disimpulkan bahwa konsumsi mahasiswi Universitas Negeri Jakarta terbagi menjadi tiga. *Pertama*, konsumsi sebagai simulasi yakni suatu ketertarikan mahasiswi pada suatu barang *trendy* yang dipakai oleh artis idola atau *selebgram* idolanya yang menyebabkan mahasiswi ingin mengonsumsi barang *trendy* tersebut. *Kedua*, konsumsi sebagai pembeda kelas sosial dapat terlihat dari adanya kegiatan belanja barang *branded* yang dilakukan oleh mahasiswi dari kalangan Unj.Cantik ini berbeda dengan mahasiswi biasanya. Pada kalangan Unj.Cantik ini para mahasiswi berbelanja atas dasar tidak ingin terlihat tertinggal *fashion*-nya serta mementingkan *prestise* sosial dengan kalangan yang bukan berasal dari Unj.Cantik. *Ketiga*, konsumsi sebagai simbol dan tanda merupakan suatu konsumsi yang dilakukan dengan mementingkan *brand* yang ada pada suatu barang. Seperti yang dilakukan oleh mahasiswi Unj.Cantik yang berbelanja atas dasar *brand* yang mahal dan mewah serta tidak mementingkan suatu komoditas pada barang tersebut.

Kata Kunci : Mahasiswi, Trend, Fashion, Konsumtif.

ABSTRACT

Ninda Ayu Nurdiana, Consumptive Behavior in Jakarta State University Students, (Study of Fashion Trend Shopping Behavior of 12 Students the choice Unj.Cantik Instagram account) Thesis, Jakarta: Sociology Study Program, Faculty of Social Sciences, University State of Jakarta, 2020.

This study was designed to describe the consumptive policies of research at Jakarta State University in fashion trends. In addition, this study also found out the reasons for Instagram accounts at Unj.Cantik Jakarta State University in the trend of purchasing goods with famous brands. How to describe the perspective of community theory from Jean Baudrillard in seeing the phenomenon of fashion shopping trends among plantations in the Unj.Cantik account of Jakarta State University.

This study uses a qualitative case study method. The research subject is 12 student at Unj.Cantik Instagram account. Location of research centered at Jakarta State University Campus A. Data collection techniques using primary and secondary data. This research was conducted for 3 months from January 2020 to 2020.

The results of this study found facts about consultation at Jakarta State University included in the high category which is negative consume. This can be seen on this page. Shopping done by female students. Based on the analysis of consumption theory theory from Jean Baudrillard, it can be concluded that the consumption of Jakarta State University is divided into three. First of all, use as an example of interest in a trendy item used by an idol artist or his idol celebrity that causes farmers to want to consume the trendy item. Secondly, consumption as a differentiator of social class can be seen from the presence of branded goods shopping activities carried out by farmers from the Unj. These beauties are different from ordinary farmers. In this Unj.Cantik class the ship ministers on the basis of not wanting to see its fashion and attach importance to social prestige with a class that is not obtained from Unj.Cantik. Third, consumption as a symbol and sign is a consumption that is carried out with the importance of the existing brand on an item. As conducted by Unj.Cantik who buys on the basis of expensive and luxury brands and does not prioritize a commodity on the goods.

Keywords: Students, Trends, Fashion, Consumptive.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : NINDA AYU NURDIANA
NIM : 4825160474
Fakultas/Prodi : ILMU SOSIAL / SOSIOLOGI
Alamat email : nindayun@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI DI UNIVERSITAS
NEGERI JAKARTA (Studi pada perilaku belanja trend fashion 12
mahasiswi pilihan akun instagram Unj. Cantik)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta

Penulis

(.....)
nama dan tanda tangan

LEMBAR ORISINALITAS



Program Studi Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi di Universitas Negeri Jakarta (Studi pada Perilaku Belanja *Trend Fashion* 12 Mahasiswi Pilihan Akun Instagram Unj.Cantik)” ini benar hasil karya sendiri dan telah mengikuti prosedur penulisan etika keilmuan. Apabila di kemudian hari ditemukan kesamaan atau unsur-unsur plagiat dalam skripsi ini, maka penulis sanggup menerima sanksi yang diberikan.

Jakarta, 20 Agustus 2020



Ninda Ayu Nurdiana



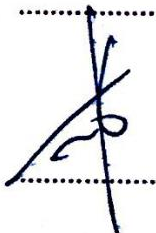


No. Reg 4825160474

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta



No.	Nama Dosen	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Umar Baihaqki, M.Si</u> NIP. 19830412 200812 1 002 Ketua Sidang		24/08/20
2.	<u>Prima Yustitia Nurul Islami, S.KPm., M.Si</u> NIP. 19890123 201903 2 017 Sekretaris Sidang		25/08/20
3.	<u>Abdul Rahman Hamid, SH., MH</u> NIP. 19740504 200501 1 002 Penguji Ahli		24/08/20
4.	<u>Dr. Ciek Julyati Hisyam, MM., M.Si</u> NIP. 19620412 198703 2 001 Dosen Pembimbing I		20/08/20
5.	<u>Marista Christina Shally Kabelen, S.Fil., M.Hum</u> NIP. 19890523 201903 2 018 Dosem Pembimbing II		23/08/20

Tanggal Lulus : 10 Agustus 2020

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim, Puji syukur penulis ucapkan atas kenikmatan Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat terus bersemangat dan mengerjakan secara maksimal dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta (Studi pada Perilaku Belanja *Trend Fashion* 12 Mahasiswi Pilihan Akun Instagram Unj.Cantik)**”. Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada orang tua tercinta yang sudah mendukung, memberikan memotivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, penulis ingi berterima kasih juga kepada beberapa pihak yang selama mengerjakan tugas akhir skripsi ini penulis menyadari bahwa telah menerima banyak bantuan dan didukung oleh banyak pihak, yaitu:

1. Dr. Umasih, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
2. Abdul Rahman Hamid, S.H, M.H selaku Koordinator Program Studi Sosiologi sekaligus menjadi Penguji Ahli yang telah memberikan saran dan masukan untuk melengkapi penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Ciek Julyati Hisyam, MM, M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberi bimbingan, saran, motivasi dan pengarahan sejak dalam penyusunan.
4. Marista Christina Shally Kabelen, S.Fil., M.Hum selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, saran, motivasi, dan masukan untuk melengkapi penulisan pada skripsi ini.
5. Umar Baihaqki, M.Si selaku Ketua Sidang yang telah memberikan masukan untuk melengkapi penyusunan skripsi ini.
6. Prima Yustitia Nurul Islami, S.KPm., M.Si selaku Sekretaris Sidang yang telah memberikan masukan untuk melengkapi penulisan skripsi ini.

7. Dr. Ikhlasiah Dalimoenthe, M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulis berkuliah di sini.
8. Kepada para dosen Prodi Sosiologi dan Pendidikan Sosiologi atas ilmu dan pengalaman yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan di Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
9. Mama dan Bapa terimakasih atas segala doa, motivasi, serta suport yang tiada hentinya sehingga peneliti dapat kuat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. Keluarga besar yang telah memberikan suport dan dukungan serta doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. LG, TH, FS, AR, SP , IF, DR, SA, MA, GMS, AS, dan PM selaku informan. Terima kasih sudah meluangkan waktu dan bersedia untuk diwawancarai dan memberikan informasi yang penulis butuhkan dalam skripsi ini.
12. Ka Nizma, Ka Prilly, Ka Auroh, yang telah membantu memberikan informasi mengenai sistematika penulisan dan terima kasih telah memberikan semangat serta dukungan selama proses pengerjaan skripsi ini.
13. Teman menemani penulis serta sahabat saat mencari data yaitu Ngesti Wahyuni, Meutya Salimah, Aldyanto Putra Pratama, Didiet Dito Sadewo, Rakha Rayhan dan Danar Handono. Terimakasih atas waktu, semangat, candaan, dukungan, serta teman berbagi keluh kesah dan mau direpotkan selama penulisan skripsi ini.
14. Teman seperjuangan, Eva Soleha, Wahyuni Fitria, Wiwit Ayu Nengati, Amelia Nur, Sonna Triansyah Aktiofan, Mira Maharani, Fitriana Rahastri, TH, Lina Aprillia, Annisa Kusuma. Terima kasih atas semangat, dukungan serta candaan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
15. Teman spesial penulis yang selalu menemani penulis saat penulisan skripsi ini, selalu mendengarkan keluh kesah serta memberikan semangat dan doa yaitu Dede Setiadi Nugraha.

16. Teruntuk sahabat Novita, Geby, Vita, Lila, Kalica, Revita, Sela terimakasih atas segala dukungan, semangat, serta mau mendengarkan keluh kesah selama penyelesaian skripsi ini.
17. Teman-teman seperjuangan Sosiologi B 2016 yang selalu mendukung dan memberikan motivasi serta menemani penulis selama penulisan skripsi. Tetap semangat untuk kita semua.

Semoga segala dukungan dan masukan yang telah diberikan dapat menjadi berkah, pahala serta diberikan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhir kata, diharapkan skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi penelitian sejenis selanjutnya dan semua orang yang membacanya.

Jakarta, 28 Juli 2020

Penulis



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR SKEMA	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademik.....	9
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	9
1.5 Tinjauan Pustaka Sejenis	9
1.6 Kerangka Teori	27
1.6.1 Teori Masyarakat Konsumeris.....	27
1.6.2 Konsumsi Sebagai Simulasi.....	29
1.6.3 Konsumsi sebagai Pembedaan Kelas Sosial	32
1.6.4 Konsumsi sebagai Simbol dan Tanda	33
1.7 Kerangka Konseptual.....	34
1.7.1 Perilaku Konsumtif.....	34
1.7.2 Perilaku Belanja.....	35

1.7.3 Mahasiswa	37
1.7.4 <i>Trend Fashion</i>	37
1.7.5 Skema Hubungan Antar Konsep.....	40
1.8 Metodologi Penelitian.....	40
1.8.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
1.8.2 Subjek Penelitian	42
1.8.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	44
1.8.4 Peran Peneliti	44
1.8.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
1.8.6 Teknik Analisis Data.....	47
1.8.7 Triangulasi Data.....	49
1.9 Sistematika Penelitian.....	51
BAB II	53
GAMBARAN UMUM TENTANG BRAND FASHION SERTA PROFIL INFORMAN	53
2.1 Pengantar.....	53
2.2 Sejarah mengenai <i>Brand Fashion</i> mewah (<i>Luxury</i>)	53
2.2.1 <i>Zara</i>	53
2.2.2 <i>Louis Vuitton</i>	54
2.2.3 <i>Choco Channel</i>	54
2.2.4 <i>Gucci</i>	55
2.2.5 <i>Marc Jacobs</i>	56
2.2.6 <i>Furla</i>	57
2.2.7 <i>Kate Spade</i>	57
2.2.8 <i>Christian Dior</i>	58
2.2.9 <i>Calvin Klein</i>	58
2.2.10 <i>H&M</i>	59
2.2.11 <i>Bershka</i>	60
2.2.12 <i>Stardivarius</i>	61
2.2.13 <i>Longchamp</i>	61

2.3	Akun Instagram Unj.Cantik	62
2.4	Top Brand Index Tas, Sepatu, Celana.	64
2.5	Profil Informan.....	66
BAB III	78
PERILAKU BELANJA <i>TREND FASHION 12</i> MAHASISWI PILIHAN AKUN INSTAGRAM UNJ.CANTIK	78
3.1	Pengantar.....	78
3.3	Intensitas Belanja pada Mahasiswi	84
3.4	Alasan Belanja <i>Trend Fashion</i>	97
3.5	Budaya Lingkungan Pertemanan Membentuk Perilaku Belanja <i>Trend Fashion</i>	121
3.6	Penutup	140
BAB IV	141
ANALISIS PERILAKU BELANJA <i>TREND FASHION 12</i> MAHASISWI PILIHAN AKUN INSTAGRAM UNJ.CANTIK	141
4.1	Pengantar.....	141
4.2	Konsumsi sebagai Simulasi	143
4.3	Konsumsi sebagai Pembeda Kelas Sosial.....	149
4.4	Konsumsi sebagai Simbol dan Tanda	155
4.5	Penutup	161
BAB V	162
PENUTUP	162
5.1	Kesimpulan	162
5.2	Saran	164
DAFTAR PUSTAKA	165
LAMPIRAN	166
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	210

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tinjauan Pustaka Sejenis	24
Tabel 2. Target Informasi.....	40
Tabel 3. Top Brand Celana Jeans.....	64
Tabel 4. Top Brand Sepatu Sandal.....	65
Tabel 5. Top Brand Sepatu Casual.....	66
Tabel 6. Klasifikasi Profil Informan	68
Tabel 7. Klasifikasi Intensitas Belanja pada Mahasiswi.....	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pemakaian Barang <i>trendy</i> dari SP.....	98
Gambar 3. Pemakaian Barang <i>Trendy</i> oleh FS	101
Gambar 4. Pemakaian barang <i>Trendy</i> dengan <i>Brand</i> terkenal oleh FS	102
Gambar 5. Koleksi Sepatu dan Tas dengan <i>brand</i> terkenal milik IF	103
Gambar 6. Pemakaian tas dengan Brand <i>Chanel</i> oleh GMS	107
Gambar 7. Koleksi Tas LG dengan <i>Brand</i> Terkenal oleh LG	109
Gambar 8. Koleksi Tas TH dengan <i>Brand</i> Terkenal.....	111
Gambar 9. Koleksi Tas dan <i>Make-up</i> Ama lia dengan <i>Brand</i> terkenal	113
Gambar 10. Pemakaian barang <i>trendy</i> dengan <i>Brand</i> terkenal oleh AS.....	114
Gambar 11. Pemakaian Barang <i>Trendy</i> dengan <i>Brand</i> terkenal oleh AR.....	115
Gambar 12. Koleksi Sepatu dan Tas dari <i>Brand</i> Terkenal ooleh SA.....	117
Gambar 13. Koleksi <i>make-up</i> yang dimiliki MA.....	118
Gambar 14. Koleksi Tas dan Sepatu milik PM.....	120
Gambar 15. Kelompok pertemanan yang dimiliki LG.....	124
Gambar 16. Kelompok Pertemanan yang dimiliki AS.....	127
Gambar 17. Kelompok Pertemanan yang dimiliki FS	128
Gambar 18. Kelompok pertemanan yang dimiliki DR.	131
Gambar 19. Kelompok pertemanan yang dimiliki GMS	133
Gambar 20. Kelompok Pertemanan yang dimiliki AR	135
Gambar 21. Kelompok pertemanan yang dimiliki SA.....	136
Gambar 22. Kelompok pertemanan yang dimiliki PM.....	137

DAFTAR SKEMA

Skema 1. Hubungan Antar Konsep.....	40
Skema 2. Intensitas Belanja pada Mahasiswi dalam Satu Bulan	96
Skema 3. Alasan Membeli Barang <i>Trendy</i> dengan <i>Brand</i> Terkenal.....	121
Skema 4. Budaya dalam Lingkaran Pertemanan membentuk Kecenderungan dalam Berbelanja Barang <i>Trendy</i> dengan Brand Terkenal	139
Skema 5. Masyarakat Konsumerisme menurut Jean Baudrillard	143
Skema 6. Analisis Konsumsi Sebagai Simulasi.....	148
Skema 7. Analisis Konsumsi Sebagai Pembeda Kelas	155
Skema 8. Analisis Konsumsi Sebagai Simbol dan Tanda.....	160



