

**PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
GENERASI X KANTOR BERITA ANTARA PADA PENGGUNAAN
PROMOSI POTONGAN HARGA DI APLIKASI DOMPET DIGITAL**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Angelita Kania Ramdan

1410618028

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Negeri Jakarta

Februari, 2022

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul:

Pengaruh Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Generasi X di Kantor Berita ANTARA pada Penggunaan Promosi Potongan Harga di Aplikasi Dompot Digital

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal



14.4.2022

Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si
NIP. 19731121.200604.2.001

Dosen Pembimbing II

Tanda Tangan

Tanggal



8.4.2022

Marisa Puspita Sary, M.Si
NIP. 19780318.200801.2.010

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi FIS UNJ



Dr. Dini Safitri M.Si
NIP. 1984.0206.2010.12.2.002

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial



No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. E. Nugraheni Prasaningrum, M.Si NIP. 19731115.200604.2.001 Koordinator/Ketua		8 - 9 - 2022
2.	Nada Arina Romli, M.I.Kom NIP. 199109142019032022 Sekretaris		11 April 2022
3.	Dr. Dini Safitri, M.Si NIP. 1984.0206.2010.12.2.002 Penguji ABE		21 April 2022
4.	Dr. Kinkin Yulisty Subana Putri, M.Si NIP. 19731121.200604.2.001 Pembimbing I		14.4.2022
5.	Marisa Puspita Sary, M.Si NIP. 19780318.200801.2.010 Pembimbing II		8.4.2022

ABSTRAK

ANGELITA KANIA RAMDAN (1410618028), PENGARUH LITERASI DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI X KANTOR BERITA ANTARA PADA PENGGUNAAN PROMOSI POTONGAN HARGA DI APLIKASI DOMPET DIGITAL. Halaman:120; Lampiran: 7; Ref. 10 Buku 2016-2021; 49 Jurnal; 24 sumber lainnya; Skripsi. Maret 2022.

Selama empat tahun belakangan, tren penggunaan dompet digital terus berkembang, khususnya di Indonesia. Para pelaku bisnis dompet digital terus meningkatkan kualitas untuk mampu bersaing di pasar dompet digital, salah satunya dengan memberikan penawaran-penawaran promosi. Sayangnya, indeks literasi digital di Indonesia masih relatif rendah. Padahal, keterampilan literasi digital dibutuhkan dalam penggunaan dompet digital sebagai perangkat digital yang banyak digunakan. Literasi digital yang buruk dapat menyebabkan dampak negatif, salah satunya adalah perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap perilaku konsumtif Generasi X di Kantor Berita ANTARA pada penggunaan promosi potongan harga layanan pesan-antar makanan *online* yang ditawarkan aplikasi dompet digital.

Konsep literasi digital yang digunakan dalam penelitian ini adalah model literasi digital milik Paul Gilster, sedangkan konsep perilaku konsumtif yang digunakan adalah aspek-aspek perilaku konsumtif milik Lestarina et al.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah 157 orang Generasi X di Kantor Pusat Perum LKBN ANTARA yang merupakan pengguna aktif dompet digital. Teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *sampling* sensus, sehingga seluruh populasi adalah sampel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi X di Kantor Berita ANTARA mampu mengoperasikan aplikasi dompet digital dan layanan pesan-antar makanan *online* sebagai jenis dari perangkat digital, khususnya dalam menggunakan promosi potongan harga. Dengan kata lain, Generasi X di Kantor Berita ANTARA sudah terampil dalam menggunakan, membaca dan memahami promosi potongan harga yang ditawarkan oleh aplikasi dompet digital untuk layanan pesan-antar makanan *online*. Walaupun sudah terampil dalam mengoperasikan perangkat digital, Generasi X di Kantor Berita ANTARA memiliki perilaku yang konsumtif dalam penggunaan promosi potongan harga layanan pesan-antar makanan *online*. Generasi X di Kantor Berita ANTARA membeli produk makanan melalui layanan pesan-antar makanan *online* hanya karena dorongan promosi potongan harga yang ditawarkan di aplikasi dompet digital, bukan berdasarkan kebutuhan dan kegunaan dari produk makanan tersebut.

Literasi digital berpengaruh cukup kuat dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi X di Kantor Berita ANTARA pada penggunaan promosi potongan harga di aplikasi dompet digital untuk menggunakan jasa pesan-antar makanan online. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada literasi digital akan diikuti dengan peningkatan perilaku konsumtif.

Kata Kunci: Literasi Digital; Media Baru; Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

ANGELITA KANIA RAMDAN (1410618028), THE EFFECT OF DIGITAL LITERATURE ON CONSUMPTION BEHAVIOR OF GENERATION X KANTOR BERITA ANTARA ON THE USE OF PRICE DISCOUNT PROMOTIONS ON DIGITAL WALLET APPLICATIONS. Page :120; Attachments: 7; Ref. 10 Books; 2016-2021; 49 Journals; 24 other sources; Final Project Scientific Work. March 2022.

Over the past four years, the trend of using digital wallets has continued to grow, especially in Indonesia. Digital wallet business players continue to improve their quality to be able to compete in the digital wallet market, one of which is by providing promotional offers. Unfortunately, the digital literacy index in Indonesia is still relatively low. In fact, digital literacy skills are needed in the use of digital wallets as a widely used digital device. Poor digital literacy can cause negative impacts, one of which is consumptive behavior. This study aims to determine the effect of digital literacy on the consumptive behavior of Generation X at the ANTARA News Agency on the use of discounted promotions for online food delivery services offered by the digital wallet application.

The concept of digital literacy used in this study is Paul Gilster's digital literacy model, while the concept of consumptive behavior used is aspects of consumptive behavior belonging to Lestarina et al.

This study uses a quantitative approach with a survey method. The population in this study was 157 people of Generation X at the Head Office of Perum LKBN ANTARA who are active users of digital wallets. The sampling technique used is census sampling technique, so that the entire population is a sample.

The results show that Generation X at the ANTARA News Agency is able to operate digital wallet applications and online food delivery services as a type of digital device, especially in using discount promotions. In other words, Generation X at the ANTARA News Agency is skilled in using, reading and understanding the price discounts offered by digital wallet applications for online food delivery services. Even though they are skilled in operating digital devices, Generation X at the ANTARA News Agency has a consumptive behavior in using discounted prices for online food delivery services. Generation X at the ANTARA News Agency buy food products through online food delivery services only because of the promotion of discounted prices offered in digital wallets, not based on the needs and uses of these food products.

Digital literacy has a strong and significant effect on the consumptive behavior of Generation X at the ANTARA News Agency on the use of discount promotions in digital wallets to use online food delivery services. The results of this study indicate that every increase in digital literacy will be followed by an increase in consumptive behavior.

Keywords: Digital Literacy; New Media; Consumptive Behavior

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angelita Kania Ramdan

NIM : 1410618028

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial

Judul KA : Pengaruh Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Generasi X di Kantor Berita ANTARA pada Penggunaan Promosi Potongan Harga di Aplikasi Dompot Digital

Dengan ini menyatakan bahwa saya memastikan Karya Ilmiah saya yang berjudul “Pengaruh Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Generasi X di Kantor Berita ANTARA pada Penggunaan Promosi Potongan Harga di Aplikasi Dompot Digital” merupakan karya saya sendiri. Saya memastikan bahwa Karya Ilmiah saya ini bukan merupakan hasil tiruan, saduran, atau terjemahan dari karya orang lain.

Jika di kemudian hari Karya Ilmiah saya melanggar ketentuan orisinalitas, saya siap menerima sanksi yang diberikan oleh pihak program studi maupun pihak universitas.

Jakarta, 24 Maret 2022



Angelita Kania Ramdan

NIM. 1410618028



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
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 : Angelita Kania Ramdan
NIM : 1410618028
Fakultas/Prodi : Ilmu Sosial/Ilmu Komunikasi
Alamat email : angelitakaniar@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:

Pengaruh Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Generasi X di Kantor Berita ANTARA pada Penggunaan Promosi Potongan Harga di Aplikasi Dompot Digital

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, 17 September 2022

Penulis

(Angelita Kania Ramdan)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi X Kantor Berita ANTARA pada Penggunaan Promosi Potongan Harga di Aplikasi Dompot Digital”.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Komarudin, M.Si selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta;
2. Bapak Dr. Tjipto Sumadi, M.Pd., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta;
3. Ibu Dr. Dini Safitri, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta;
4. Ibu Maulina Larasati Putri, M.I.Kom selaku Koordinator Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta;
5. Ibu Nada Arina Romli, M.I.Kom selaku Koordinator Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta;
6. Ibu Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si, CPR., CICS selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan bimbingan dan masukan kepada penulis;
7. Ibu Marisa Puspita Sary, M.Si selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan bimbingan dan masukan kepada penulis;
8. Ibu Amelia Mardani selaku Manajer Pengembangan Sumber Daya Manusia Perum LKBN ANTARA yang telah membantu penulis selama melakukan penelitian di Perum LKBN ANTARA;
9. Bapak Abdillah selaku Staff Pengembangan Sumber Daya Manusia Perum LKBN ANTARA yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dan menemani penulis selama melakukan penelitian di Perum LKBN ANTARA;
10. Pegawai Perum LKBN ANTARA yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini;
11. Ibu Arie Novarina selaku Manajer Humas dan Kemitraan Perum LKBN ANTARA yang telah membantu penulis selama penelitian di Perum LKBN ANTARA;

12. Ibu Cathelya Ruth Hasian Pardede selaku Staff Humas Perum LKBN ANTARA yang telah membantu penulis selama penelitian di Perum LKBN ANTARA;
13. Mba Sarah Oktaviani selaku Sekretaris di Perum LKBN ANTARA yang memberikan dukungan selama proses pengerjaan skripsi;
14. Orang tua, kakak dan keluarga besar penulis yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan selama proses pengerjaan skripsi;
15. Aisyah Tanzil selaku teman penulis yang senantiasa bersedia meluangkan waktu untuk membantu dan menemani penulis selama proses pengerjaan skripsi;
16. Novel, Nadiah, Fahira, Rasyifa, Naura, Lukman, Syafa, Wanda dan teman-teman penulis lainnya yang selalu memberikan dukungan selama proses pengerjaan skripsi;
17. Teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2018 yang memberikan dukungan selama proses pengerjaan skripsi;
18. Teman-teman satu bimbingan penulis yang memberikan dukungan dan membantu penulis selama proses pengerjaan skripsi; serta
19. Laode Irfan dan Gustario selaku teman penulis yang memberikan dukungan dan membantu penulis selama proses pengerjaan skripsi.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan karunia-Nya dan membalas segala amal, budi, serta kebaikan pihak-pihak yang telah membantu penulis proses pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dari skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun, sehingga penulis dapat menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk para pembaca.

Jakarta, 27 Maret 2022

Angelita Kania Ramdan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
SURAT PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	16
1.3. Tujuan Penelitian	17
1.4. Manfaat Penelitian	18
1.4.1. Manfaat Penelitian	18
1.4.2. Manfaat Praktis	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1. Konsep	19
2.1.1. Teori Media Baru (<i>New Media</i>)	19
2.1.2. Literasi Digital	22
2.1.2.1. Pengertian Literasi Digital	22
2.1.2.2. Komponen Literasi Digital	23
2.1.2.3. Kompetensi Literasi Digital	24
2.1.3. Promosi	26
2.1.4. Perilaku Konsumtif	26
2.1.4.1. Pengertian Perilaku	26
2.1.4.2. Pengertian Perilaku Konsumen	27
2.1.4.3. Pengertian Perilaku Konsumtif	28
2.1.4.4. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif	29
2.2. Kajian Literatur	31
2.3. Variabel Literasi Digital (X)	40
2.4. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)	41
2.5. Model Penelitian	42
2.6. Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1. Paradigma Penelitian	44
3.2. Pendekatan Penelitian	44
3.3. Metode Penelitian	45
3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan	
Sampel	45
3.4.1. Populasi	45
3.4.2. Sampel	46
3.4.3. Teknik Penarikan Sampel	47

	3.5. Hipotesis Riset	47
	3.6. Hipotesis Statistik	48
	3.7. Metode Pengumpulan Data	49
	3.7.1. Data Primer	49
	3.7.2. Data Sekunder	50
	3.8. Metode Pengukuran Data	51
	3.8.1. Uji Validitas	51
	3.8.2. Uji Reliabilitas	53
	3.9. Metode Analisis Data	55
	3.9.1. Analisis <i>Univariate</i>	55
	3.9.2. Analisis <i>Bivariate</i>	56
	3.9.2.1. Analisis Regresi Sederhana	56
	3.10. Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian	57
	3.10.1. Keterbatasan Penelitian	57
	3.10.2. Kelemahan Penelitian	58
	3.11. Definisi Operasional Variabel	58
	3.11.1. Literasi Digital	58
	3.11.2. Perilaku Konsumtif	60
	3.12. Operasionalisasi Konsep	62
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	65
	4.1. Hasil Penelitian	65
	4.1.1. Hasil Penelitian <i>Univariat</i> Literasi Digital Generasi X di Kantor Berita ANTARA pada Penggunaan Promosi Potongan Harga Pesan- Antar Makanan <i>Online</i> yang Ditawarkan Aplikasi Dompot Digital	65
	4.1.2. Hasil Penelitian <i>Univariate</i> Perilaku Konsumtif Pada Penggunaan Promosi Potongan Harga Layanan Pesan-Antar Makanan <i>Online</i> yang Ditawarkan Aplikasi Dompot Digital	74
	4.1.3. Hasil Penelitian Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi X di Kantor Berita ANTARA pada Penggunaan Promosi Potongan Harga di Aplikasi Dompot Digital	86
	4.2. Pembahasan	89
	4.2.1. Pembahasan Literasi Digital Generasi X di Kantor Berita ANTARA pada Penggunaan Promosi Potongan Harga Pesan-Antar Makanan <i>Online</i> yang Ditawarkan Aplikasi Dompot Digital	89
	4.2.2. Pembahasan Perilaku Konsumtif Generasi X di Kantor Berita ANTARA pada Penggunaan Promosi Potongan Harga Pesan-Antar Makanan <i>Online</i> yang Ditawarkan Aplikasi Dompot Digital	92

4.2.3. Pembahasan Pengaruh Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Generasi X di Kantor Berita ANTARA pada Penggunaan Promosi Potongan Harga di Aplikasi Dompet Digital	97
BAB V PENUTUP	101
5.1. Kesimpulan	102
5.2. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	xiv

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Kajian Literatur	35
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Digital (X)	52
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)	53
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Literasi Digital (X)	54
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y)	54
Tabel 3.5	Definisi Operasional Variabel	63
Tabel 4.1	Hasil Analisis <i>Univariate</i> Dimensi <i>Internet Searching</i>	65
Tabel 4.2	Hasil Analisis <i>Univariate</i> Dimensi <i>Hypertextual Navigation</i>	67
Tabel 4.3	Hasil Analisis <i>Univariate</i> Dimensi <i>Content Evaluation</i>	69
Tabel 4.4	Hasil Analisis <i>Univariate</i> Dimensi <i>Knowledge Assembly</i>	71
Tabel 4.5	Hasil Analisis <i>Univariate</i> Dimensi Pembelian Secara Impulsif	74
Tabel 4.6	Hasil Analisis <i>Univariate</i> Dimensi Pemborosan	76
Tabel 4.7	Hasil Analisis <i>Univariate</i> Dimensi Pembelian Secara Tidak Rasional	83
Tabel 4.8	Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)	86
Tabel 4.9	Hasil Uji Signifikan Persamaan (F)	87
Tabel 4.10	Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual Penelitian	42
------------	--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitianxiv
Lampiran 2.	Data Generasi X di Kantor Berita ANTARAxxi
Lampiran 3.	Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y xxv
Lampiran 4.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Yxxix
Lampiran 5.	Hasil Analisis <i>Univariate</i>xxxi
Lampiran 6.	Hasil Analisis Regresi Sederhana lxiii