

**ANALISIS KONTEN TIK TOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
PEREMPUAN GENERASI Z DALAM BERBELANJA ONLINE  
(Studi Fenomenologi pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom  
Yogyakarta Angkatan 2017)**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana apada  
Program Studi Ilmu Komunikasi**



**Disusun oleh**

**Febry Ayiesha Putra**

**17.96.0238**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2023**

**ANALISIS KONTEN TIK TOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
PEREMPUAN GENERASI Z DALAM BERBELANJA ONLINE  
(Studi Fenomenologi pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom  
Yogyakarta Angkatan 2017)**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana apada  
Program Studi Ilmu Komunikasi**



**Disusun oleh**

**Febry Ayiesha Putra**

**17.96.0238**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2023**

## **PERSETUJUAN**

### **SKRIPSI**

#### **ANALISIS KONTEN TIK TOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PEREMPUAN GENERASI Z DALAM BERBELANJA ONLINE**

**(Studi Fenomenologi pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom  
Yogyakarta Angkatan 2017)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Febry Ayiesha Putra**

**17.96.0238**

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pada tanggal,

Dosen Pembimbing



**Stara Asrita, S.I.Kom., M.A**

**NIK. 190302364**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS KONTEN TIK TOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
PEREMPUAN GENERASI Z DALAM BERBELANJA ONLINE**

**(Studi Fenomenologi pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom  
Yogyakarta Angkatan 2017)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Febry Ayiesha Putra  
17.96.0238**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 26 Januari 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama**

**Tanda Tangan**

**Dosen Penguji 1**  
**Erik Hadi Saputra**  
**NIK. 190302107**

**Dosen Penguji 2**  
**Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A**  
**NIK. 190302360**

**Dosen Penguji 3**  
**Sheila Lestari Giza Pudrianisa**  
**NIK. 190302437**

Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 26 Januari 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom**  
**NIK. 190302125**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 26 Januari 2023



Febry Ayiesha Putra  
17.96.0238

## **MOTTO**

Banyak berpikir, terkadang akan menghambat hidupmu, *Go ahead and live!!*

*Life is a choice, even when you don't choose, it's your choice*



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat dan berkatnya penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik tanpa ada kurang. Dengan penuh rasa syukur atas selesainya skripsi ini, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Keluarga besar penulis yang telah senantiasa memberikan semangat, motivasi serta doa kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
2. Segenap *chivitas* akademika Universitas Amikom Yogyakarta, staf pengajar, karyawan dan seluruh mahasiswa yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak dalam pengerjaan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya sederhana ini.
3. Teman – teman terdekat penulis, baik itu teman – teman dari program studi ilmu komunikasi maupun teman dari program studi lain yang telah menemani serta memberikan saran kepada penulis saat pengerjaan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun dalam penulisan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam penulisan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Lutfi, S.T., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Stara Asrita, S.I.Kom, M.A selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak masukan, saran dan telah meluangkan waktunya untuk membantu pengerjaan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen pengajar serta staff di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan Strata Satu (S1) di Universitas Amikom Yogyakarta.
6. Keluarga yang tercinta yaitu Ayah, Ibu, Adik, Bude dan saudara sepupu lainnya yang telah memberikan dukungan, doa dan kasih sayang kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat dan teman – teman seperjuangan Program Studi Ilmu Komunikasi tahun 2017, terutama teman – teman kelas Ilmu Komunikasi 4 yang telah menemani dan memberi dukungan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini.



8. Serta semua pihak yang membantu penulis yang tidak dapat dituliskan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari jika dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh sebab itu semua kritik, saran dan masukan dari semua pihak akan bermanfaat guna menyempurnakan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, semoga skripsi yang telah disusun dapat bermanfaat bagi penulis pribadi, para pembaca dan masyarakat semuanya serta berguna pula bagi perkembangan dunia pendidikan dan ilmu komunikasi khususnya bagi mahasiswa Universitas Amikom Yogyakarta.

Yogyakarta, 26 Januari 2023

Febry Ayiesha Putra

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>ABSTRAK</b> .....	xii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	12
<b>1.3 Batasan Masalah</b> .....	13
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	13
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	13
<b>1.5.1 Manfaat Teoritis</b> .....	13
<b>1.5.2 Manfaat Praktis</b> .....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORISTIS</b> .....	15
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	15
<b>2.2 Landasan Teori</b> .....	18
<b>2.2.1 Teori AISAS</b> .....	18
<b>2.2.2 Perilaku Konsumtif</b> .....	21
<b>2.2.3 Konesp Masyarakat Konsumsi Jean Baullirad</b> .....	23
<b>2.3 Kerangka Berpikir</b> .....	27
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b> .....	29
<b>3.1 Desain Penelitian</b> .....	29
<b>3.2 Objek Penelitian</b> .....	31

<b>3.3 Subjek Penelitian</b> .....	31
<b>3.4 Jenis dan Sumber Data</b> .....	33
<b>3.4.1 Data Primer</b> .....	33
<b>3.4.2 Data Sekunder</b> .....	33
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	33
<b>3.5.1 Observasi Non Partisipan</b> .....	34
<b>3.5.2 Studi Pustaka</b> .....	35
<b>3.5.3 Dokumentasi</b> .....	35
<b>3.5.4 Wawancara</b> .....	36
<b>3.6 Teknik Pengambilan Sampel</b> .....	37
<b>3.7 Teknik Analisa Data</b> .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	40
<b>4.1 Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom 2017</b> .....	40
<b>4.2 Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom 2017 Menurut Teori Jean Baudrillard</b> .....	42
<b>4.3 Konstruksi Teori Simulakra Jean P. Baudrillard</b> .....	47
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	53
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	53
<b>5.2 Saran</b> .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	56
<b>LAMPIRAN</b> .....	60

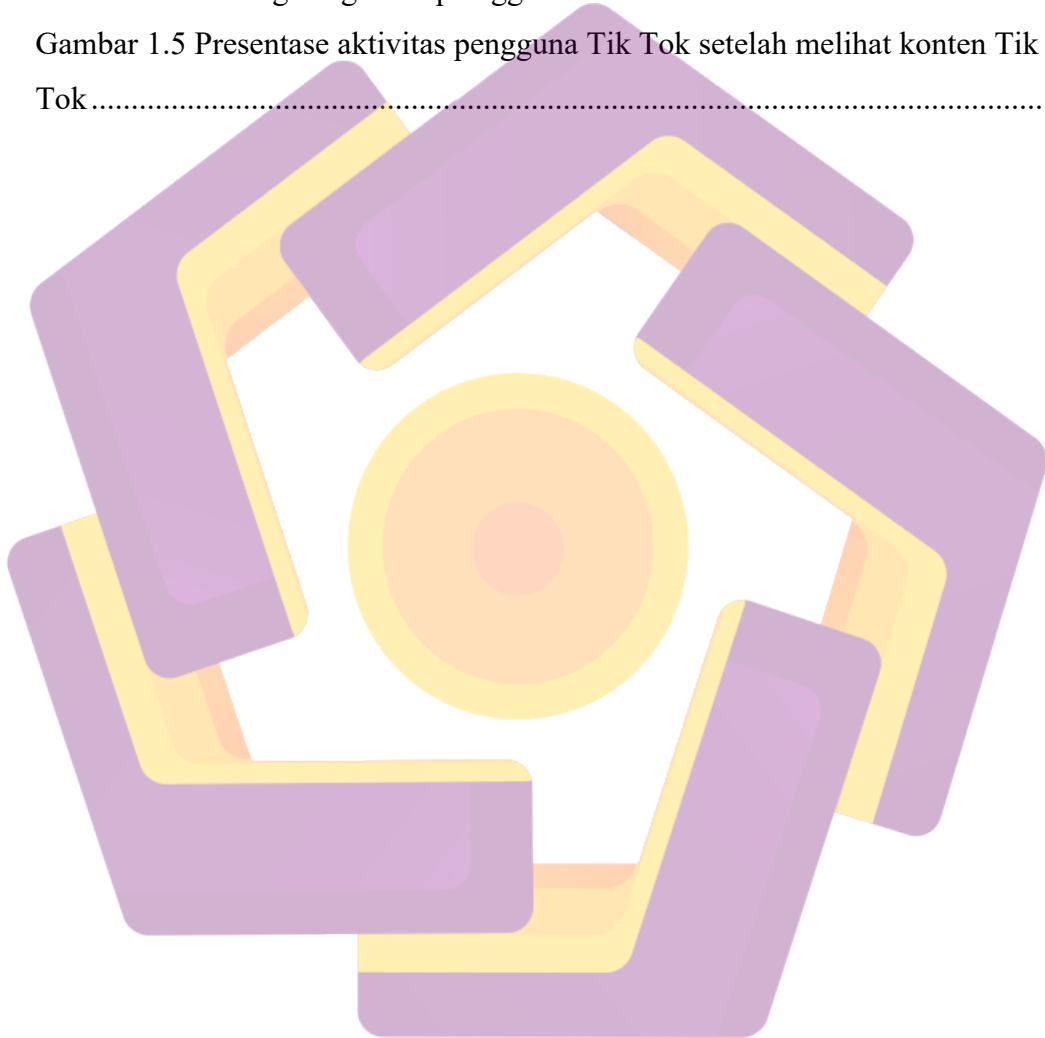
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
-------------------------------------	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase pengguna Tik Tok terkait konten yang sering dilihat.....	4
Gambar 1.2 Kebiasaan pengguna Tik Tok.....	5
Gambar 1.3 Demografi usia pengguna Tik Tok.....	7
Gambar 1.4 Demografi gender pengguna Tik Tok.....	7
Gambar 1.5 Presentase aktivitas pengguna Tik Tok setelah melihat konten Tik Tok.....	9



## ABSTRAK

Tik Tok merupakan salah satu aplikasi hiburan yang sedang viral saat ini. Aplikasi Tik Tok membuat penggunaanya dapat mencurahkan segala kreativitasnya dengan mudah dan mendapatkan berbagai informasi terkini melalui di aplikasi ini. Saat ini aplikasi Tik Tok tidak hanya sebatas sebagai sarana hiburan namun telah berkembang menjadi media promosi dan beriklan.

Penelitian ini menggunakan teori masyarakat konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Paul Baudrillard untuk menganalisis perilaku konsumtif karena dianggap relevan dengan fenomena yang terjadi dikalangan perempuan generasi Z di tengah maraknya konten di aplikasi Tik Tok yang memamerkan dan menampilkan kehidupan konten kreator yang menggunakan atau merekomendasikan produk atau jasa tertentu agar viral supaya masyarakat ikut membelinya, dimana hal tersebut menimbulkan sebuah gaya hidup. Baudrillard memberikan suatu konsep tentang masyarakat konsumsi menjadi tiga bagian yaitu, nilai guna, nilai tanda, dan simulakra. Nilai guna adalah fungsi komoditas yang dikonsumsi. Nilai tanda adalah simbol yang melekat dan berada pada komoditas tertentu sedangkan Simulakra adalah ruang yang diciptakan oleh simulasi yang mengandung realitas semu.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, sedangkan untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi partisipan, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pergeseran dari nilai guna ke nilai simbolik mengarah pada simulasi. Nilai guna dalam penelitian ini meliputi fungsi barang yang didapatkan informan akibat adanya konten Tik Tok. Nilai tanda adalah penanda yang terdapat pada suatu komoditas yang digunakan informan. Dalam percobaan simulasi untuk mentransfer makna dari nilai guna ke nilai simbolik, yang menghasilkan simulakra yang mengandung realitas semu.

**Kata Kunci : Tik Tok, Konsumtif, Perilaku, Gaya Hidup**

## **ABSTRACT**

*Tik Tok is one of the entertainment apps that is going viral right now. The Tik Tok application allows users to devote all their creativity easily and get the latest information through this application. Currently, the Tik Tok application is not only limited to entertainment but has developed into a medium of promotion and advertising.*

*This research uses postmodern theory, namely the theory of consumption society put forward by Jean Paul Baudrillard to analyze consumptive behavior that occurs among generation Z women amid the rise of Tik Tok content on the Tik Tok application, which gives rise to a lifestyle. Baudrillard gives a concept of the consumption society into three parts, namely, use value, sign value, and simulakra. Use value is the function of the commodity consumed. The value of the sign is a symbol attached and resides in a particular commodity whereas Simulakra is a space created by simulations containing pseudo-reality.*

*This research uses qualitative research methods with a phenomenological approach, while data collection techniques are carried out by interviews, participant observations, and literature studies. The results of this study showed that the shift from use value to symbolic value led to simulation. The use value in this study includes the function of goods obtained by informants due to Tik Tok content. The value of the sign is a marker found in a commodity used by informants. In a simulation experiment to transfer meaning from use value to symbolic value, which produces simulakra containing pseudo-reality.*

**Keywords : Tik Tok, Consumptive, Behavior, Lifestyle**