



**PERUBAHAN PERILAKU BUDAYA KONSUMERISME
BELANJA *ONLINE***

(Studi pada Lima Perempuan Muda di Kabupaten Purworejo)

**Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana
Antropologi Sosial**

Oleh:

JUNESSA ESFHARI ARSENIA

NIM. 13040219140119

**PROGRAM STUDI ANTROPOLOGI SOSIAL
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Junessa Esfhari Arsenia

NIM : 13040219140119

Departemen/Prodi : S1 Antropologi Sosial

Fakultas Ilmu Budaya Undip

Dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Perubahan Perilaku Budaya Konsumerisme Belanja *Online* (Studi pada Lima Perempuan Muda di Kabupaten Purworejo)” adalah karya ilmiah saya sendiri dan disusun berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh saya sendiri. Saya telah menggunakan sumber informasi yang relevan dan memberikan referensi yang tepat untuk setiap kutipan atau pengutipan dari karya orang lain.

Semarang, 29 September 2023

Yang menyatakan,

Junessa Esfhari Arsenia

NIM. 13040219140119

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Kepercayaan Diri Terbentuk Dari Aksi.

PERSEMBAHAN

1. Dua orang paling berjasa dalam hidup saya, Ibunda Wahyu Saptiani S.H., dan Ayahanda Basuki S.H., yang telah mendukung, memberikan doa, dan cinta tanpa batas.
2. Kepada cinta kasih kedua saudara saya, Poppy Arsaninghyang S.Si. dan Dhamon Rifo Erzasadewa A.Md.S.I. Terima kasih atas segala doa, usaha dan motivasi yang telah diberikan kepada adik terakhir ini.

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan ke sidang Panitia Ujian Skripsi pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 16 Agustus 2023

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Ken Widyatwati, S.S., M.Hum.
NIP. 19700404 199512 2001

Vania P. Hanjani, S.Sos., M.Si.
NIP. H.7.199509262022112001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Perubahan Perilaku Budaya Konsumerisme Belanja *Online* (Studi pada Lima Perempuan Muda di Kabupaten Purworejo)” telah diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi S1 Program Studi Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro pada:

Hari/tanggal : Selasa, 24 Oktober 2023

Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro:

Ketua Penguji

Arido Laksono, S.S., M.Hum.
NIP. 197507111999031002

Anggota I

Dr. Ken Widyatwati, S.S., M.Hum.
NIP. 19700404 199512 2001

Anggota II

Vania Pramudita Hanjani, S.Sos., M.Si.
NIP. H.7.199509262022112001

PRAKATA

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat, inayah, dan hidayah -Nya, peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Perubahan Perilaku Konsumen Adanya *Trend Belanja Online* (Studi Kasus Perempuan Muda di Kabupaten Purworejo)”. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini, masih jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran sangat terbuka dan penulis harapkan. Selama penyusunan skripsi tentu banyak halang rintang yang penulis hadapi, namun berkat niat, usaha dan dorongan serta dukungan dari berbagai pihak skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Nurhayati, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro.
2. Dr. Suyanto, M.Si selaku Ketua Jurusan Antropologi Sosial
3. Arido Laksono, S.S., M.Hum. selaku Sekretaris Program Studi Antropologi Sosial
4. Dani Mohammad Ramadhan, S.Ant., M.Ant sebagai Dosen Wali
5. Ibu Dr. Ken Widayatwati, S.S., M.Hum. sebagai pembimbing I dan Mbak Vania Pramudita Hanjani, S.Sos., M.Si, sebagai pembimbing II. Terima kasih atas dedikasinya yang tak ternilai dalam membimbing, memberikan nasihat, dan dukungan yang memungkinkan peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini.
6. Terima kasih kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen di Program Studi S1 Antropologi Sosial Universitas Diponegoro atas ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan sangat berarti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga ilmu tersebut bermanfaat dan menjadi ladang pahala bagi Bapak dan Ibu Dosen.
7. Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Basuki dan Ibu Wahyu Saptiani, yang telah mengorbankan segalanya dan memberikan dukungan moral dan materiil. Tak lupa, terima kasih juga

kepada saudara peneliti, yaitu Poppy Arsaninghyang dan Dhamon Rifo Erzasadewa yang selalu memberikan semangat.

8. Teman-teman saya yang telah menemani suka dan duka selama menjadi mahasiswa, Salisa, Suci, Nanda, Mbak Nur, Imma. Terima kasih banyak atas dukungan yang kalian berikan.
9. Sahabat sejati, Nora, Uut, Nia. Terima kasih selalu memberikan semangat dan menjadi tempat keluh kesah selama mengerjakan skripsi. Bersama kalian, suka duka menjadi lebih berarti, dan senyum selalu menyertai perjalanan ini. Terima kasih atas segala momen berharga yang kita lewati bersama. Semoga persahabatan kita terus bertahan selamanya.
10. Terima kasih sebesar-besarnya kepada para informan yang telah berkenan berpartisipasi dalam penelitian ini. Kontribusi, waktu, dan pengetahuan yang telah diberikan sangat berarti dalam memperkaya hasil penelitian ini. Semua bantuan yang telah memungkinkan penulis untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan menyeluruh mengenai topik penelitian. Terima kasih atas kerjasama dan kepercayaan dalam berbagi pengalaman dan informasi

Semarang, 29 September 2023

Junessa Esfhari Arsenia

ABSTRAK

Penggunaan internet semakin populer di kalangan para generasi muda tidak terkecuali oleh perempuan muda. Belanja secara *online* telah menjadi alternatif yang lebih praktis untuk memenuhi kebutuhan identitas sebagai perempuan muda melalui *platform online*. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor sosial budaya mempengaruhi perempuan muda untuk melakukan *trend* belanja *online*. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Peneliti menggunakan teori konsumerisme Jean Baudrillard, memperhatikan pergeseran dalam kebiasaan konsumsi masyarakat, dilihat dari individu sekarang mengonstruksi dan mempertahankan identitas mereka melalui barang-barang yang dikonsumsi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelima perempuan muda dengan fokus pada rentang usia 21 hingga 23 tahun telah menggunakan belanja *online* sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan identitas. Produk-produk *skincare*, kecantikan, dan *fashion* merupakan jenis barang yang sering di beli melalui *platform* belanja *online*. Faktor budaya dan sosial memiliki dampak yang sama terhadap preferensi perempuan muda dalam memilih *trend* belanja *online*. Faktor-faktor ini berperan dalam mempengaruhi cara perempuan muda mengeksplorasi dan mengekspresikan diri. Mengikuti *trend* juga menjadi hal yang penting bagi perempuan muda yang aktif di media sosial, karena hal ini dapat memberikan perasaan terhubung dan disetujui oleh lingkungan sosial.

Kata kunci: Belanja *Online*, Perilaku Konsumen, Perempuan Muda, *Trend*

ABSTRACT

Internet use is increasingly popular among the younger generation, including young women. Shopping online has become a more practical alternative to fulfill identity needs as a young woman through online platforms. This research aims to explain the socio-cultural factors influencing young women to carry out online shopping trends. This research uses descriptive qualitative with data collection methods in the form of interviews, observation and documentation. Researchers use Jean Baudrillard's consumerism theory, paying attention to shifts in people's consumption habits, seen from individuals now constructing and maintaining their identity through the goods they consume. The results of this research show that the five young women with a focus on the age range 21 to 23 years have used online shopping as a way to fulfill identity needs. Skincare, beauty and fashion products are the types of goods that are often purchased through online shopping platforms. Cultural and social factors have the same impact on young women's preferences in choosing online shopping trends. These factors play a role in influencing the way young women explore and express themselves. Following trends is also important for young women who are active on social media, because this can give them a feeling of being connected and approved by the social environment.

Keywords: *Online Shopping, Consumer Behavior, Young Women, Trend*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoretis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Kerangka Teoritis.....	11
1.5.1 Tinjauan Pustaka.....	11
1.5.2 Landasan Teori.....	13
1.5.3 Kerangka Berpikir.....	19
1.7 Metode Penelitian	23
1.7.1 Jenis Penelitian.....	23
1.7.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
1.8 Analisis Data	28
BAB II <i>ONLINE SHOP</i> SEBAGAI MEDIA BELANJA DI KALANGAN PEREMPUAN MUDA.....	30

2.1 Latar Belakang Informan	30
2.2 Penerapan Belanja <i>Online</i>	32
2.3 Pemenuhan Kebutuhan	38
2.4 Penggunaan <i>Platform Shopee</i> dan <i>Tiktok Shop</i>	41
BAB III PEREMPUAN MUDA DAN KONSUMERISME	48
3.1 Belanja Sebagai Kebutuhan	48
3.2 Belanja Sebagai Budaya	54
3.3 Faktor-Faktor Perilaku Konsumen.....	60
3.3.1 Faktor Budaya.....	60
3.3.2 Faktor Sosial	62
3.3.3 Faktor Pribadi.....	62
3.3.4 Faktor Psikologis	63
BAB IV BUDAYA KONSUMERISME DAN SELERA MAYORITAS.....	65
4.1 Minat Belanja.....	65
4.2 Budaya Belanja untuk Pemenuhan Selera	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.2 Kesimpulan	81
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Profil Informan.....	31
Tabel 2. Barang yang Dikonsumsi Oleh Subjek Penelitian	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir	19
Gambar 2. Layar Tangkap Tampilan Awal Aplikasi <i>Shopee</i>	41
Gambar 3. Kolom Pencarian Produk pada Aplikasi <i>Shopee</i>	42
Gambar 4. Layar Tangkap Tampilan Awal Aplikasi <i>TikTok</i>	44
Gambar 5. Fitur <i>TikTok Shop</i> melalui Aplikasi <i>TikTok</i>	45
Gambar 6. <i>Live TikTok</i> , Fitur Streaming Langsung pada Aplikasi <i>TikTok</i>	47
Gambar 7. Diskon <i>Shopee 7.7 Super Sale</i> yang didapat Oleh Lina	50
Gambar 8. Produk dan Merek yang Sama Dibeli Oleh Nora	75
Gambar 9. Produk Jenis <i>Fashion</i> yang Dibeli Oleh Kempri	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara	87
Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara	90
Lampiran 3. Transkrip Wawancara.....	91