

No. Daftar FPIPS : 2765/UN40.F2.6/PT/2021

**PENGARUH PERSUASI #RACUNTIKTOK TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA DI MASA PANDEMI COVID-19**

(Studi Deskriptif Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan (S.Pd) Program Studi Pendidikan Sosiologi



oleh

Auliya Kania Rachmawati

NIM 1701754

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

BANDUNG

2021

**PENGARUH PERSUASI #RACUNTIKTOK TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA DI MASA PANDEMI COVID-19
(Studi Deskriptif Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia)**

Oleh

Auliya Kania Rachmawati

1701754

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas
Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Auliya Kania Rachmawati 2021

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2021

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.


Lembar Pengesahan Skripsi

AULIYA KANIA RACHMAWATI

PENGARUH PERSUASI #RACUNTIKTOK TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA DI MASA PANDEMI COVID-19: STUDI
DESKRIPTIF MAHASISWA UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Dr. Hj. Siti Nurbayani K, S.Pd., M.Si

NIP. 1970071119940322002

Pembimbing II



Rika Sartika, M.Pd

NIP. 19840102201012204

Mengetahui

Ketua Departemen Pendidikan Sosiologi



Hj. Siti Komariah, M.Si., Ph.D

NIP. 196804031991032002

Auliya Kania Rachmawati, 2021

**PENGARUH PERSUASI #RACUNTIKTOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI MASA
PANDEMI COVID-19**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

PENGARUH PERSUASI #RACUNTIKTOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI MASA PANDEMI COVID-19

(Studi Deskriptif Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia)

Auliya Kania Rachmawati

1701754

E-mail: auliyakaniar@upi.edu

ABSTRAK

Saat ini perkembangan media sosial dapat dikatakan sangat pesat, banyaknya jenis media sosial membuat kita tidak bisa berjauhan dengan penggunaan *smartphone*. Hadirnya media sosial Tiktok pada tahun 2016 membuat adanya jenis dan kegunaan baru dalam penggunaannya yaitu membuat video pendek dengan lagu dan mencantumkan tagar (#) di video yang telah dibuat. Salah satu tagar (#) yang sering dijumpai ialah #racuntiktok yang berisi tentang video *review* produk dengan kualitas produk bagus dan harga yang terjangkau sesuai manfaatnya. Maksud dari penelitian ini untuk melihat seberapa besar tingkat konsumtif mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia selama pandemi dengan adanya aplikasi Tiktok, penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif statistik. Hasil penelitian yang ditemukan berupa (1) persepsi mahasiswa terhadap adanya #racuntiktok termasuk kedalam kategori sedang yang dapat diartikan bahwa mahasiswa cukup banyak mengetahui dan tertarik untuk menggunakan aplikasi ini dengan beragam manfaatnya (2) tingkat konsumtif mahasiswa dari adanya #racuntiktok termasuk kedalam kategori sedang dimana #racuntiktok cukup banyak mempengaruhi keinginan dan keuangan mahasiswa untuk membeli barang di masa pandemi ini ; dan (3) terdapat pengaruh dari adanya #racuntiktok terhadap perilaku konsumtif di masa pandemi ini dengan hasil ketika #racuntiktok sedang populer maka hal itu mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif khususnya di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: #racuntiktok, perilaku konsumtif, mahasiswa

THE PERSUASION EFFECT OF #RACUNTIKTOK ON STUDENTS CONSUMPTION BEHAVIOR IN PANDEMIC COVID-19

(Descriptive Study of Universitas Pendidikan Indonesia Students)

Auliya Kania Rachmawati

1701754

E-mail: auliyakaniar@upi.edu

ABSTRACT

Social media is developing rapidly nowadays. It is proven that many types of social media, that make us as users unable to escape from using a smartphone. for the presence of social media named TikTok in 2016, has created new variants for making content like making short videos with songs and using the hashtag (#). One of the most popular hashtags (#) is #racuntiktok. This hashtag is contained about reviewing a product with good quality but at an affordable price. The purpose of this study is to find out how much the level of consumptiveness student at Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) during the pandemic after using TikTok apps. The research is using a quantitative approach with the statistic descriptive method. The results that have been found from this research are (1) Students perception of the existence of #racuntiktok is include in the medium category, which means that the students know and are interested using this application with a lot benefits on it. (2) The level of students consumption from existence of #racuntiktok iis include in the medium category, where this hashtag quite a lot affects desires and finances during the pandemic. and (3) there is an influence from the existence of #racuntiktok on consumptive behavior during the pandemic with the result when #racuntiktok is popular then it affects the consumptive behavior, especially among the students.

Keyword: #racuntiktok, Consumptive Behaviour, Students

DAFTAR ISI

HAK CIPTA	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PENGUJI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Struktur Organisasi Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Konsep Perilaku Konsumtif	9
2.2 Media Sosial Tiktok	12
2.3 Teori Komunikasi Persuasif.....	14
2.4 <i>Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)</i>	15

Auliya Kania Rachmawati, 2021

PENGARUH PERSUASI #RACUNTIKTOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI MASA PANDEMI COVID-19

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.5 Teori <i>Behavioral Sociology</i>	16
2.6 Teori <i>Uses and Gratification</i>	17
2.7 Mahasiswa.....	17
Penelitian Terdahulu	19
Kerangka Pikir	21
Hipotesis Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian.....	23
3.1.1 Pendekatan Penelitian	23
3.1.2 Metode Penelitian.....	23
3.2 Partisipan.....	24
3.3 Populasi dan Sampel	24
3.3.1 Populasi.....	24
3.3.2 Sampel.....	27
3.4 Instrumen Penelitian.....	28
3.4.1 Instrumen Variabel #Racuntiktok	28
3.4.1.1 Spesifikasi Instrumen	28
3.4.1.2 Pengisian dan Penyekoran Instrumen	29
3.4.2 Instrumen Variabel Perilaku Konsumtif	30
3.4.2.1 Spesifikasi Instrumen	30
3.4.2.2 Pengisian dan Penyekoran Instrumen	31
3.4.3 Definisi Operasional.....	32

3.4.3.1 #Racuntiktok	32
3.4.3.2 Perilaku Konsumtif	32
3.4.4 Proses Pengembangan Instrumen.....	33
3.4.4.1 Uji Validitas	33
3.4.4.2 Uji Reliabilitas	36
3.4.5 Sumber Data.....	37
3.4.6 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4.7 Prosedur Penelitian.....	38
3.5 Teknik Analisis Data Kuantitatif dan Pengujian Hipotesis	38
3.5.1 Uji Normalitas	38
3.5.2 Uji Linearitas.....	39
3.5.3 Uji Regresi Linear Sederhana	39
3.5.4 Analisis Koefisien Korelasi	39
3.5.5 Uji Hipotesis	40
3.5.6 Analisis Koefisien Determinasi	40
3.5.7 Analisis Data Deskriptif dengan Presentase	40
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Temuan.....	41
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	41
4.1.2 Analisis Data Variabel Penelitian	42
4.1.2.1 Tanggapan Mahasiswa UPI Terhadap Perilaku Konsumtif yang Disebabkan #Racuntiktok di Masa Pandemi Covid 19.....	44

4.1.2.2 Analisis Data Variabel X dan Variabel Y	72
4.1.3 Analisis Regresi Dan Pengujian Hipotesis.....	85
4.1.3.1 Uji Normalitas	85
4.1.3.2 Uji Linearitas.....	86
4.1.3.3 Uji Regresi Linear Sederhana	87
4.1.3.4 Uji Koefisien Korelasi.....	88
4.1.3.5 Uji Hipotesis	89
4.1.3.6 Uji Koefisien Determinasi.....	90
4.2 Pembahasan.....	90
4.2.1 Bagaimana persepsi mahasiswa terhadap #RacunTiktok terutama pada masa pandemi ini	91
4.2.2 Seberapa besar tingkat konsumtif mahasiswa UPI dalam membeli barang selama masa pandemi	93
4.2.3 Seberapa besar pengaruh dari persuasi #racuntikok terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UPI	95
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	98
5.1 Simpulan	98
5.2 Implikasi.....	99
5.3 Rekomendasi	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku dan Artikel Jurnal:

- Anggriyani, F. (2019). Pengaruh Media Sosial Instagram Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Siswi Sman 1 Makassar. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *II*(Ii), 34–47. <http://jurnal-umbuton.ac.id/index.php/Medialog/article/view/326>
- Fitria, E. M. (2015). Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, *3*(1), 117–128.
- Fransisca, & Suyasa, P. T. Y. S. (2017). Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Phronesis*, *7*(2), 172–199.
- Halimatussakdiyah, Martono, S., & Sudarma, K. (2019). Influence of life style and financial literacy to consumptive behavior through self control of Unisnu FEB College Students Jepara. *Journal Of Economic Education*, *8*(37), 75–80.
- Kristiani, N. (2017). Analisis Pengaruh Iklan di Media Sosial dan Jenis Media Sosial Terhadap Pembentukan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, *24*(2), 196 – 201. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Maulana, I., Manulang, J. M. br., & Salsabila, O. (2020). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. *Majalah Ilmiah Bijak*, *17*(1), 28–34. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Muliati, N. K. (2020). Pengaruh Perekonomian Indonesia di Berbagai Sektor Akibat Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). *Widya Akuntansi Dan Keuangan*, *2*(2), 78–86. <https://doi.org/10.32795/widyaakuntansi.v2i2.874>
- Mustofa. (2019). Peran Hashtag (#) Dalam Media Sosial Sebagai Upaya Branding
Auliya Kania Rachmawati, 2021
PENGARUH PERSUASI #RACUNTIKTOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI MASA PANDEMI COVID-19
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pustakawan. *Libraria*, 7(1), 19–38.

Rahmadanty, M., Arif, E., & Zetra, A. (2019). Compliance Gaining Dalam Persuasi Komunikasi Dan Kebijakan Publik Pemerintah Kota Bukittinggi Terkait Pembangunan Pasar Atas. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja*, 45(2), 167–176. <https://doi.org/10.33701/jipwp.v45i2.575>

Sholihuddin, M.H. (2016). *PROGRAM STUDI SOSIOLOGI UNIVERSITAS AIRLANGGA Semester Genap*. 071211431014.

Solihin. (2015). Terpaan Iklan Mendorong Gaya idup Konsumtif Masyarakat Urban. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi, Volume V N(2)*, 41–50. <https://repository.unikom.ac.id/30951/1/jurnal-4.pdf>

Sosiologi, J., & Volume, U. S. K. (2019). *JEAN BAUDRILLARD Indra Setia Bakti , Nirzalin , Alwi Sociology Department , Faculty of Social and Political Sciences Universitas Malikussaleh-Aceh Indonesia Email : A . Pendahuluan Semenjak kehidupan manusia ada di muka bumi , pada saat itulah praktik kon. 13*, 146–165.

Weimann, G., & Masri, N. (2020). Research Note: Spreading Hate on TikTok. *Studies in Conflict and Terrorism*, 0(0), 1–14. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2020.1780027>

2. Sumber Online dan Bentuk Lain:

10 Macam Media Sosial yang Paling Sering Digunakan Oleh Orang Indonesia. Diakses dari: <https://www.merdeka.com/jatim/10-macam-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-oleh-orang-indonesia-kln.html?page=all>

Fitri Irfani. (2011). Pengaruh Iklan Fashion Majalah Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 2 Kota Tangerang Selatan. (skripsi). Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Ilmu Dakwah, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Frederik Gerhad Sitorus. (2018). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap

Perilaku Anak (Studi pada Pengguna Aplikasi Tiktok Pada Remaja di Kota Medan). (skripsi).

Muhammad Pedy Purnama. (2021). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada Masa Pandemi Covid-19. Program Studi Psikologi Islam, Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. (skripsi)

Indonesia Sumbang Angka Unduhan Tiktok Terbanyak di Dunia. Diakses dari: <https://tekno.kompas.com/read/2020/09/11/15010037/indonesia-sumbang-angka-unduh-tiktok-terbanyak-di-dunia>

Mahasiswa. Diakses dari: <https://kbbi.web.id/mahasiswa>

Novel Coronavirus. Diakses dari: <https://www.who.int/indonesia/news/novel-coronavirus/qa-for-public>

Riset: 64% Penduduk Indonesia Sudah Pakai Internet. Diakses dari: <https://kumparan.com/kumparantech/riset-64-penduduk-indonesia-sudah-pakai-internet-1ssUCDbKILp>

Segala Hal tentang Tagar di Tiktok. Diakses dari: <https://starnage.com/segala-hal-tentang-tagar-di-tiktok/>

Update Covid-19 di Dunia 4 Oktober: 35,1 Juta Orang Terinfeksi, 1 Juta Meninggal | WHO Tegur Turki: Diakses dari: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/10/04/064657165/update-covid-19-di-dunia-4-oktober-351-juta-orang-terinfeksi-1-juta?page=all>.