BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini berfokus pada analisis penggunaan TikTok sebagai faktor pembentuk perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa Konsentrasi Marketing and Communication Universitas Buddhi Dharma angkatan 2021. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dijelaskan, bahp media sosial Tik Tok dapat membentuk perilaku konsumtif mahasiswa Konsentrasi Marketing and Communication 2021 Universitas Buddhi Dharma dalam belanja melalui penggunaan yang dilakukan mahasiswa yaitu untuk mencari hiburan, berinteraksi mencari informasi terbaru, mengikuti trend terbaru, mencari fakta baru atau tutorial untuk mengerjakan sesuatu serta mencari referensi untuk berbelanja ataupun kebutuhan sehari-hari yang dilakukan melalui menonton konten *influencer*, konten *review* produk dan melihat *live* orang berjualan. Penggunaan TikTok yang mampu memenuhi kebutuhan pengguna membuat pengguna menjadi ketergantungan dalam menggunakan TikTok dengan konten promosi rekomendasi produk yang terus muncul sesuai referensi pengguna, sehingga mengubah pola konsumsi mahasiswa, yaitu cenderung mengonsumsi secara konsumtif.

Selain itu, Tik Tok dapat membentuk perilaku konsumtif mahasiswa Konsentrasi Marketing and Communication 2021 Universitas Buddhi Dharma dalam belanja online melalui perilaku belanja yang dilakukan mahasiswa berdasarkan faktor-faktor internal dan eksternal pembentukan perilaku konsumtif dan sesuai dengan indikator perilaku konsumtif. Faktor internal yaitu faktor psikologis (motivasi, persepsi, sikap dan kepercayaan) dan faktor pribadi (usia, pekerjaan, kepribadian dan preferensi) serta faktor eksternal yaitu faktor kebudayaan, faktor kelas sosial dan faktor keluarga. Indikator perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumartono, dari delapan indikator perilaku

konsumtif, yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan, membeli berdasarkan pertimbangan harga, membeli produk untuk menjaga status, membeli produk karena adanya unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, penilaian bahwa produk yang mahal meningkatkan rasa percaya diri dan keinginan mencoba dua produk dengan jenis yang sama namun merek yang berbeda, hasil analisis menunjukkan terdapat 6 dari 8 indikator yang sesuai dengan informan.

Implikasi dari penggunaan media sosial TikTok secara psikologis, mahasiswa merasa lebih percaya diri dan puas setelah membeli barang yang sedang viral dan mengikuti tren terkini, namun tidak jarang juga mengalami penyesalan karena barang yang dibeli tidak berguna dan tidak terpakai dalam jangka waktu yang panjang serta adanya perubahan pola konsumsi dan penggunaan TikTok yang menyebabkan kecanduan karena dalam 2-3 jam mahasiswa terpengaruh konten yang ada di TikTok yang berupa konten pemasaran, gaya hidup dan citra, mengakibatkan mahasiswa mengalami perubahan pola konsumsi dimana barang yang dibeli tidak berdasarkan kegunaannya namun karena keinginan menunjukkan status atau citra diri yang sejalan dengan teori masyarakat konsumsi oleh Jean Baudrillard.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan baik bagi mahasiswa maupun peneliti selanjutnya. Berikut beberapa saran yang dapat peneliti berikan :

1. Saran untuk Mahasiswa

   Mahasiswa perlu lebih sadar dalam menggunakan media sosial khususnya TikTok, karena TikTok sekarang tidak hanya sebagai platform hiburan namun juga media untuk promosi dan gaya hidup konsumtif, disarankan mahasiswa agar dapat lebih selektif dalam menggunakan media sosial, menyikapi dan mengambil keputusan setelah menonton konten dan membatasi intensitas menonton konten yang dapat memicu dorongan konsumtif. Selain itu mahasiswa juga diharapkan tidak hanya menjadi konsumen pasif dari tren media sosial, tetapi juga memiliki kesadaran atas finansial dari perilaku konsumsi yang tidak terkontrol.

   Peneliti juga ingin menyarankan agar mahasiswa lebih mengurangi intensitas dalam menggunakan media sosial khususnya TikTok serta lebih memahami bagaimana algoritma suatu media sosial khususnya TikTok, agar tidak mudah terbawa arus konten viral yang dapat mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa bahkan mendorong untuk berperilaku konsumtif, dengan demikian mahasiswa dapat menjadi pengguna yang cerdas dan bijak dalam mengelola perilaku konsumsi di era digital. Mahasiswa disarankan untuk membeli barang karena kebutuhan bukan karena keinginan.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya

   Penelitian selanjutnya dapat meneliti dengan konteks yang berbeda seperti kelompok usia remaja (bukan mahasiswa) yang juga merupakan pengguna aktif TikTok. Peneliti selanjutnya juga dapat lebih fokus pada jenis konten tertentu untuk melihat bagaimana dampaknya secara spesifik terhadap perilaku konsumsi dalam satu kategori produk saja.

DAFTAR PUSTAKA

Agustini, Grashinta, A., Putra, S., & Sukarman. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*.

Aprilia Anggraeni, L. (2023). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Tantangan Kompetisi dan Risiko Monopoli dalam Transformasi Digital E-Commerce dengan Studi Kasus Aplikasi TikTok di Indonesia*. http://jurnal.untirta.ac.id/indelx.php/jsm

Arjuna, B., Saputra Mulyadi, B., Asardan, M. H., Adristina, N., Sekarwangi, N., Abyan, R., Ardana, Z., Hanafi, R., & Khaerani, S. (2024). Pengaruh Algoritma Rekomendasi terhadap Personalisasi Konten Digital di TikTok pada Mahasiswa Sistem Informasi UNNES. *Jurnal Potensial*, *3*(1). http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial

Ayu, S. (2019). *7 Pengaruh Media Massa terhadap Perubahan Sosial dan Budaya*. https://pakarkomunikasi.com/pengaruh-media-massa-terhadap-perubahan-sosial

Boeker, M., & Urman, A. (2022). An Empirical Investigation of Personalization Factors on TikTok. *WWW 2022 - Proceedings of the ACM Web Conference 2022*, 2298–2309. https://doi.org/10.1145/3485447.3512102

Darwanto, A., Lestari, D., & Nurhidayah, O. (2022). *ONLINE CONSUMER BEHAVIOR DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI E-COMMERCE*. *1*(2), 133–146. https://doi.org/10.1234/jdbim.v1i2.50501

Djalal, T., Adam, A., & A Kamaruddin, S. (2022). Masyarakat Konsumen dalam Perspektif Teori Kritis Jean Baudrillard. *Indonesian Journal of Social and Educational Studies* .

Gede, I., Sudipa, I., & Rahman, A. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. https://www.researchgate.net/publication/377223521

Hakim, M. (2022). *Jean Baudrillard: Asumsi dalam Mengonsumsi*. https://lsfdiscourse.org/jean-baudrillard-asumsi-dalam-mengonsumsi/

Harahap, D. A., & Amanah, D. (2018). Perilaku Belanja Online di Indonesia : Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* |, *9*(2), 2301–8313. https://doi.org/10.21009/JRMSI

Harianto, J., Suda, I. K., & Indiani, N. M. (2022). Maintaining cultural identity of Tionghoa Singkawang society in West Jakarta. *International Journal of Health Sciences*, 1931–1940. https://doi.org/10.53730/ijhs.v6ns7.11759

Hendrawan, N. T. (2023). *TikTok Pengaruhi Perilaku Konsumen dan Bisnis Digital Ibu Rumah Tangga*.

Indriyani, R., & Suri, A. (n.d.). *Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian melalui Motivasi Konsumen pada Produk Fast Fashion*. https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25─34

Iqbal, R. (2020). *Artikel Algoritma dan Bahasa Pemrograman*.

Kediri Press, I. (2022). E Commerce dan Perilaku Konsumtif. In *Naning Fatmawatie*.

Kussanti, D. P. (2021). *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial : Saring Dulu Sebelum Sharing*.

Madhinatul Ilmi, N. (2023). *Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi TikTok (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar)*.

Maulana, R., & Hariyanto, D. (2024). Tren TikTok: Mengurai Perilaku Remaja di Era Digital. In *CONVERSE: Journal Communication Science* (Issue 1).

Melinda, Lesawengen Lisbeth, & Waani J. Foony. (2022). Perilaku Konsumtif dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja di Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal Ilmiah Society*, *2 No 1*.

Nirmala Sari, I. (2023). *Sejarah TikTok dari Aplikasi Negeri Panda hingga Mendunia* .

Nurhasanah, A. (2024). *Definisi Online Shopping Menurut Para Ahli*.

Pellegrino, A., Abe, M., & Shannon, R. (2022). The Dark Side of Social Media: Content Effects on the Relationship Between Materialism and Consumption Behaviors. *Frontiers in Psychology*, *13*, 3. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.870614

Qorib, F., & Ayu Devina, S. (2025). *Pengantar Komunikasi Massa* (pp. 216–218).

Rahma, A., Azizi, H., Wulandari, L., Sahertian, N., & Sumanti, W. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa. *Cenderawasih Journal of Counseling and Education*, *2*(2). https://doi.org/10.31957/cjce.v2i2.2647

Sugiyono. (2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

Syafrida Lubis, N., Rohani, L., & Devianty, R. (2022). Motif Pengguna Aplikasi TikTok di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, *1*(12), 2835–2844. https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i12.438

Taprial Varinder, & Kanwar Priya. (2012). *Understanding Social Media* (p. 8).

Umanailo, M. C. B. (2019). *Pemikiran-Pemikiran Karl Marx*. https://doi.org/10.31219/osf.io/5q2ts

Wardani, L. M. I. dan A. R. (2021). *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*.

We Are Social. (2024). *Digital 2024 Indonesia*.

Yulistiyono, A. (2021). *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial : Saring Dulu Sebelum Sharing*.

Zhong, B. (2021). *Social Media Communication: Trends and Theories* (p. 15).

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
UBD

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas

Nama	: Chellia Johan
NIM	: 20210400008
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Tempat/Tanggal Lahir	: Tangerang, 15 Juli 2003
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Buddha
Alamat	: Jl Asoka Blok C, Poris Indah, Tangerang
No Telp	: 081299788681
E-mail	: chellia.johan8@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan Formal

1. TK Mutiara Bangsa School 1 (Lulus Tahun 2009)
2. SD Mutiara Bangsa School 1 (Lulus Tahun 2015)
3. SMP Mutiara Bangsa School 1 (Lulus Tahun 2018)
4. SMK Mutiara Bangsa School 1 (Lulus Tahun 2021)
5. S1 Universitas Buddhi Dharma

C. Pengalaman Kerja

1. Praktik Kerja Lapangan PT Shanuka Travel : Januari 2020 – Maret 2020
2. Admin online shop : Februari 2021 – Mei 2024
3. Asisten Guru Global Education : Mei 2024 – sekarang

LAMPIRAN

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang
021 5517853 / 021 5586822 admin@buddhidharma.ac.id

KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20210400008
Nama Mahasiswa : CHELLIA JOHAN
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : Strata Satu
Tahun Akademik/Semester : 2024/2025 Genap
Dosen Pembimbing : Jeni Harianto, S.Pd.,M.Pd
Judul Skripsi : Analisis Penggunaan Media Sosial Tik Tok sebagai Faktor Pembentuk Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma angkatan 2021 dalam Belanja Online

Tanggal	Catatan	Paraf
2025-03-10	Revisi BAB I pendahuluan pada Rumusan masalah	
2025-03-26	Memperbaiki BAB II kerangka Teori tentang Dampak positif dan negatif dari TIK TOK membentuk perilaku	
2025-04-08	Revisi BAB I dan II	
2025-04-15	BAB I dan II sudah ok, mulai membuat BAB III mulai dengan pedoman wawancara	
2025-04-24	Tambahkan BAB III untuk metode penelitian	
2025-04-29	Membahas wawancara dan BAB II	
2025-05-16	Konsultasi BAB IV	
2025-05-22	Pembahasan BAB IV	
2025-06-03	Pemeriksaan pada BAB IV	

Mengetahui
Ketua Program Studi

Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom

Tangerang, 24 June 2025
Pembimbing

Jeni Harianto, S.Pd.,M.Pd

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Kreativitas Membangkitkan Inovasi

August 19th, 2025

Editor Explanation:

Dear Chellia,
Thank you for your trust in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID	:	20210400008
Faculty/Study Program:		Social Sciences and Humanities/Communication Sciences
Title	:	Analisis Penggunaan Media Sosial TikTok sebagai Faktor Pembentuk Perilaku Konsumtif Mahasiswa Konsentrasi Marketing and Communication Universitas Buddhi Dharma
Type	:	Thesis

Turnitin suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count	: 21988
Character Count	: 138615
Similarity Index	: 12%
Internet Source	: 11%
Publication	: 5%
Student Paper	: 5%
Exclude quotes	: Off
Exclude bibliography	: Off
Exclude matches	: Off

This report provides results of literature similarity assessment, if the results show an unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committee may re-examine your literature.

Thank you for your attention and cooperation.

Sincerely,

Shenny Ayunuri Beata Sitinjak, S.S., M.M., M.Hum.
Faculty of Social Sciences and Humanities
Buddhi Dharma University (UBD)

LEMBAR PERSETUJUAN WAWANCARA INFORMAN

Pernyataan kesediaan menjadi informan penelitian yang berjudul :

ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI FAKTOR PEMBENTUK PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA KONSENTRASI MARKETING AND COMMUNICATION UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA ANGKATAN 2021 DALAM BELANJA ONLINE

Identitas Informan

Nama : Katherine Jemimah Setiadi

Usia : 21 tahun

Status : Mahasiswi Universitas Buddhi Dharma

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan setuju dan bersedia untuk menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudari Chellia Johan. Saya menyadari bahwa wawancara ini tidak merugikan saya selaku pihak yang diwawancarai maupun dari pihak peneliti yang mewawancarai. Informasi wawancara ini akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Demikian surat pernyataan persetujuan ini saya tanda tangani dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.

Tangerang, 2 Mei 2025

Katherine Jemimah Setiadi

LEMBAR PERSETUJUAN WAWANCARA INFORMAN

Pernyataan kesediaan menjadi informan penelitian yang berjudul :

ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI FAKTOR PEMBENTUK PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA Konsentrasi MARKETING AND COMMUNICATION UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA ANGKATAN 2021 DALAM BELANJA ONLINE

Identitas Informan

Nama : Jeremiah Martin Susanto

Usia : 24 tahun

Status : Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan setuju dan bersedia untuk menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudari Chellia Johan. Saya menyadari bahwa wawancara ini tidak merugikan saya selaku pihak yang diwawancarai maupun dari pihak peneliti yang mewawancarai. Informasi wawancara ini akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Demikian surat pernyataan persetujuan ini saya tanda tangani dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.

Tangerang, 6 Mei 2025

Jeremiah Martin Susanto

LEMBAR PERSETUJUAN WAWANCARA INFORMAN

Pernyataan kesediaan menjadi informan penelitian yang berjudul :

ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI FAKTOR PEMBENTUK PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA KONSENTRASI MARKETING AND COMMUNICATION UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA ANGKATAN 2021 DALAM BELANJA ONLINE

Identitas Informan

Nama : Vannisia Cong

Usia : 22 tahun

Status : Mahasiswi Universitas Buddhi Dharma

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan setuju dan bersedia untuk menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudari Chellia Johan. Saya menyadari bahwa wawancara ini tidak merugikan saya selaku pihak yang diwawancarai maupun dari pihak peneliti yang mewawancarai. Informasi wawancara ini akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Demikian surat pernyataan persetujuan ini saya tanda tangani dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.

Tangerang, 9 Mei 2025

Vannisia Cong

LEMBAR PERSETUJUAN WAWANCARA INFORMAN

Pernyataan kesediaan menjadi informan penelitian yang berjudul :

ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI FAKTOR PEMBENTUK PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA KONSENTRASI MARKETING AND COMMUNICATION UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA ANGKATAN 2021 DALAM BELANJA ONLINE

Identitas Informan

Nama : Feby Priscilla Orlanda

Usia : 22 tahun

Status : Mahasiswi Universitas Buddhi Dharma

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan setuju dan bersedia untuk menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudari Chellia Johan. Saya menyadari bahwa wawancara ini tidak merugikan saya selaku pihak yang diwawancarai maupun dari pihak peneliti yang mewawancarai. Informasi wawancara ini akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Demikian surat pernyataan persetujuan ini saya tanda tangani dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.

Tangerang, 12 Mei 2025

Feby Priscilla Orlanda

LEMBAR PERSETUJUAN WAWANCARA INFORMAN

Pernyataan kesediaan menjadi informan penelitian yang berjudul :

ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI FAKTOR PEMBENTUK PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA KONSENTRASI MARKETING AND COMMUNICATION UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA ANGKATAN 2021 DALAM BELANJA ONLINE

Identitas Informan

Nama : Nara Kovida Widjaja

Usia : 21 tahun

Status : Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan setuju dan bersedia untuk menjadi informan dalam penelitian yang dilakukan oleh saudari Chellia Johan. Saya menyadari bahwa wawancara ini tidak merugikan saya selaku pihak yang diwawancarai maupun dari pihak peneliti yang mewawancarai. Informasi wawancara ini akan dijaga kerahasiaannya oleh peneliti serta hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Demikian surat pernyataan persetujuan ini saya tanda tangani dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.

Tangerang, 13 Mei 2025

Nara Kovida Widjaja

Pedoman Wawancara

1. Media sosial apa yang paling sering digunakan?
2. Alasan memilih media sosial tersebut?
3. Aktivitas apa yang sering dilakukan saat menggunakan TikTok?
4. Berapa lama waktu yang dihabiskan dalam menggunakan TikTok dalam sehari?
5. Apa konten yang sering dilihat di TikTok?
6. Konten apa yang sering mempengaruhi anda untuk berbelanja?
7. Apakah anda mengikuti akun tertentu untuk mencari rekomendasi belanja?
8. Apakah sering melihat konten yang menggambarkan gaya hidup tertentu?
9. Apa yang dirasakan secara aspek psikologis setelah menonton konten seperti review produk dan lainnya di TikTok?
10. Apakah pernah membeli produk karena melihat konten di TikTok? Boleh diceritakan contohnya?
11. Apakah dengan menonton konten di TikTok jadi lebih sering belanja atau membentuk perilaku konsumtif?
12. Apakah ada perubahan dalam pola konsumsi karena menggunakan TikTok?
13. Apakah barang yang sering dibeli berkaitan dengan kebutuhan pribadi atau lebih kepada simbol/status dari barang tersebut?
14. Seberapa sering melakukan kegiatan belanja? Apa Platformnya?
15. Biasanya konsumsinya kearah mana? fashion, makeup atau kesehatan atau lainnya?
16. Apakah merk menjadi penentu anda jika ingin membeli produk?
17. Pernahkah anda membeli barang karena “tren”, “estetik” atau “keren” dan seberapa sering? contoh produknya apa?
18. Apakah dengan anda membeli sesuatu bisa meningkatkan rasa percaya diri atau diterima dalam lingkungan sosial?

19. Bagaimana anda membedakan antara kebutuhan dan keinginan saat membeli barang?
20. Apa dampak yang anda rasakan saat terlalu sering melakukan belanja online?
21. Apakah anda pernah membeli barang-barang yang viral di TikTok dengan tujuan merepresentasikan status sosial atau gaya hidup tertentu?
22. Setelah membeli barang tertentu apakah anda merasa barang tersebut memberi nilai/kepuasan yang bertahan lama atau hanya sesaat?
23. Setelah beberapa waktu, apakah barang yang anda beli sekarang memang dibutuhkan atau karena keinginan?
24. Bila sadar, apa yang akan anda lakukan untuk mengurangi perilaku konsumtif tersebut?

Transkrip Hasil Wawancara

Hasil Transkrip Wawancara dengan informan pertama :

Nama : Katherine Jemimah Setiadi

Status : Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Konsentrasi Marketing and Communication Angkatan 2021

Waktu : 2 Mei 2025

Proses : Wawancara tatap muka

1. Media sosial yang paling sering digunakan?
   = “TikTok dan Instagram”
2. Alasan memilih media sosial tersebut?
   = “karena ada berupa gambar, video, terus informatif juga entah itu kontennya tentang penawaran produk, produk atau tentang daily, vlog sama video lucu sih yaa menghibur apalagi abis capek kerja ya, pas scroll tiktok liat video lucu jadi berkurang lah rasa capeknya terus kontennya juga variatif kita bisa lihat banyak konten disitu terus biasanya eye catching juga cukup memanjakan mata dan cukup up to date sih”

3. Apa aktivitas yang sering dilakukan saat menggunakan TikTok?

   = “saya sih cuman scrolling, saya bukan bikin konten gitu, biasanya scrolling tergantung algoritma sih kadang kalau saya butuh informasi tentang apa saya search di tiktok gitu, misalkan skincare ini biasanya muncul sesuai apa yang saya cari dan itu cukup akurat dan informatif sih, terus juga sering dm sama temen buat saling share video lucu atau rekomendasi produk bagus gitu”

4. Berapa lama waktu yang dihabiskan saat menggunakan TikTok?

   = “scrolling 3-4 jam dalam sehari tapi tidak terus-terusan kalau ditotalin dalam sehari”

5. Apa konten yang sering dilihat di TikTok?

   = “kalau di tiktok saya algoritma yang sering muncul itu skincare, baju outfit , fashion ya makeup juga ya berita-berita yang lagi viral atau hal-hal lucu gitu komedi”

6. Konten apa yang sering mempengaruhi anda untuk berbelanja?

   = “konten pemasaran kayak misalnya influencer di endorse mungkin atau ga diendorse sekedar review jujur aja, nah itu biasanya yang membuat tertarik untuk belanja apalagi pembawaan influencernya yang meyakinkan, terus misalkan skincare dikasih tau perubahan efeknya di video itu nah itu biasanya cukup meracuni saya untuk membeli, atau misalkan makeup misal cushion setelah dicoba dipake tu hasilnya bagus terlihat di video itu biasanya cukup mempengaruhi atau produk-produk yang lagi viral atau hype itu kan biasanya terus-terusan muncul gitu, itu biasanya cukup mempengaruhi untuk belanja yang akhirnya bikin saya jadi checkout, sering juga tuh saya sengaja like atau saya save konten yang produk yang menurut saya eye catching supaya lain kali bisa cek terus beli disaat dibutuhkan, kayak misalnya catokan atau alat makeup gitu”

7. Apakah ada follow akun tertentu untuk rekomendasi belanja?

   = “ga banyak tapi ga inget username”

8. Apakah sering melihat konten yang menggambarkan gaya hidup tertentu?

= “sering karena algoritma itu sesuai dengan apa yang kita cari, preferensi kita nah karena saya cukup concern di makeup, skincare dan fashion jadi yang cukup sering muncul ya seputar itu”

9. Apa yang dirasakan saat melihat konten seperti review produk, haul dan lainnya? Apakah anda merasa harus membeli produk tersebut dan mengapa?

   = “yang dirasakan yaa sering tertarik, mungkin ga beli langsung tapi cukup tertarik cukup nyari-nyari tau tentang produknya entah itu fashion skincare atau makeup, terus mungkin baru deh berpikir-pikir mau beli ga ya?”

10. Apakah pernah membeli produk karena melihat konten di TikTok? Boleh diceritakan contohnya?

    = “sering sih contohnya baru-baru ini saya beli produk skincare peeling serum dari loreal yang warna pink nah itu baru release dan lagi cukup viral dan sering muncul di fyp tiktok saya nah yauda karena banyak influencer yang review peeling tersebut yaudah, terus warnanya kan pink lucu bagi saya yauda saya mau coba akhirnya saya beli, jadi itu karena sering muncul terus influencer yang mereview itu cukup meyakinkan dan ada nama jadi tertarik buat beli, terus juga kayak rekomendasi moisturizer untuk masalah skin barrier rusak merk effaclar nah itu saya beli karena rekomendasi influencer sih katanya bagus, jadi beli”

11. Apakah ada perubahan dalam pola konsumsi karena menggunakan TikTok?

    = “jujur iya kalau dipikirin andaikan saya ga liat tiktok yang isinya konten pemasaran/produk mungkin pengeluaran saya akan lebih sedikit ya karena kan kita hidup di zaman serba teknologi ibaratnya siapa yang gatau tiktok, siapa yang gapunya tiktok pasti mostly punya ya itu sangat mempengaruhi sih apalagi setiap hari pasti buka tiktok , scrolling tiktok dan pasti ada produk-produk yang nyantol di fyp saya”

12. Pernahkah anda merasa membeli sesuatu karena produk tersebut mewakili simbol/nilai tertentu? Tolong jelaskan

= “pernah jadi waktu itu beli 1 brand skincare lah ya yang cukup terkenal dan terkenal mahal itu tuh kayak merasa kalau kulit gw nih mahal nih, ga cuman skincare sih tapi misalkan makeup misal merknya tirtir itu kan merk yang mahal ya yang high end juga pasti ada rasa lebih percaya diri, lebih makeup lebih flawless dibanding biasa”

“mungkin ga pamer secara langsung ya mungkin dengan dibawa aja dan orang liat pasti muji dan pasti ada rasa seneng ketika di puji”

13. Seberapa sering melakukan kegiatan belanja?

    = “10 x seinget saya”

14. Apakah merk menjadi penentu anda jika ingin membeli produk?

    = “tentu, namun tidak selalu. Jika merknya terkenal atau sering saya dengar pastinya saya lebih percaya akan kualitasnya sehingga jadi lebih yakin untuk membeli”

15. Biasanya konsumsinya kearah mana? fashion, makeup atau kesehatan atau lainnya?

    = “skincare ,makeup atau ga fashion”

16. Apakah barang yang sering dibeli berkaitan dengan kebutuhan pribadi atau lebih kepada simbol/status dari barang tersebut?

    = “sebenernya awalnya karena kebutuhan pribadi, tapi kalau pengakuan orang setelah orang tau kita beli produk ini sebenarnya itu efek samping setelahnya aja sih, nilai plus setelahnya aja yang kita terima”

17. Apakah pernah membeli barang karena bukan kebutuhan tapi lebih keinginan aja?

    = “cukup sering beli barang karena keinginan”

18. Pernahkah anda membeli barang karena “tren”, “estetik” atau “keren” dan seberapa sering? contoh produknya apa?

    = “pernah contohnya saya beli kemeja yang bentuknya fit model whispy nah itu kan lagi banyak banget orang pake keliatannya bagus ngebentuk badan nah yauda karena liat orang-orang pake jadi pengen juga terus waktu itu sempet

kekecilan akhirnya saya tuker nah setelah tuker lumayan pas tu, terus jadi puas dan emang bagus"

19. Bagaimana anda membedakan antara kebutuhan dan keinginan saat membeli barang?

    = "bisa sih, kebanyakan barang yang saya beli karena butuh misal cushion saya udah abis saya beli lagi, skincare saya udah abis saya beli atau produk skincare yang saya pakai sudah kurang mempan yauda saya cari lagi yang kira-kira lebih bagus, keikut trend tiktok padahal ga butuh-butuh banget ga terlalu sering karena awalnya punya kebutuhan aja jadi iya cuman kepengen aja"

20. Aplikasi apa yang digunakan untuk belanja online?

    = "lewat tiktokshop pernah beberapa kali beli baju catokan, kalau shopee lebih sering sih"

21. Apa dampak yang anda rasakan saat terlalu sering melakukan belanja online?

    = "jadi lebih boros karena kan kalau beli online ntah shopee/tiktok otomatis ketika mau beli itu ada rekomendasi barang-barang lain kan nah otomatis mata kita pasti ngeliat lah iyaya ini bagus loh atau ini lebih murah atau lebih berbagai macam variasi, nah itu jadi faktor pendorong untuk beli yang lain atau beli lagi yang lain"

22. Setelah membeli barang tertentu apakah anda merasa barang tersebut memberi nilai/kepuasan yang bertahan lama atau hanya sesaat?

    = "untuk beberapa barang yang memang saya butuh ya tentunya kepuasannya bertahan lama karena memang saya butuh jadi tidak ada penyesalan, tapi kalau barang-barang yang memang pure karena keracunan, liat orang pakai bagus contohnya saya beli bulu mata palsu yang extention kit sendiri, sebenarnya ga perlu-perlu banget tuh tapi karena keracunan itu influencer di tiktok pada bilang ini natural banget terus pakenya gampang gitukan yauda jadinya kayaknya pengen deh soalnya bulu mata saya kan kurang lentik yaudah, saya akui lebih condong ke keinginan sih dibanding kebutuhan gitu nah itu jadi nyesel sih jatohnya dan itu bukan di case bulu mata aja ada beberapa case yang mirip abis beli nyesel sebenarnya ga butuh-butuh amat kenapa beli yaa"

23. Setelah beberapa waktu, apakah barang yang anda beli sekarang memang dibutuhkan atau karena keinginan?

    = “ga juga sih, barang2 yang saya beli 70% karena saya butuh, 30% karena saya ingin”

24. Apa yang akan anda lakukan untuk mengurangi perilaku konsumtif tersebut?

    = “mungkin dengan pas misal kita scroll tiktok terus liat barang yang menarik itukan tentu saja pasti sering terjadi, saya pun begitu, tapi coba berpikir kembali sebelum kita checkout bener-bener butuh atau tidak, bener-bener direfleksikan jadi jangan sampai sering membuang uang untuk hal yang ga betul-betul kita butuhkan gitusih paling cara saya, kalau untuk ga buka tiktok sama sekali kan susah ya, mungkin cara lainnya adalah dengan jangan sering-sering lagi mencari produk tertentu biar algoritmanya ga tentang produk-produk terus jadi itu kan mengurangi konsumtif kita”

Transkrip Wawancara

Hasil Transkrip Wawancara dengan informan kedua :

Nama : Jeremiah Martin Susanto

Status : Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Konsentrasi Marketing and Communication Angkatan 2021

Waktu : 6 Mei 2025

Proses : Wawancara tatap muka

1. Media sosial apa yang paling sering digunakan?
   "TikTok"
2. Alasan memilih media sosial tersebut?
   "Soalnya TikTok itu lebih luas jangkauannya. Jangkauan kayak penjualan, konten-konten yang menarik. Lebih luas dari media sebelah lah"
3. Aktivitas apa yang sering dilakukan saat menggunakan TikTok?
   "Lebih ke scroll-scroll, terus liat konten yang berbau komedi, informasi terkini, kayak berita viral, berita politik gitu, pemasaran juga termasuk. Terus lebih banyak nonton orang live soalnya seru kadang livenya ada yang lucu, terus banyak orang kasih gift gitu kayak contoh yang jualan baju batik tuh sering di

kasih gift, kadang juga abis nonton orang live itu, saya jadi belanja, kadang juga saya suka nyari info terbaru lewat TikTok, karena di TikTok suka langsung muncul apa yang mau kita cari udah kayak google"

4. Berapa lama waktu yang dihabiskan dalam menggunakan TikTok dalam sehari?
   "Biasanya bisa lebih dari 3 jam sih"

5. Apa konten yang sering dilihat di TikTok?
   "Dark jokes, komedi, sama produk-produk affiliate gitu, tapi yang paling saya suka biasanya konten dark jokes karena sesuai sama humor saya juga dan menghibur juga jadi suka ketawa sendiri, karna saya sering nonton dark jokes jadi banyak konten-konten yang muncul di saya ya ituu"

6. Konten apa yang sering mempengaruhi anda untuk berbelanja?
   "konten fashion, smartwatch, HP, baju, kemeja oblong, Sepatu, tapi kadang kalau belum ada duitnya biasa saya save dulu videonya kayak wishlist gitu lah, nanti kalau udah ada dananya baru tuh saya cek lagi videonya terus beli dah"

7. Apakah anda mengikuti akun tertentu untuk mencari rekomendasi belanja?
   "Follow Kayak kick Avenue,Uncharted, Sepatu, sneakers, baju juga baju branded. Sama Ricky's Clown merk baju luxury"

8. Apakah sering melihat konten yang menggambarkan gaya hidup tertentu?
   "sering sih liat konten influencer tentang gaya hidup, kayak promosi baju, jam tangan, yaa fashion gitu, itu kan termasuk gaya hidup juga kan"
9. Apa yang dirasakan saat melihat konten seperti review produk, haul dan lainnya? Apakah anda merasa harus membeli produk tersebut?

"Sering, iya saya sering merasa pengen beli, ketinggalan kalau ga beli barang selain itu ya, lebih ke arah... Mau niru dia sih, terus kalau bisa, saya punya semua barang yang dipakai dia, kalau memang mampu saya akan membelinya"

10. Apakah pernah membeli produk karena melihat konten di TikTok? Boleh diceritakan contohnya?

    "pernah, Jadi awal kita buka TikTok ya, tiba-tiba di beranda kita itu muncul orang jualan baju lah. Contohnya beli baju, sepatu, jam, terus juga model kemeja yang lagi ngetrend sekarang. Jadi kita nonton sebentar, dia memasarkannya tuh kayak wow gitu. Jadi orang yang jual itu merangsang kita untuk membeli gitu. Terkadang abis nonton konten saya masukin keranjang dulu, kadang-kadang langsung checkout juga"

11. Apakah ada perubahan dalam pola konsumsi karena menggunakan TikTok?

    "Sepertinya iya sih lebih konsumtif, jadinya sering belanja karena TikTok itu lebih mencakup penonton-penontonnya untuk bisa membeli produk yang ada di keranjang kuningnya dan kalau dibandingkan sebelum pakai TikTok nggak selama pas saya pakai TikTok sih. Nggak selama yang sekarang saya pakai di TikTok, lebih lama saat pakai TikTok dibanding belum pakai"

12. Pernahkah anda merasa membeli sesuatu karena produk tersebut mewakili symbol/nilai tertentu? Tolong jelaskan

    " Pasti sih, karena kita melihat contohnya orang itu membuat konten juga kelihatan wow gitu. Jadi kita ingin menirunya gitu Atau copy paste lah gaya dia kalau bisa contohnya beli Sepatu merk New Balance pasti ada rasa bangga sendiri karena bisa beli barang branded"

13. Seberapa sering melakukan kegiatan belanja? Online/offline

    "Sebulan bisa 3-4 kali di Zalora"

14. Biasanya konsumsinya kearah mana? fashion, makeup atau kesehatan atau lainnya?

“ di Zalora biasa saya beli baju sih kayak merk Lacoste”

15. Apakah merk menjadi penentu anda jika ingin membeli produk?

    “Sangat. Karena merek itu, merek tersebut yang saya beli itu menjamin kualitas orinya, terus terjangkau untuk harganya, terus tahan lama.”

16. Apakah barang yang sering dibeli berkaitan dengan kebutuhan pribadi atau lebih kepada simbol/status dari barang tersebut?

    “Kebutuhan dan simbol sih. Karena mencakup kebutuhan terus simbolnya juga mencerminkan lebih ke arah.. Ini punya aura brandnya itu. Punya nama lah, contohnya kaos merk lacoste saya udah punya model 1 ini nah cuman karena liat modelnya lebih bagus, keren dan lebih ciamik jadi saya beli lagi model lain”

17. Pernahkah anda membeli barang karena “tren”, “estetik” atau “keren” dan seberapa sering? contoh produknya apa?

    “Kalau barang viral yaa kadang-kadang, tergantung mood sih, kemarin sempet juga beli sekali boneka labubu karena viral dan saya melihat ada target pasar juga jadi bisa dijadikan untuk bisnis, jadi ya bisa dijual lagi”

18. Apakah dengan anda membeli sesuatu bisa meningkatkan rasa percaya diri atau diterima dalam lingkungan sosial?

    “ada perasaan seperti itu, kayak beli sepatu gitu ya yang branded dan dengan pakai sepatu branded jadi pride tersendiri sih. Karena kata orang ini mahal, kata orang ini kw. Tapi saya bisa membuktikan kalau ini saya bisa beli dan itu ori.”

19. Bagaimana anda membedakan antara kebutuhan dan keinginan saat membeli barang?

    “ kadang saya bedainnya dengan cara pembeliannya sih, misalnya kalau memang kebutuhan saya bedain dengan cara belanja offline, ke toko offline jadi saya bisa membudgetkan seberapa besar kebutuhan saya, contohnya seperti makanan-makanan. Mungkin makanan ringan buat ngemil. Terus minuman kayak kopi segala macam gitu. Itu kebutuhan sih karena mencakup. Supaya kita

lebih fokus. Kalau untuk keinginan paling seperti kayak tadi ya. Saya beli sepatu, beli baju. Itu lebih ke keinginan kebanyakan. Kalau untuk kebutuhan ya pasti lebih ke makanan, minuman. Yang sifatnya offline lah."

20. Apakah anda sadar bahwa sekarang lebih konsumtif?

    " iya sadar jadi lebih konsumtif, cuman kesadaran itu kadang-kadang ada kadang-kadang hilang, tergantung orang tua telepon apa enggak"

21. Apa dampak yang anda rasakan saat terlalu sering melakukan belanja online?
    "Jadi pride tersendiri sih. Karena kata orang ini mahal, kata orang ini kw. Tapi saya bisa membuktikan kalau ini saya bisa beli dan itu ori. Selain itu kadang saya merasa menyesal karena sudah boros ketika sudah di pertengahan bulan, karena uang jajan sudah mau habis, kayak kenapa ya waktu itu beli"
22. Setelah membeli barang tertentu apakah anda merasa barang tersebut memberi nilai/kepuasan yang bertahan lama atau hanya sesaat?
    "Kalau yang jangka panjang seperti kayak headset, HP, sama smartwatch. Yang sesaat, baju sih karena baju kadang-kadang udah banyak di rumah, yang pernah dibeli baru dibeli pun kadang-kadang nggak kepake jadi jatohnya sesaat sih"
23. Setelah beberapa waktu, apakah barang yang anda beli sekarang memang dibutuhkan atau karena keinginan?
    "kadang kebutuhan, kadang juga keinginan tergantung sih kalau konten yang saya tonton terlihat keren bagi saya, walaupun itu bukan kebutuhan saya, ya tetap saya beli sih, cuman lagi kurang-kurangin sih"
24. Bila sadar, apa yang akan anda lakukan untuk mengurangi perilaku konsumtif tersebut?
    "Lebih pengen mengurangi sih. Untuk di umur yang sekarang. Untuk syarat dan caranya itu lebih ke bisa memilah konten. Misalnya kita nonton tiktok, jangan mau langsung beli. Tapi tanya dulu dalam hati kita, ini pantas atau lama nggak untuk kita pake gitu, balik ke diri sendiri lagi sih itu"

Transkrip Wawancara

Hasil Transkrip Wawancara dengan informan ketiga :

Nama : Vannisia Cong

Status : Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Konsentrasi Marketing and Communication Angkatan 2021

Waktu : 9 Mei 2025

Proses : Wawancara tatap muka

1. Media sosial apa yang paling sering digunakan?

   “Yang biasa aku pake itu udah pasti TikTok sih. Soalnya kan TikTok itu kan rame banget. Maksudnya kayak konten tuh banyak dibuat disitu. Lebih menarik langsung ke TikTok kalo misalkan sehari-hari.”

2. Alasan memilih media sosial tersebut?

   “Pilih TikTok juga karena... Sekarang kan TikTok itu bukan jadi media sosial doang ya. Sekarang TikTok itu juga sebagai e-commerce gitu. Kenapa aku milih TikTok salah satunya itu Nah, mereka tuh lebih kalo misalkan masarin

produk itu sambil dengan live. Nah, itu yang bikin aku lebih tertarik ke TikTok karena dia tuh juga ada livenya, juga ada interaksinya. Lebih banyak interaksi deh di TikTok. Jadi, kalo di Instagram gitu atau media sosial lain kan cuma kayak nge-post. Nge-live itu yaudah nge-live se... ya, orang nge-live gimana. Kalo misalkan di TikTok kan bisa sambil nge-live kita bisa kasih gift, interaksi. Terus bisa live bareng juga bareng orang lain. Jadi, bisa random tuh orang join. Terus lebih hiburan juga kan"

3. Aktivitas apa yang sering dilakukan saat menggunakan TikTok?

   "Biasanya sih scroll-scroll udah pastinya ngeliat tren yang terbaru, apalagi tren tuh pertama pasti muncul itu lebih banyak di TikTok. Itu pasti pertama kali hashtag tuh semua meme yang lucu-lucu itu udah pasti di TikTok. Terus juga di TikTok tuh aku bisa dapetin informasi terbaru entah itu berita terbaru dan lainnya,itu sih lebih ke karena di-up to date. Abis itu udah lebih enak aja gitu, Biasanya misalkan temen lagi pengen share eh ada video lucu nih atau nggak ada rekomendasi video apa gitu dia ngirim lewat DM kan. Terus nanti gue buka, gue liat"

4. Berapa lama waktu yang dihabiskan dalam menggunakan TikTok dalam sehari?

   "Sehari pake TikTok itu lama banget sih bisa 2-3 jam bahkan kadang lebih kayak ga kerasa aja scrolling udah berjam jam"

5. Apa konten yang sering dilihat di TikTok?

   "Konten yang sering gue nonton itu lebih ke.. tergantung biasanya tuh tergantung yang viral yang lewat sih. Tergantung yang berapa lama yang gue nonton misalnya kalo Fyp-nya lagi adopt hewan gitu biasanya kebanyakan ngomongin tentang fakta hewan. Tapi lebih banyak ke random banget sih."

   "Biasanya kalo produk yang lewat kebanyakan skincare. Soalnya kan juga nyari-nyari skincare di TikTok juga kan, banyak tuh rekomendasi buat muka

jerawatan, berminyak, kulit kering kebanyakan daripada medsos lain. Jadi lebih kebanyakan keluar skincare."

6. Konten apa yang sering mempengaruhi anda untuk berbelanja?
   "Biasa sih konten kayak ini, ada satu konten kayak brand konten Skintific Cushion itu kan sering banget ya lewat di FYP terus juga beberapa kali tuh ngecek harganya kan dia selalu bilang kalo misalkan Skintific itu bagus buat kulit berminyak apalagi punya permasalahan kulit ku kan juga kulit berminyak jadi kayak ngerasa kok teracuni gitu, apa benar nih sesuai klaimnya, kurangi minyak soalnya kan dia heboh banget kan kalo misalkan bikin konten dan juga dia ngajak buat orang lain tuh bikin konten yang hampir-hampir sama campaignnya gitu menurut aku sih itu sih yang bikin jadi tertarik ya orang-orang bahas terus abis itu dia lewat mulu di FYP dan aku beneran ngecek, masukin ke keranjang buat ngecek harga baru beli, selain itu juga ada, buku bahasa inggris buku bahasa inggris itu juga lewat banget di FYP ngomongin tentang bahasa inggris dapet 3, sekali beli 100 ribu dapet 3, itu beneran teracuni karena promo-promonya itu gara-gara tiktok"
7. Apakah anda mengikuti akun tertentu untuk mencari rekomendasi belanja?
   "sepertinya ada, soalnya banyak sih aku ada banyak, kayak influencer aku follow si apalagi influencer yang suka rekomendasi-rekomendasi ataupun influencer yang udah pernah pake produk itu dan ngasih real testimoni tentang produk. Aku sih follow influencer buat rekomendasi-rekomendasi ya sekitar kurang lebih yang aku ikuti itu di profil aku ada 400 kayak Natasha Surya yang suka ngasih rekomendasi tentang vacuum kan, dia suka bawa tulis aku follow"
8. Apakah sering melihat konten yang menggambarkan gaya hidup tertentu?
   "terkadang, karena tergantung juga lagi hypenya apa, kalau saya lagi tertarik dengan adopt anjing misalnya, konten yang sering muncul yang berkaitan dengan anjing juga, tapi sering juga saya liat konten gaya hidup tertentu kayak misal a day in my life as manager gituu"

9. Apa yang dirasakan saat melihat konten seperti review produk, haul dan lainnya?

   “secara psikologis salah satu konten yang pernah gue tonton itu lebih amaze sama ya itu akun Natasha Surya sih menurut aku kemasan dia punya tuh dari berbagai angle dan juga cara dia kasih cerita tuh menarik banget sampe kenapa gue follow dia, karena dia tuh kalau ngejelasin detail barang tuh gak langsung hard sell atau to the point ini pokoknya beli ya pokoknya beli bagus gak cuma banyak gini gitu jadi mereka tuh diceritain gitu misalkan anaknya itu tuh lagi suka sama ini atau gak dia bilang dia lagi bingung ngapain akhirnya dia beresin rumah terus dia nanti kasih tau nih alat terbersih rumahnya tuh apa, nah itu yang bikin aku jadi nge point barang yang dia pengen beli contohnya ada kan satu itu namanya Polki yang dia juga nonton konten nah Polki itu juga aku rekomendasi ke keluarga aku ngeliat kamar mandi aku oh iya bener coba pake yang dia rekomendasi Polki akhirnya dia masukin ke keranjang tapi belum coba produknya belum sih cuman sekedar di save dulu, sejauh ini lebih ke skincare, kalau misalkan di tiktok sama barang-barang atau produk-produk contoh kayak tadi, kalau ada yang diskon kayak buku gitu”

10. Apakah ada perubahan dalam pola konsumsi karena menggunakan TikTok?

    “iya pastinya ada perubahan pola konsumsi, pokoknya yang muncul di tiktok jadi teracuni ngeliat harga murah, harga coret kadang-kadang suka dapet diskon jadi kadang ngeliat sedikit di tiktok jadi beli, dan aku merasa juga dengan menggunakan tiktok aku jadi sering banget belanja apalagi sekarang tiktok itu kan bisa ngasih voucher makanan bro bisa ngasih voucher makanan restoran, iya kan itu tuh aku pernah repeat makan 3 kali sourselly cuma karena promo lewat tiktok dan sourselly yang black sakura itu kan, kalau gak salah itu harganya 60-70 ribu kan nah aku dapet potongan harga 48.300 nah itu aku beli sebanyak tuh 3 kali di Karawaci,di AEON BSD sama di Alam Sutra 48.300 dari 70 atau 60 ribuan gitu jadi kayak beli kuponnya nanti habis itu kita tunjukin kalau kita udah beli kupon di tiktok sama voucher lain juga kayak makanan ada aku di yakiniku like kalau waktu itu di Living World Alam Sutra tuh harganya

jadi 74.000 itu udah sepaket banyak banget, sama Pizza Hut di Super Mall Karawaci waktu itu sama saudara aku cici aku itu kena 2 loyang, itu yang regular cuma jadi 113 iya setau aku harga aslinya itu 200an 2 loyang dengan ukurannya sama kayak buy 1 get 1 gitu"

11. Pernahkah anda merasa membeli sesuatu karena produk tersebut mewakili simbol/nilai tertentu? Tolong jelaskan

    "biasanya kebutuhan tapi kadang juga beli karena simbol-simbol tertentu ataupun karena cuma kepengen untuk membeli contohnya tuh kayak casing handphone sering banget ganti casing handphone pernah ganti casing handphone itu bisa sampai 15 pieces, itu karena ya bosen pengen ganti, terus ngeliat yang di mana-mana lucu"

    "sebenarnya ada sih beberapa barang yang aku beli di sisi lain juga butuh tapi di sisi lain juga mau terlihat bagus oleh orang lain contohnya ya bener itu tumbler woody yang aku beli selain buat kebutuhan memang butuh tumblr selain itu juga pengen punya tumbler yang lucu karena biasanya ngeliat orang itu tumblernya lucu terus diriku juga pengen punya tumbler lucu juga jadi cari selain kebutuhan karena memang butuh tumbler buat minum karena gak ada botol minum"

12. Seberapa sering melakukan kegiatan belanja? Online/offline

    "kalau belanja paling utama pasti di platform Shopee sepertinya sangat banyak dalam sebulan dalam tuh bisa check out banyak banget, ada momen bisa di atas 10 ada momen 7 ada momen sekali check out 4, kemarin aja tuh check out sekali check out 1,2,3,4 sesuai kebutuhan memang random sesuai kebutuhan kalau lagi habisnya apa belinya itu"

13. Biasanya konsumsinya kearah mana? fashion, makeup atau kesehatan atau lainnya?

“random sih, kadang skincare, kadang fashion, kadang juga makeup, karena pasti menyesuaikan juga kalau makeup yang natural cocoknya pakai baju yang begini, jadi menyesuaikan sih”

14. Apakah merk menjadi penentu anda jika ingin membeli produk?

    “tentu pastinya pertama merk karena harus kalau mau beli sesuatu itu pastinya cari dulu merk yang di recommended balik lagi sebenarnya rekomendasinya tuh dari tiktok tapi biasanya check outnya lewat Shopee karena kan kalau sejujurnya kan ngeliat diskon kan pastinya diskon lebih gede tapi pasti jadi pertimbangan antara tiktok dan Shopee tapi lebih seringnya tuh nyari rekomendasi di tiktok belinya di Shopee , kalau ga terkenal kadang jadi ragu karena gak dapet takutnya kalau misalkan di Shopee gitu kan orang tuh bisa nembak dalam artinya tuh ada kemungkinan dia minta tolong orang lain jadi checkout dan review bagus di toko dia, kan kita gak tau ya itu review honest atau tidak biasanya memang cari dulu di tiktok”

15. Pernahkah anda membeli barang karena “tren”, “estetik” atau “keren” dan seberapa sering? contoh produknya apa?

    “cukup sering beli barang karena viral contohnya ada itu beli sony angel itu kan yang biasa diatas handphone aku ngeliat orang-orang di tempat kerja aku banyak banget pakai itu di handphonenya dan itu lucu banget aku ngeliatnya keren banget terus ngeliat harganya 175 ribu tapi akhirnya akhirnya juga aku beli, belinya di shopee pakai instant langsung, nah sekarang itu karena sony angel rusak aku mau beli lagi tapi itu lagi nahan-nahan tapi itu bentar lagi kebeli sih bener-bener impulsive sih”

16. Apakah dengan anda membeli sesuatu bisa meningkatkan rasa percaya diri atau diterima dalam lingkungan sosial?

    “oh tentu, karena misalnya ini ya rasa ini memang kayaknya memang sifatku yang sangat konsumtif , ada beberapa hal yang kayak misalnya tas kotak makan

ataupun botol minum aku tuh pengen belinya di merek-merek yang lumayan kayak lock and lock itu kan udah paling standar banget kan? biasanya sekarang tuh lagi corkcicle, oala dengan harga 500ribu nah biar sesuai budget juga dan juga punya gak terlalu kayak ini banget biasanya aku beli itu jadi rata-rata kayak lock and lock terus tas gitu yang minimal itu menurut aku kayak harganya 200 jadi kadang suka ini aja kayak tas 200 ribu botol minum 200 ribu beli casing hp 30ribu, jadi iya sih lebih meningkatkan percaya diri karena gimana sih kayak gue ngerasa bukan sombong gitu sih maksudnya kayak tas gue beli ini 200 ribu, minum juga gue beli 200 ribu, standar lah berarti gue gak rendah-rendah banget iya benar pasti yang lain juga akan ngerasain juga hal yang sama dengan membeli sesuatu yang agak lebih pricey otomatis orang tuh secara tidak langsung mungkin aja bisa bertanya kayak iya bagus banget tas lo beli berapa nih terus kita denger bilang kita beli 200, oh keren banget bisa beli 200 jadi kayak punya kebanggaan sendiri, pride apalagi kalau misalkan bekerja sendiri kan pasti tau kan rasanya kayak oh bisa nih mampu untuk membeli ini gitu tanpa uang orang tua"

17. Bagaimana anda membedakan antara kebutuhan dan keinginan saat membeli barang?

    "bisa sih, biasanya di budgeting waktu ngeluarin duitnya dari jauh-jauh hari tuh udah tau dulu apa yang harus dibeli untuk kebutuhan dan kalau misalkan memang budgetnya ada lebih baru tuh, biasanya dibalutin dengan kata self reward gitu ya baru itu beli sesuatu nah biasanya tuh at least sebulan sekali spend Rp200.000 untuk diri sendiri contohnya ya maka dari itu kayak misalnya tas yang gue beli itu budgetnya Rp200.000 botol yang gue beli itu kan juga budgetnya Rp200.000 gitu jadi udah di budgeting cuman memang ada beberapa bulan yang ngerasanya tuh lebih spend karena ngeliat udah udah bosen aja kayak contohnya kayak casing gitu, tapi kebanyakan lebih 85% itu pastinya buat kebutuhan kayak misalkan pun cuci muka sampo atau semacamnya gitu"

18. Aplikasi apa yang digunakan untuk belanja online?

    “lebih sering shopee sih, karena biasa habis bandingin harga sama platform lain, shopee ternyata emang lebih murah”

19. Apa dampak yang anda rasakan saat terlalu sering melakukan belanja online?

    “sebenarnya kadang kalau memang misalkan over budget ya, ngerasa duitnya habis padahal barangnya bisa dibeli nanti, tapi kalau misalkan belinya untuk kebutuhan jangka Panjang ya ga merasa gimana gimana sih, malah merasa untung beli sekarang daripada nanti nanti belinya ga kebeli tapi duitnya abis”

20. Apakah anda pernah belanja online setelah melihat review di TikTok?

    “seringg, seperti yang tadi aku bilang, kadang kalau liat review komen di shopee aja kurang terpercaya ya, siapa tau bukan review honest tapi bayaran, jadi biasa liat review dari TikTok dulu sebelum belanja jadi lebih nyata juga”

21. Apakah anda merasa TikTok mendorong anda untuk lebih sering belanja online?

    “oh jelas, apalagi kalau kalau algoritma di TikTok kan tergantung seberapa lama kita liat konten itu ya, jadi kadang kalau lagi sering muncul skincare gitu atau makeup untuk muka berminyak, aku jadi terdorong buat beli karena honest review yang ada di TikTok”

22. Setelah membeli barang tertentu apakah anda merasa barang tersebut memberi nilai/kepuasan yang bertahan lama atau hanya sesaat?

    “yang biasa aku beli memberi nilai kepuasan lama sih, dimana pun ntah tiktok, shopee itu menurutku kepuasan lama kayak beli pensil alis itukan jangka Panjang, buku juga terus hadiah buat orang lain, voucher makanan juga jadi menurutku gada yang disesali, kalau barang viral berguna ya ga disesali sihh, tapi ada juga beli tapi ga disesali tapi jadinya kepake jangka pendek ga bertahan lama gitu kayak beli pensil alis sampe 3x gara-gara shadenya terlalu gelap jadi sampai sekarang gakepake, terus ada juga parfum juga sesaat karena gasuka baunya soalnya beli online jadi gatau baunya, nah itu salah satu kelemahannya walaupun konsumtif tapi ada yang salah beli, gatau barangnya gimana”

23. Setelah beberapa waktu, apakah barang yang anda beli sekarang memang dibutuhkan atau karena keinginan?

    “pastinya buat kebutuhan kayak misalkan pun cuci muka sampo atau semacamnya gitu, tapi kadang gabisa nahan juga pas mau beli barang karena keinginan, kayak misal casing hp atau barang lucu gitu”

24. Bila sadar, apa yang akan anda lakukan untuk mengurangi perilaku konsumtif tersebut?

    “caranya uangnya semua aku taroh ke tabungan yang atmnya gabisa pakai mbanking, jadi kalau mau belanja harus ke atm terdekat dan keluarin uang nah itu kadang males jadi gajadi beli dan nanti-nanti aja, gw bulan ini ngelakuin biar ga boros-boros amat”

Transkrip Wawancara

Hasil Transkrip Wawancara dengan informan ke-empat :

Nama : Feby Priscilla Orlanda

Status : Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Konsentrasi Marketing and Communication Angkatan 2021

Waktu : 12 Mei 2025

Proses : Wawancara tatap muka

1. Media sosial apa yang paling sering digunakan?
   "TikTok dan Instagram"
2. Alasan memilih media sosial tersebut?
   "Banyak trend terbaru terus visual nya lebih menarik karena banyak video dan gambar, apalagi TikTok fiturnya termasuk lengkap, bisa nonton konten hiburan, bisa live jualan juga bahkan ada yang kasih gift gitu dan bisa ngedit video di TikTok juga"
3. Aktivitas apa yang sering dilakukan saat menggunakan TikTok?

"Scrolling sih paling terus nonton video, cari inspirasi outfit terkini soalnya kalau nyari lewat TikTok biasa rekomendasinya sesuai sama tren outfit sekarang juga, ikutin tren, dan bikin konten jualan baju preloved (live streaming) soalnya saya juga sambilan preloved baju-baju saya yang sekiranya ga kepake lagi, oh ya terus kan di TikTok ada fitur streak gitu kayak seberapa lama saling chat dan kirim video ke teman jadi kayak ada api nya gitu jadi ada rasa seneng kalau ada apinya apalagi kalau uda 100 streak sekalian melatih konsistensi juga haha"

4. Apa konten yang sering dilihat di TikTok? Dan konten apa yang sering mempengaruhi anda untuk berbelanja? Apakah anda mengikuti akun tertentu untuk mencari rekomendasi belanja?

   "yang sering muncul di fyp sih konten shopping dan haul karena saya sering mencari-cari konten rekomendasi produk gitu jadi yang muncul di fyp ya itu terus pokoknya konten yang istilah kata "meracuni" saya untuk membeli produk yang sama seperti yang dipromosikan, karena saya orangnya lumayan fomo apalagi kalau sering muncul di FYP saya maka semakin tertarik untuk beli, paling akunnya @thsaurus, soalnya rekomendasi outfit yang dipakai sesuai dengan style saya terus cara dia pembawaannya juga bagus gitu apalagi si tessa ini juga cantik jadi style yang dia tunjukkin juga bagus keliatannya, sering kali outfit yang saya pakai sekarang itu karena terinspirasi dari konten outfitnya tessa, kalau outfitnya masih tergolong baru rilis gitu saya save dulu videonya biar ga lupa jadi kalau mau balik lagi buat beli ya gampang tinggal liat di bagian save"

5. Berapa lama waktu yang dihabiskan dalam menggunakan TikTok dalam sehari?

   "kurang lebih 3-5 jam dalam sehari"

6. Apakah sering melihat konten yang menggambarkan gaya hidup tertentu?

   "Iyaa, gaya hidup hedonism sering banget muncul di beranda tiktok saya. Semua orang berlomba untuk jadi yang paling trendy dan gaul jadi kadang saya juga merasa ingin mengikutinya"

7. Apa yang dirasakan saat melihat konten seperti review produk, haul dan lainnya? Apakah anda merasa harus membeli produk tersebut dan mengapa?

   “Lumayan menarik perhatian, apalagi jika memang produk tersebut relate dengan gaya hidup saya. Seperti outfit dan makeup, kadang kalau memang konten outfit/makeup tersebut sesuai dengan preferensi saya maka saya ingin membelinya”
8. Apakah pernah membeli produk karena melihat konten di TikTok? Boleh diceritakan contohnya?

   “Pernah, saya membeli baju di tiktok karena melihat salah satu akun mempromosikan baju tersebut dan terlihat bagus dan worth it untuk dibeli, jadi saya langsung membelinya di keranjang kuning, karena di akun tersebut mencantumkan link checkout jadi memudahkan saya juga”
9. Apakah ada perubahan dalam pola konsumsi karena menggunakan TikTok?

   “Ada, jujur saya jadi lumayan lebih konsumtif karena gampang fomo tadi, kayak ada aja barang atau pernak pernik lucu yang saya beli tapi akhirnya ga kepakai dan menumpuk yang membuat saya akhirnya preloved barang yang ga kepakai dan saya masih berusaha mengontrol sih biar beli barang juga sesuai dengan kebutuhan aja.”
10. Pernahkah anda merasa membeli sesuatu karena produk tersebut mewakili identitas/status tertentu? Tolong jelaskan

    “Iyaa, contoh saya membeli baju karena baju tersebut menggemaskan seperti idol korea, jadi saya beli berharap saya bisa mirip dengan idol tersebut, apalagi sekarang banyak trend makeup korea yang natural kayak idol gitu, apalagi kalau cocok di saya ya, kadang jadi bikin lebih pede terus temen-temen juga ada yang muji juga karena bagus gitu outfit saya atau style makeup saya yang lebih flawless”
11. Seberapa sering melakukan kegiatan belanja? Online/offline

    “Saya belanja cukup sering, bisa 2–4 kali sebulan, lebih banyak online”
12. Biasanya konsumsinya kearah mana? fashion, makeup atau kesehatan atau lainnya?

"Konsumsi saya lebih ke fashion, skincare, dan kadang perlengkapan foto/konten."

13. Apakah merk menjadi penentu anda jika ingin membeli produk?
    "Tidak selalu. Saya lebih melihat desain dan fungsinya. Tapi merk kadang jadi pertimbangan kalau sudah terbukti kualitasnya."
14. Apakah barang yang sering dibeli berkaitan dengan kebutuhan pribadi atau lebih kepada simbol/status dari barang tersebut?
    "Campuran. Ada yang memang dibutuhkan, tapi ada juga yang dibeli karena ingin tampil lebih bergaya atau ikut tren kayak misalkan baju coquete gitu yang girly gitu, terus jam tangan juga."
15. Pernahkah anda membeli barang karena "tren", "estetik" atau "keren" dan seberapa sering? contoh produknya apa?
    "Sering. Contohnya shoulder bag, sepatu model Korea, dan baju warna pastel yang sempat viral, terus misalkan lipgloss merk yang sedang viral nah itu biasa saya checkout apalagi shadenya menurut saya bagus, biasa tergantung konten yang saya tonton juga, kadang ada konten yang dibawakan influencer kurang menarik jadi saya ga membelinya tapi kalau konten yang disajikan itu visualnya menarik, pencahayaannya cukup jadi lebih jelas liat barangnya, biasanya saya beli sih"
16. Apakah dengan anda membeli sesuatu bisa meningkatkan rasa percaya diri atau diterima dalam lingkungan sosial?
    "Iya, terutama kalau pakai barang yang lagi tren, jadi merasa lebih percaya diri dan "nyambung" sama teman-teman jadi kalau ngobrol sama teman kadang ada obrolin tentang barang yang saya punya"
17. Bagaimana anda membedakan antara kebutuhan dan keinginan saat membeli barang?
    "Saya berusaha membedakan dengan bertanya ke diri sendiri apakah barang itu akan sering saya pakai atau cuma buat ikut-ikutan. Tapi kadang tetap tergoda beli keinginan, jadi masih dalam tahap melawan keinginan sendiri"

18. Aplikasi apa yang digunakan untuk belanja online?

    Saya menggunakan TikTok Shop, Shopee, dan Tokopedia.

19. Apa dampak yang anda rasakan saat terlalu sering melakukan belanja online?

    “Dampaknya saya jadi boros dan kadang menyesal setelah beli barang yang ternyata tidak terlalu dibutuhkan dan jadinya menumpuk barang yang tidak terpakai, tapi kalau memang barangnya emang bagus dan berguna saya ga menyesal sih, apalagi kalau kualitasnya bagus dan tahan lama”

20. Apakah anda pernah belanja online setelah melihat review di TikTok?

    “Pernah, bahkan sering. Review video bikin saya lebih yakin untuk beli, mungkin kalau tidak liat review saya masih ragu-ragu buat beli”

21. Apakah anda merasa TikTok mendorong anda untuk lebih sering belanja online?

    “Iya, TikTok sangat mempengaruhi. Fitur seperti keranjang kuning dan promosi langsung bikin belanja makin cepat dan konten yang menarik juga membuat saya lebih tertarik untuk belanja”

22. Apakah anda pernah membeli barang-barang yang viral di TikTok dengan tujuan merepresentasikan status sosial atau gaya hidup tertentu?

    “Pernah. Misalnya beli produk viral karena ingin tampil seperti gaya hidup tertentu. Setelah punya barang itu, saya merasa lebih percaya diri, lebih diterima, dan dianggap up-to-date.”

23. Setelah membeli barang tertentu apakah anda merasa barang tersebut memberi nilai/kepuasan yang bertahan lama atau hanya sesaat?

    “Kebanyakan hanya memberi kepuasan sesaat, terutama barang-barang yang dibeli karena ikut tren, karena sebenarnya yang dibeli tidak terlalu butuh jadinya tidak terpakai dalam jangka waktu Panjang, apalagi kadang saya suka banget beli barang padahal sebenarnya udah ada, cuman saya beli lagi misalnya kayak tas selempang itu saya udah punya tapi saya liat modelnya lebih bagus jadi saya beli lagi, nah itu kadang kepuasannya sesaat sih karena lama-lama juga bosen gitu”

24. Setelah beberapa waktu, apakah barang yang anda beli sekarang memang dibutuhkan atau karena keinginan?

    “Banyak yang akhirnya saya sadari bukan kebutuhan, hanya keinginan sesaat karena pengaruh TikTok”

25. Bila sadar, apa yang akan anda lakukan untuk mengurangi perilaku konsumtif tersebut?

    “Saya mencoba mengurangi dengan membuat daftar keinginan, berpikir ulang sebelum beli, dan membatasi screen time TikTok agar tidak mudah tergoda terus juga kurang-kurangin cari produk di TikTok supaya ga muncul terus di FYP saya”

Transkrip Wawancara

Hasil Transkrip Wawancara dengan informan ke-lima :

Nama : Nara Kovida Widjaja

Status : Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Konsentrasi Marketing and Communication Angkatan 2021

Waktu : 13 Mei 2025

Proses : Wawancara Google Meet

1. Media sosial apa yang paling sering digunakan?
   "Jujur, aku ini sangat... Karena Gen Z ya, media itu paling sering Instagram, tapi gak kalah sama TikToknya"

2. Alasan memilih media sosial tersebut?
   "Karena gampangnya di TikTok itu lebih gampang. Karena posisinya TikTok ini kan bisa lebih dari sekedar SG (Story Instagram), jangkauannya luas jadi orang yang pakai TikTok pasti pernah nonton konten yang sama. Dan pasti banyak-banyak banget yang kayak kita tuh ngambil informasi dari TikTok sama fitur yang lebih lengkap"

3. Aktivitas apa yang sering dilakukan saat menggunakan TikTok?

“Jujur, selama pemakaian TikTok, aku tuh biasanya tuh nge-scrolling, ngeliat-ngeliat hal lucu, atau mungkin terkadang kayak ada hal yang kita gak tahu, contohnya gimana caranya isi tinta printer ini. Aku biasanya cari di TikTok, bahkan bukan pake Google. Karena kalau di TikTok kan biasanya ada videonya, dan juga lebih dari tutorial, karena dia ada visualisasinya juga kan”

4. Berapa lama waktu yang dihabiskan dalam menggunakan TikTok dalam sehari?

   “Dalam sehari, kalau aku lihat dari penggunaan di TikTok di HP aku, paling lama itu 3 jam.”

5. Apa konten yang sering dilihat di TikTok?

   “Konten yang paling aku sering tonton itu, jujur sih random, tapi kebanyakan konten-konten lucu yang lumayan menghibur aku sih, tapi terkadang juga ada berbau politiknya, ekonominya, tapi lebih dominannya di hiburannya, terus juga kadang share video lucu ke temen sih lewat dm, hmm.. kalau produk sering muncul kayak skintific, terus juga phone holder”

6. konten apa yang sering mempengaruhi anda untuk berbelanja?

   “konten apapun karena random kan munculnya sesuai algoritma juga, apalagi di TikTok banyak ya konten promosi nah itu yang biasanya mempengaruhi aku untuk belanja, Contohnya mungkin dari akun reizuka. Ya, sering banget kan yang kayak bisa dibilang clickbait ataupun kayak tiba-tiba yang bikin kita geger, gua gak suka tiba-tiba kayak gitu. Kita kan membuat pertanyaan-tanya kan, pas aku lihat, oh ternyata dia beli skincare apa dengan harganya yang relatif murah. terus pembawaan si reizuka menggambarkan produk menurutku menarik sih apalagi dengan cara dia ngomong kayak lemah lembut gitu teru dia masarin produk juga secara soft selling gituu yaa terus karena konten reizuka juga nih lama-kelamaan kok pas aku scrolling-scrolling, fyp ku isinya barang ini lagi ya. Aku penasaran bagaimana jadinya membeli,tapi kalau lagi merasa

ga pengen beli yauda aku masukin keranjang, atau aku save videonya biar lain kali bisa ngecek lagi"

7. Apakah anda mengikuti akun tertentu untuk mencari rekomendasi belanja?
   "Paling sering itu kalo gak reizuka ari sama beberapa yang gak terkenal sih, lebih ke kayak fashion-fashion gitu"

8. Apakah sering melihat konten yang menggambarkan gaya hidup tertentu?
   "biasanya fashion sih, terus juga kadang skincare itu kan termasuk gaya hidup juga ya"

9. Apa yang dirasakan saat melihat konten seperti review produk, haul dan lainnya?
   "Nah, kebetulan gara-gara promosi TikTok, orang mempromosikan itu di TikTok, seiring berjalan waktu, aku kayak ngeliatin terus kan, kayak muncul itu gak mungkin sekali dua kali. Terus jadinya malah terinfluence untuk membeli"

10. Apakah pernah membeli produk karena melihat konten di TikTok? Boleh diceritakan contohnya?
    "pernah, apalagi konten yang muncul juga intensitasnya lumayan sering ya kayak contohnya serum skintific buat meredain jerawat dan lumayan sih untuk sesuai dengan video, khasiatnya dan manfaatnya. Selain skincare, aku pernah beli barang itu phoneholder, pernah juga aku beli baju, dan celana."

11. Apakah dengan menonton konten di TikTok jadi lebih sering belanja atau membentuk perilaku konsumtif?
    "Jujur, iya. Dulu kan aku tipe belanjanya seperlunya aja. Tapi sekarang itu gara-gara TikTok lumayan konsumtif. Kayak ngeliat celana baggy pants. Wah kok kayaknya bagus ya kalau di foto-foto. Beli. Terus kayak ada phoneholder nih

yang murah. Terus juga bagus ada magnetnya. Beli. Ada skincare kayak khasiatnya begini-begini. Untuk kulit sensitif begini-begini. Beli."

12. Apakah ada perubahan dalam pola konsumsi karena menggunakan TikTok?

    "Sedikit sih perubahannya. Karena kan kayak kalau aku liat-liat dari aku membeli barang ataupun aku membeli makan, di TikTok juga ada kayak semacam voucher-voucher makanan juga ya. Jadinya tuh aku lumayan sering pakai TikTok untuk yang mencoba cari diskon ataupun barang-barang yang aku pengen. Yang di shopee itu kan pastinya cuma barang ya. Gak ada bentukan review-nya. Jadinya mau tidak mau, jadinya sering beli."

13. Apakah barang yang sering dibeli berkaitan dengan kebutuhan pribadi atau lebih kepada simbol/status dari barang tersebut?

    "pernah sempat tertarik karena contohnya tuh kayak apa ya, aku lupa deh. Kalau gak salah, casing gitu ya kalau gak salah itu. Jadi ada kayak semacam simbol yang it's like satanic tapi kayak gak tertarik cuman kayak menarik karena keliatan keren gitu. Pernah juga beli barang branded, pas itu aku pernah ngebantuin CO saudara aku itu beli iPhone di TikTok karena harganya lebih murah. Iya. Terus juga aku pernah beli Sepatu branded lah kayak nike gitu, sama apple watch juga kadang aku merasa jadi lebih keren dan pede gitu setelah pakai barang tersebut"

14. Seberapa sering melakukan kegiatan belanja? Apa platformnya?

    "Dari 1-10 mungkin, aku sering belanja tuh di angka 7, mungkin dalam kurun waktu satu minggu tuh pasti adanya dua atau satu. Paling sering nomor satu itu Shopee, kedua TikTok, ketiga Tokopedia."

15. Biasanya konsumsinya kearah mana? fashion, makeup atau kesehatan atau lainnya?

    "Kalau selama aku beli-beli produk itu kebanyakan itu di fashion. Lebih ke ya kayak baju, celana, outer, dan segala macamnya itu."

16. Apakah merk menjadi penentu anda jika ingin membeli produk?

“terkadang, karena kalau suatu barang atau brand sudah terkenal apalagi merk tertentu, tentu lebih terjamin kualitasnya, namun kalau ada barang yang murah tapi memberi nilai yang sesuai dengan harga yang dipasarkan ya kenapa tidak”

17. Pernahkah anda membeli barang karena “tren”, “estetik” atau “keren” dan seberapa sering? contoh produknya apa?

    “cukup sering beli sih, pokoknya itu baju. Itu kayak lumayan viral, terus gantungan kunci juga yang keliatan keren, sama casing juga”

18. Apakah dengan anda membeli sesuatu bisa meningkatkan rasa percaya diri atau diterima dalam lingkungan sosial?

    “ pernah pernah contohnya Aku beli, kan jujur kan, aku kan dengan badanku yang sekarang kan bisa dibilang badanku termasuk besar ya. Nah, kalo misalnya pake baju yang agak mungkin lumayan kecil, ketat, ataupun ngepas, itu kan pasti kan, pasti engap, terus juga ngebentuk badan kayak nggak bagus, jadi pas itu aku belinya ukuran yang lumayan besar, dan itu untungnya adalah pas dan kayak ngebentuk dan jadi lebih pede aja pake baju oversize gitu.”

19. Apakah anda pernah membeli barang-barang yang viral di TikTok dengan tujuan merepresentasikan status sosial atau gaya hidup tertentu?

    “Pernah. Itu pas, aku lupa deh, pokoknya itu baju. Itu kayak lumayan viral. Yang pas aku cek, yang beli tuh udah lebih dari 10 ribu. Dan malah aku beli, padahal aku nggak suka modelnya. Iya, karena viral aja. Dan sekarang malah bajunya nggak kepake, jadinya malah aku kasih ke saudara aku.”

20. Bagaimana anda membedakan antara kebutuhan dan keinginan saat membeli barang?

    “Kebetulan aku gampang sih untuk bisa membedakan lah mana yang aku butuhkan, mana yang kayak cuman lapar mata. Jadi kayak pas aku liat, contohnya itu pas, belum lama ini barusan, kayak aku ngeliat baju kayak, baju aku udah banyak, kayaknya modelnya juga kayak nggak wah-wah banget, kayaknya nggak usah beli deh”

21. Apa dampak yang anda rasakan saat terlalu sering melakukan belanja online?

    “Pengeluaran banyak, terus juga banyak barang-barang ternyata tuh beberapa aku kayak, ini kayaknya gue nggak perluin deh. Dan juga malah kayak jatuhnya cuman memuaskan hasrat aja gitu lah. Biasanya barang yang ga aku pakai, aku tanya dulu ke keluarga ku, ada yang mau pake nggak? Kalo nggak mau pake, aku tanya ke saudara ku, saudara ku. Misalnya nggak ada, biasanya itu bakal jadi keset. Ataupun yaudah barang nggak berguna, mau-mau dibuang.”

22. Apakah anda pernah belanja online setelah melihat review di TikTok?

    “justru aku biasanya cari di TikTok bahkan bukan Google atau lihat di shopee, karena TikTok ada penjelasannya dan berupa video singkat juga jadi lebih berasa real aja barang yang direview”

23. Setelah membeli barang tertentu apakah anda merasa barang tersebut memberi nilai/kepuasan yang bertahan lama atau hanya sesaat?

    “Kepuasannya, jujur, sebentar. Kayak, wah bentar lagi dateng nih, pas sampe ngeliat, wah bagus. Tapi sekitar mungkin paling lama itu seminggu kayak kenapa aku beli ini. Kayaknya nggak butuh deh.”

24. Setelah beberapa waktu, apakah barang yang anda beli sekarang memang dibutuhkan atau karena keinginan?

    “50-50 lah, ga semuanya karena keinginan juga, Pas itu pernah aku beli pas pengen aja, karena kayak kelihatannya menarik, tapi kayak yaudah padahal nggak butuh. Tapi seiring berjalan dari waktu juga aku ngeliat-ngeliat kayak oh ini celana kayaknya butuh deh, soalnya aku celana panjang nggak punya terlalu banyak”

25. Bila sadar, apa yang akan anda lakukan untuk mengurangi perilaku konsumtif tersebut?

“Kalo menurut aku ya, selama aku.. Jujur aku ini tipe orang yang main konsumtif menurut aku, karena kadang-kadang kalo ada yang bagus, kadang-kadang lapar mata, dan lupa kalo juga butuh, aku beli. Caranya untuk mengurangi perilaku konsumtif adalah kayak, coba dipikirin berkali-kali dulu, dipikirin berulang kali, apakah emang itu butuh, atau cuma kayak kepuasan tersendiri aja. Terus juga dilihat lagi, apakah emang barang itu sesuai dengan apa yang aku butuh itu pertama dan kedua, ya apakah barang itu bagus? Apakah emang barang itu sesuai dengan kualitas, dengan harganya? Kalo nggak sesuai, kayaknya nggak win-win solution deh. Nggak worth it gitu loh.”