

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Profil Fakultas Dakwah Dan Komunikasi

Fakultas Dakwah serta Komunikasi awalnya bernama Fakultas Dakwah. eksistensi Fakultas Dakwah sendiri tidak terlepas asal Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Palembang, dimana berasal tahun 1976 Fakultas Ushuluddin sudah mengembangkan jurusan yang sebelumnya hanya ada satu jurusan saja, yaitu jurusan perbandingan agama, ditambah satu jurusan yaitu Dakwah. Seiring memakai kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka diperlukan adanya pengembangan fakultas pada lingkungan IAIN Raden Fatah Palembang untuk menambah banyak sekali disiplin ilmu menjadi pelengkap keilmuan yang berafiliasi menggunakan agama islam sehubungan menggunakan hal tadi, menjelang tahun akademik 1995/1996, Fakultas Ushuluddin jurusan dakwah menghasilkan acara studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) dan Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI).¹ Sebagai langkah awal untuk pendirian Fakultas Dakwah, maka dilaksanakan rapat senat Fakultas Ushuluddin pada tanggal 23 Februari 1995. Dari hasil rapat tersebut ditetapkan tim persiapan pendirian Fakultas Dakwah dengan SK Dekan nomor : IN/4/III.2/PP.07.660/1995 tanggal 16 Februari 1995 dengan panitia sebagai berikut :

Ketua : Drs. Komaruddin Sahar,

Sekretaris : Drs. Taufik Yusuf,

Anggota : Drs. H.M. Yamin Maris,

Drs. H. Abdullah Yahya,

¹IAIN Raden Fatah Palembang, *Buku Pedoman Akademik Institut Agama Islam Negeri Raden Fatah* (Palembang : UIN Raden Fatah Press, 2001), hal. 193

Drs. Thohlon Abdul Rauf,

Drs. Saifullah Rasyid, MA,

Drs. Turmudzi DS.

Selanjutnya di tanggal 10 Agustus 1995 Fakultas Ushuluddin IAIN Raden Fatah Palembang balik mengadakan sidang senat menggunakan yang akan terjadi keputusan bahwa di tahun akademik 1995/1996 mahasiswa yang akan mendaftar jurusan dakwah merupakan menjadi mahasiswa acara studi KPI serta BPI. Mahasiswa inilah yang merupakan cikal bakal mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah Palembang. Upaya buat mendirikan Fakultas Dakwah selanjutnya yaitu dengan membentuk pengelola program sebagai berikut :

Ketua Pengelola : Drs Komaruddin Sahar,

Sekretaris : Drs. H.M Kamil Kamal

Anggota : Drs. H Thohlon Abdul Rauf,

Drs. Basyaruddin Hamdan,

Drs. Asmawi.

Menjadi perjuangan buat mempercayai proses pendirian Fakultas Dakwah di lingkungan IAIN Raden Fatah Palembang, dibentuklah Tim gabungan pendirian Fakultas Dakwah serta Adab, menggunakan SK Rektor nomor : XXXIII tahun 1995, personelnnya sebagai berikut:

Ketua : Drs. H. M. Yamin Maris

Sekretaris : Drs. H. Saifullah Rasyid, MA

Anggota : Drs. H. Ali Ahmad Zen

Drs. Komaruddin Sahar

Dr. J. Suyuti Pulungan, MA

Dalam pertemuan tim gabungan tadi menggunakan rektor IAIN Raden Fatah Drs. Moh. Said MA., Disepakati bahwa kedua fakultas yang didirikan itu hendaklah mempersiapkan mahasiswa-mahasiswanya dan menyusun proposal buat dikirim ke menteri kepercayaan RI guna merealisasikannya. Langkah berikutnya tim menyebarkan angket ke pesantren-pesantren serta MAN/MAS yg terdapat pada wilayah Sumatera Selatan. Disamping itu, dilaksanakan juga studi banding ke UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, UIN Sunan Gunung Jati Bandung dan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta di lepas 1-9 Desember 1995. Fakultas Dakwah diwakili sang Drs. Komaruddin Sahar serta Drs. H. M. Kamil Kamal. Kesemuanya dilakukan dalam rangka studi kelayakan berdirinya Fakultas Dakwah. Berdasarkan akibat angket serta studi banding, yang telah dilaksanakan tadi, maka dibuatlah proposal dan lalu diajukan pada menteri kepercayaan RI. Disamping itu, Rektor IAIN Raden Fatah sudah mengeluarkan SK No. B/II-i/UP/212/1997 wacana struktur badan pengelola persiapan Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah Palembang, yakni sebagai berikut :

Ketua : Dr. Aflatun Muchtar, MA

Wakil Ketua : Drs. Komaruddin Sahar

Wakil Ketua : Drs. H. M. Kamil Kamal

Anggota : Mirwan Fasta, S.Ag

Ahmad Darmawan.

Di tahun akademik 1997/1998 badan pengelola persiapan Fakultas Dakwah mulai mempersiapkan jadwal kuliah. Disamping itu, dosen-dosen Fakultas Ushuluddin mengadakan konsolidasi dengan para mahasiswa Fakultas Ushuluddin jurusan Dakwah angkatan 1995/ 1996 serta 1996/1997

dengan membagi dua jurusan yaitu Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) dan jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI). Di tanggal 27 Februari 1998 dengan SK menteri agama RI No. 103 tahun 1998 berdirilah Fakultas Dakwah di IAIN Raden Fatah Palembang serta baru diresmikan sang Rektor IAIN Raden Fatah di tanggal 13 Juli 1998. berdasarkan SK Rektor angka : IN/4/1.2/KP.07.6/140/1998 lepas 14 Mei 1998, ditetapkan pelaksanaan harian tugas Dekan Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah serta Pembantu-pembantunya yaitu:

Dekan : Dr. Aflatun Muchtar, MA,

Pembantu Dekan I : Drs. H. M. Kamil Kamal,

Pembantu Dekan II : Dra. Dalinur M.Nur

Pembantu Dekan III : Drs. Komaruddin Sahar

Sedangkan pengangkatan staff jurusan ditetapkan dengan SK Rektor Nomor : IN/4/1.2/KP.06.6/145/1998 sebagai berikut :

Ketua Jurusan KPI : Drs. M. Amin

Sekretaris Jurusan KPI : Dra. Hamidah, M.Ag

Ketua Jurusan BPI : Drs. Musrin HM,

Sekretaris Jurusan BPI : Dra. Eni Murdiati

Akan tetapi hal seperti ini tidak berlangsung usang sebab Dr. Aflatun Muchtar, MA yang menjadi Dekan Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah Palembang terpilih menjadi pembantu Rektor IAIN Raden Fatah Bidang Kemahasiswaan, oleh sebab itu menjadi pelaksana tugas harian dekan ditunjuk Drs. H. M. Kamil Kamal. menggunakan munculnya SK menteri agama RI tentang Dekan serta pembantu Dewan Fakultas Dakwah maka secara definitif terhitung mulai tanggal 4 oktober 2000 kepemimpinan Fakultas Dakwah menjadi berikut :

Dekan : Drs. H. M. Kamil Kamal

Pembantu Dekan I : Drs. Amin S

Pembantu Dekan II : Dra. Dalinur M. Nur

Pembantu Dekan III : Drs. Komaruddin Sahar

Karena Drs. Amin S. Terpilih menjadi pembantu dekan I Fakultas Dakwah dan Dra. Hamidah, M.Ag mengikuti pendidikan S3 pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, maka posisi kajur dan sekjur KPI tidak terisi. Untuk mengatasi hal ini, Drs. Amin S. Merangkap jabatan, menjadi PD I dan kajur KPI dan sekjur dipilihlah Dra. Hj. Choiriyah. Berikutnya sehabis Dra. Hamidah, M.Ag pulang, maka diusulkan buat sebagai kajur KPI menggantikan posisi Drs. M. Amin S sebagai akibatnya struktur jurusannya sebagai berikut:

Ketua Jurusan BPI : Drs. M. Musrin HM,

Sekretaris Jurusan BPI : Dra. Eni Murdiati

Ketua Jurusan KPI : DR. Hamidah, M.Ag

Sekretaris Jurusan KPI : Dra. Hj. Choiriyah

Dengan selesainya masa tugas Drs. H. M. Kamil Kamal menjadi Dekan Fakultas Dakwah, maka berdasarkan SK Rektor, terhitung mulai lepas 26 Agustus 2004 jabatan dekan di jabat oleh DR. Hamidah, M.Ag, karena DR. Hamidah M.Ag terpilih dua periode sebagai Dekan Fakultas Dakwah IAIN Raden Fatah Palembang. Adapun struktur dekanat periode 2004-2008 :

Dekan : DR. Hamidah, M,Ag

Wakil Dekan I : Drs. M. Hatta Wahid, M.Pd.I

Wakil Dekan II : Dra. Hj. Choiriyah, M.Hum

Wakil Dekan III : Drs. Musrin, HM.

Pada periode 2008-2012 kepemimpinan Fakultas Dakwah dibawah kepemimpinan DR. Hamidah, M.Ag dibantu oleh para wakil Dekan yang lama dan ada yang baru, yaitu :

Dekan : DR. Hamidah, M,Ag
Wakil Dekan I : Drs. M. Hatta Wahid, M.Pd.I
Wakil Dekan II : Dra. Hj. Choiriyah, M.Hum
Wakil Dekan III : Dra. Eni Murdiati, M.Hum

Ditengah perjalanan kepemimpinan DR. Hamidah, M,Ag., tepatnya di tahun 2011 terjadi perubahan wakil Dekan I, sebab yang bersangkutan yakni Drs. Hatta Wahid, M.Pd.I meninggal dunia, maka dipilihlah DR. Kusnadi MA sebagai PAW Wakil Dekan I periode 2009-2013. Sehubungan dengan beredarnya fakta bahwa IAIN Raden Fatah akan melakukan transformasi menjadi UIN Raden Fatah Palembang. Dipandang perlu Fakultas Dakwah mengadakan perubahan nama menggunakan berbagai pertimbangan bahwa dalam rangka pemerataan pendidikan serta mendukung transformasi IAIN Raden Fatah Palembang menuju Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang, Maka pada tanggal 9 Maret 2010 menggunakan nomor surat 03/V.2/Kp.01.2/108/2010 pihak fakultas mengusulkan pada rektor untuk melakukan perubahan nama Fakultas Dakwah menjadi Fakultas Dakwah serta Komunikasi. Di lepas 1 Januari 2011 keluar surat keputusan Rektor IAIN Raden Fatah Palembang dengan No. In.03/V/1.1/Kp.07.6/300/2010, dengan menetapkan bahwa menyetujui dan mengesahkan perubahan Fakultas Dakwah sebagai Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Raden Fatah Palembang. sehabis masa kepemimpinan DR. Hamidah, MA. berakhir, berdasarkan hasil sidang senat Fakultas Dakwah serta Komunikasi IAIN Raden Fatah Palembang lepas 20 Juni 2012, terpilihlah Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang baru dengan masa jabatan dari tahun 2012-2016 yaitu Dr. Kusnadi, MA. Sesuai surat keputusan

Rektor IAIN Raden Fatah Palembang dengan angka surat 03/1.1/Kp.07.5/477/2012 tanggal 23 Agustus 2012 telah ditetapkan DR. Kusnadi, MA. dengan jabatan menjadi Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Raden Fatah Palembang serta telah dilantik sang Rektor IAIN Raden Fatah Palembang di tanggal 23 Agustus 2012.

Dengan dilantiknya DR. Kusnadi menjadi Dekan, maka jabatan wakil Dekan bidang akademik mengalami kekosongan. oleh karena itu, dicermati perlu untuk mengangkat PAW (pergantian antar waktu), dan Ahmad Syarifudin, MA terpilih menjadi pejabat antar saat 2009-2013. Adapun komposisi Wakil dekan bidang administrasi dan keuangan, dan bidang kemahasiswaan masih berlaku serta baru berakhir pada Januari 2013. sehabis masa kerja wakil Dekan berakhir, maka dipilih ulang melalui sidang senat Januari 2013. Hasilnya terpilihlah buat masa tugas 2013-2016, menjadi :

Wakil Dekan I : Ahmad Syarifudin, MA

Wakil Dekan II : Drs. Aminullah Cik Sohar, M.Pd.I

Wakil Dekan III : Drs. M. Amin M.Hum

Seiring dengan perubahan status IAIN Raden Fatah menjadi UIN Raden Fatah dan perubahan statuta sekaligus juga struktur organisasi, maka disusunlah struktur organisasi baru baik ditingkat Universitas juga taraf Dekanat Fakultas Dakwah serta Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang artinya :

Dekan : DR. Kusnadi, MA.

Wakil Dekan I : DR. H. Abdul Razzaq, MA.

Wakil Dekan II : Dra. Hj. Dalinur M. Nur, MM.

Wakil Dekan III : Manalullaili, M.Ed.

Sementara, struktur organisasi ditingkat program Studi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang adalah :

Kaprodi KPI : Anita Trisiah, M. Sc.

Sekprodi KPI : Muslimin, M. Kom.I

Kaprodi : BPI : Neni Noviza, M.Pd.

Sekprodi BPI : Hj. Manah Rasmana, M.Si.

Kaprodi Jurnalistik : Sumaina Duku, M.Si

Seiring dengan peralihan status IAIN Raden Fatah sebagai UIN Raden Fatah dan seiring menggunakan tuntutan pasar, maka pertahun ajaran 2016/2017 dibuatlah dua jurusan baru pada Fakultas Dakwah serta Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang dengan struktur organisasi menjadi berikut :

Kaprodi MD : Candra Darmawan, M. Hum.

Sekprodi MD : Anang Walian, MA. Hum.

Kaprodi PMI : Mohd, Aji Isnaini, M.Si.

Sekprodi PMI : Muzayanah, M.Pd.

2. Struktur Organisasi

a. Jabatan Struktural

1) Dekan dan Wakil Dekan

Dekan merupakan pimpinan tertinggi di Fakultas. Untuk melaksanakan tugas kepemimpinannya Dekan dibantu oleh para Wakil Dekan. terdapat tiga Wakil Dekan dengan masing-masing tugas yang tidak sinkron. Wakil Dekan I membidangi Akademik, Wakil Dekan II membidangi administrasi umum, keuangan serta

perencanaan. Sedangkan Wakil Dekan III artinya bidang kemahasiswaan dan kerjasama.

2) Kepala Tata Usaha

Urusan administrasi pada fakultas dipimpin kepala tata usaha. Dalam melaksanakan tugasnya, kepala tata usaha dibantu oleh ketua Sub bagian yang mengatur urusan administrasi umum dan ketua Sub Kemahasiswaan serta Alumni. Masing-masing ketua Sub dibantu para stafnya.

b. Jabatan non Struktural dan Fungsional

1) Program studi

Program studi ialah pelaksana akademik pada fakultas meliputi aktivitas kemahasiswaan serta dosen. Tugas acara studi dipimpin ketua koordinator program studi serta dibantu oleh Sekretaris acara studi.

2) Dosen

Dosen merupakan tenaga guru prodi yang ada pada Fakultas. Dosen memiliki kewajiban untuk melaksanakan tri darma perguruan tinggi yang meliputi pendidikan dan pengajaran, penelitian serta pengabdian rakyat.

3) Laboran

Laboran adalah pelaksana laboratorium yang ditunjuk oleh rektor dengan surat Keputusan (SK) yang telah ditetapkan.

4) Lembaga-Lembaga

Adapun forum-forum yang dimaksud ialah lembaga independen untuk membuat acara-program yg terdapat pada fakultas. forum-forum itu berkaitan menggunakan pengembangan keilmuan yang

dibangun di fakultas melalui prodi-prodi yang ada. pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, misalnya ada forum Kajian serta pelatihan Dakwah (LKPD), sementara lembaga lain yang bekerjasama menggunakan Fakultas buat pengembangan diantaranya adalah ABKIN (Assosiasi Bimbingan Konseling Indonesia), kemudian ASKOPIS (Assosiasi Komunikasi serta Penyiaran Islam indonesia) serta APDI (Assosiasi Profesi Da'i Indonesia).

3. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

a. Visi

Menjadi pusat pengembangan dan penyebaran (dakwah) Islam melalui sumber daya manusia yang berintegritas tinggi sesuai bidang, berwawasan global, berkerakter Islam.

b. Misi

- 1) Mengembangkan kompetensi mahasiswa dalam bidang komunikasi penyiaran Islam, bimbingan penyuluhan Islam, Jurnalistik, dan Sistem informasi.
- 2) Mengintegrasikan ilmu-ilmu keislaman dengan ilmi-ilmu sosial dan sains sehingga dapat dikemas dalam bingkai komunikasi yang efektif, bimbingan konselling islami, jurnalistik prophetic, dan sistem informasi yang komprehensif.
- 3) Meningkatkan capacity building tenaga pendidik dan tenaga kependidikan serta memaksimalkan sumber belajar.
- 4) Meningkatkan fungsi dan peran media dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman, baik media cetak, penyiaran, informasi elektronik melalui web maupun konseling langsung kepada sasaran.

- 5) Memaksimalkan sarana/prasarana penunjang dalam meningkatkan kompetensi mahasiswa sesuai prodi dan minatnya.

c. Tujuan

Menghasilkan sarjana yang memiliki wawasan keislaman komprehensif, mampu mengembangkan diri dalam mendakwahkan Islam sesuai dengan bidang-bidangnya: Komunikasi, Bimbingan & Konseling, Jurnalistik, dan Sistem Informasi, serta memiliki jaringan yang luas, terbuka dan reponsif terhadap sosial, dan senantiasa berakhlak mulia.

d. Target

- 1) Fakultas Dakwah dan Komunikasi menjadi humasnya IAIN dalam proses menuju UIN melalui pengembangan media yang dimiliki.
- 2) Menghasilkan out put (lulusan) yang mampu berkomunikasi dengan baik, menjadi Da'I professional, Konselor Keagamaan yang professional, jurnalis yang prophetic dan perancang Sistem informasi.
- 3) Menjadi lembaga yang mamou berkomunikasi efektif, memberikan bimbingan dan konseling yang islami dan solutif, jurnalistik yang patut diteladani dan memberikan informasi yang benar.

4. Visi, Misi Dan Tujuan Prodi Jurnalistik

a. Visi

Menjadi pusat studi Jurnalistik yang menghasilkan lulusan berkualitas unggul dan berkarakter islami.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan program pendidikan di bidang kajian Jurnalistik untuk jenjang strata satu (sarjana) yang memiliki

kemampuan akademik, teknik dan praktis yang tinggi serta memiliki moralitas dan karakter yang kuat, bermartabat sehingga mampu bersaing dalam skala nasional maupun internasional;

- 2) Menyelenggarakan kegiatan penelitian di bidang Jurnalistik baik secara ilmiah/akademik maupun praktis dengan berbasis pada nilai-nilai islami serta pemecahan masalah-masalah sosial;
- 3) Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat yang merupakan wujud pertanggungjawaban sosial sebagai bagian dari masyarakat akademis dalam ranah Jurnalistik.

c. Tujuan

- 1) Menghasilkan Lulusan Program Strata Satu (sarjana) yang memiliki bekal pengetahuan, kemampuan teknik dan praktis yang komprehensif dalam bidang Jurnalistik serta memiliki moralitas dan karakter islami;
- 2) Menjadikan program studi Jurnalistik sebagai pusat studi Jurnalistik yang unggul dalam bidang pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat;
- 3) Menjadikan program studi Jurnalistik sebagai poros dan parameter perkembangan dunia jurnalistik secara regional dan nasional.

5. Biodata Narasumber

a. Sisca Kohl



Gambar 4.1

Seleb Tiktok Sisca Kohl

Sisca Kohl ialah kreator tiktok yang seringkali disebut menjadi crazy rich tiktok yang kerap memberikan konten beserta adiknya Aliyyah kohl. Sisca kohl memiliki 9, 5 M pengikut pada akun media umum tiktoknya. Gadis kelahiran 3 april 2002 ini sekarang tengah menjalani pendidikan sarjana pada The University of New South Wales, Sydney Australia. Sisca Kohl adalah keturunan Indonesia-Tionghoa dan sekarang Sisca Kohl tinggal di Tangerang. Selain aktif di tiktok beliau juga aktif membuat konten di Instagram serta Youtube. Konten-konten Sisca Kohl kebanyakan merupakan mukbang dan review barang-barang perempuan mirip produk kecantikan, indera make up, dan alat-inaera dapur.²

Nama Sisca kohl diketahui sudah aktif menggunakan tiktok Dari tahun 2018, namun nama Sisca Kohl baru menjadi sorotan publik selepas dirinya memposting sebuah konten yang berisi tentang

²Rozak Abidin, " Biodata Sisca Kohl, Fakta Menarik Seleb Tiktok Yang Selalu Sukses Membuat Warganet Tercengang" <https://portalpurwokerto.pikiran-rakyat.com/internasional/pr-1153459737/biodata-sisca-kohl-fakta-menarik-seleb-tiktok-yang-selalu-sukses-membuat-warganet-tercengang> (diakses 11 Februari 2022, 12:59)

tabungannya semenjak kecil yang nominalnya ditafsir mencapai ratusan juta.³

b. Jihan Sahira



Gambar 4.2

Seleb Tiktok Jihan Sahira

Jihan Nurul Sahira dengan 962.0k pengikut di akun tiktoknya merupakan tiktokers kelahiran Jakarta 1997, beliau sekarang sedang menempuh pendidikan pada Universitas Pancasila fakultas aturan, Jihan Sahira ternyata aktif menjadi tiktokers mulai tahun 2020, Jihan pernah mengikuti ajang Abang None Jakarta Utara di tahun 2020 kemudian. dia pun berhasil meraih Runner up tiga di ajang tersebut..

Dari tahun 2020 sampai waktu ini segala fashion item berwarna lilac sedang digandrungi bahkan menjadi animo hijab, mirip halnya outfit of the day (OOTD) serba lilac yg dipergunakan sang seleb tiktok Jihan Sahira. Seleb tiktok yang ini terlihat kerap mengunggah fotonya ke akun Instagram dengan banyak sekali macam ootd serta salah satunya ialah ootd serba lilac. Banyak kaum hawa yang berlomba-

³Farah Nabila, "*Profil dan Biodata Sisca Kohl, Seleb Tiktok Yang celengannya Ratusan Juta*"<https://www.suara.com/entertainment/2021/03/21/092520/profil-dan-biodata-sisca-kohl-seleb-tiktok-yang-celengannya-ratusan-juta> (diakses jumat 11 Februari 2022, 13.30)

lomba mengoleksi fashion item lilac agar tidak ketinggalan isu terkini hijab 2021, sama halnya dengan yang dilakukan Jihan Sahira.⁴

c. Tasya Farasya



Gambar 4.3

Seleb Tiktok Tasya Farasya

Tasya Farasya dikenal sebagai beauty vlogger yang cukup rajin memberikan tutorial make up baik natural juga tidak di akun media sosialnya. menggunakan wajahnya yang rupawan, Tasya Farasya juga tidak sungkan mengembangkan review perihal produk kecantikan. Nama asli Tasya Farasya yaitu Lulu Farasya, lahir di 25 mei 1992, dia merupakan anak asal pengusaha tajir Alawiyah Alatas, pemilik PT. Tifar Amanco, sebuah perusahaan training serta penyalur tenaga kerja ke Timur Tengah.⁵

⁴Rina Suhandi, "*Tren Hijab 2021: Ootd Serba Lilac Ala Seleb Tiktok Jihan Sahira*"https://stylo.grid.id/read/142526253/tren-hijab-2021-ootd-serba-lilac-ala-seleb-tiktok-jihan-sahira?utm_source=publisher&utm_medium=Referral&utm_campaign=publisher (diakses 11 Februari 2022, 15.20)

⁵Sumarni, "*Profil Tasya Farasya, Beauty Vlogger yang Tajir Melintir*"<https://www.suara.com/entertainment/2022/01/20/145057/profil-tasya-farasya-beauty-vlogger-yang-tajir-melintir> (diakses 11 Februari 2020, 13:47)

Tasya Farasya merupakan seseorang beauty blogger sekaligus seleb tiktok yang memiliki 1,8 M pengikut pada akun media umum tiktoknya. banyak remaja yang mengidolakan Tasya Farasya karena yang akan terjadi make up yang beliau buat sangat bagus dan menarik. Tasya Farasya juga sering menirukan gaya make up seniman-seniman luar negeri, tak hanya itu dia juga seringkali mereview aneka macam jenis make up dan skincare, sebagai akibatnya membuat pengikutnya terpesona buat membeli produk yang beliau review..

d. Alifhia Fitri



Gambar 4.4

Seleb Tiktok Alifhia Fitri

Alifhia Fitri lahir di Bogor, Jawa Barat di tanggal 29 Desember 2000. beliau sekarang sedang menempuh pendidikan di Universitas Padjajaran Fakultas Pertanian. Alifhia Fitri merupakan seleb tiktok yang sering memberikan konten tutorial hijab, bahkan sekarang beliau sudah sebagai merk ambassador banyak sekali merek hijab. Wajahnya yang rupawan serta model hijab yang modis membuahkan Alifhia Fitri populer. Kepopulerannya menghasilkan

beliau banyak dikenal para pengguna tiktok lainnya, hal ini pula menghasilkan Alifhia Fitri mendapatkan aneka macam macam endorse dari beberapa produk.

banyak pengguna tiktok yang seringkali berkomentar di akun tiktok milik Alifhia Fitri serta menanyakan tutorial hijab serta juga dimana hijab tadi dibeli. semenjak waktu itu dia berhasil mencuri perhatian banyak orang dan sekarang akun tiktok Alifhia Fitri telah memiliki lima,1 M pengikut.

e. Felicya Angelista



Gambar 4.5

Seleb Tiktok Felicya Angelista

Felicya Angelista seseorang aktris serta pengusaha di bidang *bodycare*. Istri Immanuel Caesar Hito ini mulai berbisnis *beauty care, scarlett whitening* Sejak tahun 2017. Felicya Angelista lahir di Jakarta, dua November 1994, ia adalah lulusan Institut usaha Nusantara. Sebelum *scarlett whitening* terdapat, Felicya Angelista meluncurkan produk masker wajah. kemudian kini produk

scarlett whitening Felicya Angelista sudah dikenal banyak orang dan pada pakai poly artis ternama.⁶

Felicya Angelista memiliki 2,0M pengikut di akun media sosial tiktoknya, membangun bisnis *beauty care, scarlett whitening* bermula berasal pertanyaan tentang produk yang dia pakai. Nama Felicya Angelista awalnya dikenal sebagai pesinetron yang tayang pada layar kaca Indonesia sebelum akhirnya menjadi pemilik usaha *beauty care, scarlett whitening* yang banyak di gemari kaum hawa. bisnis yang dimulai di tahun 2017 ini semakin *booming* serta populer karena dipatok harga yang cukup murah.

B. Hasil Penelitian Dan Wawancara

1. Dimensi Perilaku Konsumtif

Menurut Lina & Rosyid (1997) dimensi perilaku konsumtif tersusun atas tiga aspek, yaitu:

- a) Impulsive buying (pembelian impulsif) Aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba/keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

⁶Vira Ramadhani, "*Begini Kisah Felicya Angelista Sukses Bisnis Bodycare Hingga Gaet Song Joong Ki Jadi Star Ambassador*"<https://jambi.tribunnews.com/2022/02/06/begini-kisah-felicya-angelista-sukses-bisnis-body-care-hingga-gaet-song-joong-ki-jadi-star-ambasador> (diakses 11 Februari 2020, 22:13)

- b) Non rational buying (pembelian tidak rasional) Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.
- c) Wasteful buying (pemborosan) Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata mata untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik, dimana para remaja dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya lain dari pada yang lain dan membuatnya merasa trendy.⁷

Tabel 4.1

Bentuk-bentuk Perilaku Konsumtif

| DOKUMENTASI | PENGAMATAN |
|--|---|
| <p>Bentuk-Bentuk Perilaku Konsumtif</p> | <p>1) Membeli produk karena penawaran khusus Konsumen membeli suatu barang karena adanya penawaran khusus jika membeli barang tersebut.</p> <p>2) Membeli produk karena penampilannya yang menarik. Konsumen sangat mudah untuk membeli suatu produk dikarenakan penampilannya yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena penampilan produk tersebut menarik.</p> <p>3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya perempuan dewasa awal mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan,</p> |

⁷Mufarrizaturrizkiyah, Abdul Aziz, Leliya, *E-Commerce Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim*,(Cirebon : CV. ELSI PRO, 2020) hal. 15

gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar mereka selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain.

- 4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi.

- 6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.

Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya.

- 7) Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri.

Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan tersebut dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Cros dan Cros (dikutip Sumartono, 2002) juga menambahkan bahwa dengan membeli produk yang mereka anggap dapat mempercantik penampilan fisik, mereka akan menjadi lebih percaya diri.

- 8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis.

Konsumen akan cenderung menggunakan produk

| | |
|--|--|
| | dengan jenis yang sama tetapi dengan merek yang lain dari produk yang sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya. ⁸ |
|--|--|

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Swasta dan Handoko (1997) (dalam Setyawati, 2013) perilaku seseorang tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi, begitu juga terjadinya perilaku konsumtif pada remaja, antara lain ditentukan oleh faktor psikologis, faktor eksternal dan faktor internal. Faktor psikologis sekaligus merupakan faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, yang berpeluang memberikan pengaruh terhadap pembentukan perilaku: sikap, motivasi dan keterlibatan minat dan konsep diri, persepsi, kepribadian, bakat, pengetahuan, hasil belajar dan sumber daya konsumen. Faktor eksternal merupakan faktor dari luar individu yang berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku, yaitu budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi. Mangkunegara menyatakan bahwa perilaku konsumtif pada dasarnya dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu internal dan eksternal.

Tabel 4.2

Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

| Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif | PENGAMATAN |
|---|---|
| Faktor Internal | 1) Motivasi, 2) Pengamatan dan proses belajar, 3) Kepribadian dan konsep diri, 4) Kepercayaan. |

⁸Riyan Adiputra, Clara Moningka, *Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal*, Jurnal PSIBERNETIKA Vol. 5 No. 2 Oktober 2012, hal 78-79

| | |
|------------------|---|
| Faktor eksternal | 1) Kebudayaan, 2) Kelas sosial, 3) Kelompok anutan, 4) Keluarga. |
|------------------|---|

Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara berstruktur dengan informan dalam bentuk observasi langsung dan apabila datanya sudah terkumpul kemudian dianalisis. Informan sendiri terfokus pada mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi Prodi jurnalistik angkatan 2019 UIN Raden Fatah Palembang yang menggunakan media sosial tiktok secara aktif. Dalam pemilihan informan, karakteristik informan juga harus dipertimbangkan. Pertimbangan karakteristik yang dimaksud adalah informan yang dipilih yakni yang berpengalaman langsung dalam menggunakan media sosial tiktok dan merasakan sendiri pengaruh seleb tiktok terhadap perilaku konsumtif mereka.

Wawancara dilakukan dengan mendatangi langsung informan di fakultas dakwah dan komunikasi UIN Raden Fatah Palembang. Hal ini dilakukan untuk memudahkan proses wawancara sehingga informan dapat lebih jelas dalam memberikan jawabannya. Proses wawancara itu sendiri berlangsung pada tanggal 25 Februari sampai 5 Maret 2022. Berikut adalah hasil wawancara mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi Prodi jurnalistik angkatan 2019 UIN Raden Fatah Palembang :

Tabel 4.3

Responden Suci Novita Sari

| No. | PERTANYAAN | JAWABAN |
|-----|--|---|
| 1 | Apakah anda aktif menggunakan media sosial tiktok? | Ya saya aktif menggunakan aplikasi tiktok |

| | | |
|----|---|---|
| 2 | Hal apa saja yang biasa kamu lakukan di media sosial tiktok? | Hal yang biasa saya lakukan di aplikasi tiktok yaitu scroll Fyp dan nonton konten seleb tiktok |
| 3 | Fitur apa saja yang kamu sukai dari media sosial tiktok? | Fitur tiktok shop |
| 4 | Apa motif Anda mendownload aplikasi tiktok? | Motif mendownload tiktok karena menurut saya tiktok adalah aplikasi terupdate sekarang ini |
| 5 | Berapa jam dalam sehari Anda mengakses media sosial tiktok? | 4 sampai 5 jam sehari |
| 6 | Kenapa kamu memilih media sosial Tik tok untuk memenuhi kebutuhan? | Karena video yang ada di aplikasi tiktok mengandung informasi yang saya butuhkan |
| 7 | Hal apa saja yang anda dapatkan dari media sosial tiktok? | seperti tentang kecantikan, kesehatan, lifestyle dan olahraga. |
| 8 | Apakah Anda puas dengan layanan yang ada di media sosial tiktok? | Saya cukup puas dengan layanan aplikasi tiktok |
| 9 | Apakah Anda puas Setelah membeli produk melalui review seleb tiktok? | Ya saya puas dengan review seleb tiktok, karen seleb tiktok meyakinkan saya untuk membeli produk yang mereka pasarkan |
| 10 | Apakah Anda membeli produk karena minat saja? | Ya, kadang saya merasa ini pemborosan karena barang yang tidak penting di beli |
| 11 | Interaksi apa yang biasa kamu lakukan di media sosial tiktok? | Berbalas komentar dengan pengguna tiktok lainnya |
| 12 | Apakah kamu sering berkomentar di media sosial tiktok dan mendapatkan balasan dari penggunaan tiktok lainnya? | Ya, terutama dengan teman-teman dekat saya |
| 13 | Apakah ada informasi yang sudah kamu | Informasi yang saya dapatkan di |

| | | |
|----|--|---|
| | lihat di media lain lalu muncul di media sosial tiktok? | aplikasi tiktok adalah informasi pertama yang belum saya dapatkan di aplikasi lain |
| 14 | Apakah sering ada kendala jaringan saat anda mengakses aplikasi tiktok? | Cukup sering |
| 15 | Menurut anda apakah kekurangan yang dimiliki media sosial tiktok? | Penggunaan kuota yang cukup banyak jadi saya agak boros |
| 16 | Apakah anda mempunyai banyak teman atau pengikut di media sosial tiktok? | Tidak lebih dari 100 pengikut |
| 17 | Apakah anda sering menirukan gaya seleb tiktok yang anda tonton? | Kadang saya suka mengikuti gaya seleb tiktok seperti <i>lifestyle</i> dan tips-tips yang mereka berikan |
| 18 | Siapa seleb tiktok yang sering anda tonton? | Tasya Farasya, Jen Salimar, dan Felicya Angelista |
| 19 | Bagaimana pendapat anda tentang media sosial tiktok? | Menurut saya media sosial tiktok adalah media yang paling <i>up to date</i> saat ini |
| 20 | Apakah anda sering membuat video/konten di aplikasi tiktok? | Tidak |
| 21 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena ada penawaran khusus? | Ya, saya membeli produk karena ada penawaran harga |
| 22 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena penampilannya menarik? | Ya, saya sering membeli produk karena penampilan produk tersebut menarik |
| 23 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok untuk menjaga diri dari gengsi? | Tidak |
| 24 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok atas pertimbangan | Ya, saya sering membeli produk atas pertimbangan harga |

| | | |
|----|---|--|
| | harga (bukan atas manfaat dan kegunaan)? | |
| 25 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena menjaga status sosial? | Tidak |
| 26 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena pengaruh seleb tiktok yang mengiklankannya? | Ya, saya sering membeli produk karena seleb tiktok yang mengiklankannya apalagi kalau yang mengiklankannya adalah seleb tikok idola saya |
| 27 | Apakah anda membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri? | Kalau harga tersebut masih <i>worth it</i> dan sesuai dengan kegunaan barang tersebut akan saya beli |
| 28 | Apakah anda sering membeli lebih dari dua produk sejenis yang di review seleb tiktok? | Tidak |
| 29 | Apa yang mendorong Anda membeli produk tidak sesuai dengan kebutuhan? | Karena produk tersebut lucu |
| 30 | Apakah anda pernah menyesal membeli barang yang tidak sesuai kebutuhan? | Tidak, karena say membeli produk yang di review langsung oleh seleb tiktok idola saya |
| 31 | Apakah Anda membeli produk karena fakto kebudayaan? | Tidak |
| 32 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kelas sosial? | Tidak |
| 33 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kelompok anutan? | Tidak |
| 34 | Apakah Anda membeli produk karena faktor keluarga? | Tidak |
| 35 | Apakah Anda membeli produk karena | Ya, saya termotivasi oleh seleb |

| | | |
|----|---|--|
| | faktor motivasi? | tiktok Tasya Farasya |
| 36 | Apakah Anda membeli produk untuk pengamatan dan proses belajar? | Ya, saya membeli produk untuk proses belajar |
| 37 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kepribadian dan konsep diri? | Ya, saya membeli produk untuk memuaskan batin saya, ketika saya berhasil membeli saya akan merasa senang |
| 38 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kepercayaan? | Ya, saya percaya terhadap seleb tiktok idola saya ⁹ |

Tabel 4.4

Responden Bilqis Salsabila Ramadhanti

| No | Pertanyaan | Jawaban |
|----|---|---|
| 1 | Apakah anda aktif menggunakan media sosial tiktok? | Ya, saya aktif menggunakan media sosial tiktok |
| 2 | Hal apa saja yang biasa kamu lakukan di media sosial tiktok? | Hal yang biasa saya lakukan di media sosial tiktok adalah melihat video seleb tiktok dan belanja di tiktok shop |
| 3 | Fitur apa saja yang kamu sukai dari media sosial tiktok? | Fitur tiktok shop |
| 4 | Apa motif Anda mendownload aplikasi tiktok? | Awalnya saya hanya coba-coba, tapi semakin lama saya semakin tertarik |
| 5 | Berapa jam dalam sehari Anda mengakses media sosial tiktok? | 3 sampai 4 jam sehari |
| 6 | Kenapa kamu memilih media sosial tiktok untuk memenuhi kebutuhan? | Karena menurut saya belanja di tiktok shop terbilang |

⁹Suci Novita Sari, *Mahasiswa Jurnalistik*, wawancara pada tanggal 26 Februari 2022

| | | |
|----|---|---|
| | | murah |
| 7 | Hal apa saja yang anda dapatkan dari media sosial tiktok? | Dari aplikasi tiktok saya termotivasi belajar memasak belajar <i>make up</i> dan <i>skincare</i> |
| 8 | Apakah Anda puas dengan layanan yang ada di media sosial tiktok? | Saya puas dengan layanan yang ada di aplikasi tiktok |
| 9 | Apakah Anda puas Setelah membeli produk melalui review seleb tiktok? | Ya, karena barang yang saya beli sesuai dengan ekspektasi |
| 10 | Apakah Anda membeli produk karena minat saja? | Terkadang saya membeli produk karena minat saja |
| 11 | Interaksi apa yang biasa kamu lakukan di media sosial tiktok? | Saya tidak gak terlalu berinteraksi dengan pengguna tiktok lainnya |
| 12 | Apakah kamu sering berkomentar di media sosial tiktok dan mendapatkan balasan dari penggunaan tiktok lainnya? | Tidak |
| 13 | Apakah ada informasi yang sudah kamu lihat di media lain lalu muncul di media sosial tiktok? | Jarang, karena Informasi yang biasa saya dapatkan di aplikasi tiktok adalah informasi yang trending saat ini. |
| 14 | Apakah sering ada kendala jaringan saat anda mengakses aplikasi tiktok? | Ya sering |
| 15 | Menurut anda apakah kekurangan yang dimiliki media sosial tiltok? | Kekurangan dari media sosial Tik tok yaitu jika belanja di tik tok shop pengirimannya yang sangat lambat |
| 16 | Apakah anda mempunyai banyak teman | Saya tidak mempunyai |

| | | |
|----|---|--|
| | atau pengikut di media sosial tiktok? | begitu banyak teman di tiktok hanya orang terdekat saja |
| 17 | Apakah anda sering menirukan gaya seleb tiktok yang anda tonton? | Terkadang saya suka menirukan seleb tiktok |
| 18 | Siapa seleb tiktok yang sering anda tonton? | Tasya Revina, Fuji, Viracun, Felicya Angelista dan Sisca Kohl |
| 19 | Bagaimana pendapat anda tentang media sosial tiktok? | Aplikasi si Tik tok adalah aplikasi yang menjadi sumber informasi saya |
| 20 | Apakah anda sering membuat video/konten di aplikasi tiktok? | Tidak pernah |
| 21 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena ada penawaran khusus? | Ya, saya membeli produk yang direview seleb tiktok karena ada penawaran khusus |
| 22 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena penampilannya menarik? | Tidak |
| 23 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok untuk menjaga diri dari gengsi? | Tidak |
| 24 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok atas pertimbangan harga (bukan atas manfaat dan kegunaan)? | Ya saya membeli produk yang di review seleb tiktok atas pertimbangan harga |
| 25 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena menjaga | Tidak |

| | | |
|----|---|--|
| | status sosial? | |
| 26 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena pengaruh seleb tiktok yang mengiklankannya? | Ya saya membeli produk di tiktok karena terpengaruh oleh seleb tiktok yang mengiklankannya |
| 27 | Apakah anda membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri? | Saya juga pernah membeli produk mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri karena barang mahal biasanya sesuai dengan kualitas |
| 28 | Apakah anda sering membeli lebih dari dua produk sejenis yang di review seleb tiktok? | Tidak |
| 29 | Apa yang mendorong Anda membeli produk tidak sesuai dengan kebutuhan? | Ingin menirukan seleb Tiktok |
| 30 | Apakah anda pernah menyesal membeli barang yang tidak sesuai kebutuhan? | Ya ya Saya pernah menyesal membeli barang yang murah karena tidak sesuai dengan ekspektasi |
| 31 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kebudayaan? | Tidak |
| 32 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kelas sosial? | Tidak |
| 33 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kelompok anutan? | Tidak |
| 34 | Apakah Anda membeli produk karena faktor keluarga? | Tidak |
| 35 | Apakah Anda membeli produk karena faktor motivasi? | Ya, termotivasi oleh seleb tiktok yang me-review |

| | | |
|----|---|---|
| | | produk |
| 36 | Apakah Anda membeli produk untuk pengamatan dan proses belajar? | Ya, terkadang saya membeli untuk proses belajar |
| 37 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kepribadian dan konsep diri? | Ya, saya membeli produk karena keinginan saya sendiri sekaligus memenuhi kebutuhan saya |
| 38 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kepercayaan? | Ya, percaya dengan seleb tiktok yang mengiklankannya. ¹⁰ |

Tabel 4.5

Responden Fremia Herawati

| No | Pertanyaan | Jawaban |
|----|--|--|
| 1 | Apakah anda aktif menggunakan media sosial tiktok? | Ya, saya aktif menggunakan media sosial tiktok |
| 2 | Hal apa saja yang biasa kamu lakukan di media sosial tiktok? | Scroll fyp (<i>for you page</i>) seperti tentang kecantikan, <i>beauty vlogger</i> , foto dan sebagainya |
| 3 | Fitur apa saja yang kamu sukai dari media sosial tiktok? | Saya lebih suka tentang review tentang kecantikan, <i>endorse</i> barang dan <i>make up</i> |
| 4 | Apa motif Anda mendownload aplikasi tiktok? | Motif saya mendownload aplikasi Tik tok adalah Tik tok bisa dijadikan untuk mengisi waktu luang |
| 5 | Berapa jam dalam sehari Anda | Sekitar 5 jam sehari |

¹⁰Bilqis Salsabila Ramadhanti, *Mahasiswa Jurnalistik*, Wawancara pada tanggal 26 Februari 2022

| | | |
|----|---|---|
| | mengakses media sosial tiktok? | |
| 6 | Kenapa kamu memilih media sosial tiktok untuk memenuhi kebutuhan? | Karena tiktok adalah aplikasi yang sangat mudah diakses |
| 7 | Hal apa saja yang anda dapatkan dari media sosial tiktok? | dari aplikasi tiktok saya bisa mengetahui sesuatu seperti tentang kecantikan cara merawat tubuh dan bagaimana cara me-review barang dengan baik |
| 8 | Apakah Anda puas dengan layanan yang ada di media sosial tiktok? | Saya sangat puas dengan layanan yang ada di media sosial tiktok |
| 9 | Apakah Anda puas Setelah membeli produk melalui review seleb tiktok? | Jika saya sudah melihat review Tasya farasya pasti saya akan puas |
| 10 | Apakah Anda membeli produk karena minat saja? | Ya, kadang saya membeli produk karena minat saja jika saya suka dengan barang itu saya akan membelinya nya |
| 11 | Interaksi apa yang biasa kamu lakukan di media sosial tiktok? | Saya tidak pernah berinteraksi dengan pengguna tiktok lainnya |
| 12 | Apakah kamu sering berkomentar di media sosial tiktok dan mendapatkan balasan dari penggunaan tiktok lainnya? | Saya tidak pernah berkomentar di tiktok Saya hanya sering membaca komentar saja |
| 13 | Apakah ada informasi yang sudah kamu lihat di media lain lalu muncul di media sosial tiktok? | Sering sekali, informasi yang kadang sudah saya lihat lalu muncul di tik tok namun di tiktok lebih spesifik |

| | | |
|----|--|--|
| | | menjelaskan kronologi informasi tersebut |
| 14 | Apakah sering ada kendala jaringan saat anda mengakses aplikasi tiktok? | Ya, sering terjadi kendala jaringan |
| 15 | Menurut anda apakah kekurangan yang dimiliki media sosial tiktok? | Kekurangan dari media sosial tiktok adalah masih banyaknya konten dewasa atau konten seksual yang tersebar yang bermain Tik tok bukan hanya umur diatas 17 tahun tapi anak-anak pun bermain tiktok dan konten itu sangat berbahaya untuk anak dibawah umur |
| 16 | Apakah anda mempunyai banyak teman atau pengikut di media sosial tiktok? | Saya tidak punya banyak teman di aplikasi tiktok hanya teman dekat saja |
| 17 | Apakah anda sering menirukan gaya seleb tiktok yang anda tonton? | Saya tidak terlalu sering menirukan gaya seleb tiktok |
| 18 | Siapa seleb tiktok yang sering anda tonton? | Tasya farasya |
| 19 | Bagaimana pendapat anda tentang media sosial tiktok? | Pendapat saya tentang Aplikasi ini sangat baik untuk mengisi waktu luang dan menghilangkan jenuh |
| 20 | Apakah anda sering membuat video/konten di aplikasi tiktok? | Saya tidak suka membuat konten di tiktok Saya hanya penikmat konten saja |
| 21 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena ada | Ya saya membeli produk karena ada penawaran khusus |

| | | |
|----|---|--|
| | penawaran khusus? | |
| 22 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena penampilannya menarik? | Ya saya juga membeli produk karena penampilannya menarik |
| 23 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok untuk menjaga diri dari gengsi? | Tidak |
| 24 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok atas pertimbangan harga (bukan atas manfaat dan kegunaan)? | Iya saya membeli produk yang di review seleb Tik tok atas pertimbangan harga ga |
| 25 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena menjaga status sosial? | Tidak |
| 26 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena pengaruh seleb tiktok yang mengiklankannya? | Iya karena produk yang di review seleb tiktok sangat berpengaruh bagi saya apalagi jika Tasya farasya yang mereview saya sangat yakin jika produk itu memang bagus dan berkualitas |
| 27 | Apakah anda membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri? | Tidak |
| 28 | Apakah anda sering membeli lebih dari dua produk sejenis yang di review seleb tiktok? | Tidak |
| 29 | Apa yang mendorong Anda membeli produk tidak sesuai dengan kebutuhan? | Hanya untuk memuaskan batin saya |

| | | |
|----|---|---|
| 30 | Apakah anda pernah menyesal membeli barang yang tidak sesuai kebutuhan? | Ya sering |
| 31 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kebudayaan? | Tidak |
| 32 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kelas sosial? | Tidak |
| 33 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kelompok anutan? | Tidak |
| 34 | Apakah Anda membeli produk karena faktor keluarga? | Tidak |
| 35 | Apakah Anda membeli produk karena faktor motivasi? | Ya, termotivasi oleh seleb tiktok |
| 36 | Apakah Anda membeli produk untuk pengamatan dan proses belajar? | Ya, pastinya untuk proses belajar |
| 37 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kepribadian dan konsep diri? | Ya, saya membeli produk sesua dengan keinginan diri saya, jika saya tidak membeli maka saya akan penasaran dengan barang tersebut |
| 38 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kepercayaan? | Ya, percaya terhadap seleb tiktok yang mengiklankannya ¹¹ |

Tabel 4.6

Responden Suci Widyastiani Puteri Sifa

| No | Pertanyaan | Jawaban |
|----|------------|---------|
|----|------------|---------|

¹¹Fremia Herawati, *Mahasiswa Journalistik*, Wawancara pada tanggal 2 Maret 2022

| | | |
|---|---|---|
| 1 | Apakah anda aktif menggunakan media sosial tiktok? | Ya, saya aktif menggunakan media sosial Tik tok |
| 2 | Hal apa saja yang biasa kamu lakukan di media sosial tiktok? | Yang biasa saya lakukan di media sosial tiktok adalah scroll video di tiktok, terkadang saya juga buat konten lucu |
| 3 | Fitur apa saja yang kamu sukai dari media sosial tiktok? | Fitur yang saya sukai dari media sosial tiktok adalah membuat video menggunakan efek dan filter yang ada di tik tok |
| 4 | Apa motif Anda mendownload aplikasi tiktok? | Motif saya mendownload aplikasi tiktok adalah untuk hiburan dan mencari informasi. |
| 5 | Berapa jam dalam sehari Anda mengakses media sosial tiktok? | Kurang lebih 5 jam dalam sehari |
| 6 | Kenapa kamu memilih media sosial tiktok untuk memenuhi kebutuhan? | Saya memilih media sosial tiktok karena media sosial tiktok mudah diakses dan apa yang biasa saya cari ada di aplikasi tiktok |
| 7 | Hal apa saja yang anda dapatkan dari media sosial tiktok? | Banyak hal yang saya dapatkan di aplikasi Tik tok contohnya konten yang berhubungan dengan kuliah dan info terkini |
| 8 | Apakah Anda puas dengan layanan yang ada di media sosial tiktok? | Saya puas dengan layanan yang ada di media sosial |

| | | |
|----|---|--|
| | | tiktok |
| 9 | Apakah Anda puas Setelah membeli produk melalui review seleb tiktok? | Saya belum pernah beberapa kali membeli produk yang diracuni oleh konten seleb tiktok, dan saya cukup puas |
| 10 | Apakah Anda membeli produk karena minat saja? | Kadang iya, kadang tidak juga |
| 11 | Interaksi apa yang biasa kamu lakukan di media sosial tiktok? | Interaksi yang saya lakukan di tiktok yaitu saya sering mengirim video dari teman ke teman seperti video lucu dan video informasi |
| 12 | Apakah kamu sering berkomentar di media sosial tiktok dan mendapatkan balasan dari penggunaan tiktok lainnya? | Saya sering berkomentar di media sosial tik tok tapi hanya dari teman ke teman bukan berkomentar di akun seleb tiktok |
| 13 | Apakah ada informasi yang sudah kamu lihat di media lain lalu muncul di media sosial tiktok? | Ya, karena Informasi yang saya dapatkan dari aplikasi aplikasi tiktok sangat beragam dan informasi yang saya lihat di tiktok pasti ada di media sosial lainnya |
| 14 | Apakah sering ada kendala jaringan saat anda mengakses aplikasi tiktok? | Terkadang, tetapi lebih banyak lancarnya |
| 15 | Menurut anda apakah kekurangan yang dimiliki media sosial tiktok? | Kekurangan media sosial tiktok adalah orang masih bebas berkomentar jelek dan belum bisa memfilter komentar |

| | | |
|----|--|--|
| 16 | Apakah anda mempunyai banyak teman atau pengikut di media sosial tiktok? | Saya tidak mempunyai terlalu banyak teman di media sosial tiktok hanya teman dekat saja |
| 17 | Apakah anda sering menirukan gaya seleb tiktok yang anda tonton? | Saya tidak menirukan gaya seleb tiktok yang saya tonton |
| 18 | Siapa seleb tiktok yang sering anda tonton? | Seleb tiktok yang saya tonton random sesuai dengan beranda tiktok saya |
| 19 | Bagaimana pendapat anda tentang media sosial tiktok? | Pendapat saya tentang media sosial tiktok adalah tiktok itu bagus banget tiktok bisa menjadi hiburan, wadah mencari informasi, aksesnya mudah dan tikok menyenangkan |
| 20 | Apakah anda sering membuat video/konten di aplikasi tiktok? | Ya saya sering membuat konten di tiktok bersama teman saya |
| 21 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena ada penawaran harga? | Iya, saya membeli produk yang di review seleb tiktok karena ada penawaran harga |
| 22 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena penampilannya menarik? | Terkadang iya |
| 23 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok untuk menjaga diri dari gengsi? | Tidak |
| 24 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok atas pertimbangan harga (bukan atas manfaat dan | Iya terkadang |

| | | |
|----|---|---|
| | kegunaan)? | |
| 25 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena menjaga status sosial? | Tidak |
| 26 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena pengaruh seleb tiktok yang mengiklankannya? | Iya, terkadang saya melihat review seleb tiktok terlebih dahulu |
| 27 | Apakah anda membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri? | Tidak |
| 28 | Apakah anda sering membeli lebih dari dua produk sejenis yang di review seleb tiktok? | Tidak |
| 29 | Apa yang mendorong Anda membeli produk tidak sesuai dengan kebutuhan? | Karena promo |
| 30 | Apakah anda pernah menyesal membeli barang yang tidak sesuai kebutuhan? | Ya, terkadang saya menyesal pernah membeli barang tidak sesuai kebutuhan di aplikasi belanja online |
| 31 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kebudayaan? | Tidak |
| 32 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kelas sosial? | Tidak |
| 33 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kelompok anutan? | Tidak |
| 34 | Apakah Anda membeli produk karena faktor keluarga? | Tidak |
| 35 | Apakah Anda membeli produk karena faktor motivasi? | Iya, melalui idola saya |
| 36 | Apakah Anda membeli produk untuk | Tidak |

| | | |
|----|---|---|
| | pengamatan dan proses belajar? | |
| 37 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kepribadian dan konsep diri? | Ya, saya membeli produk untuk kebutuhan diri saya sendiri |
| 38 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kepercayaan? | Iya saya percaya terhadap review seleb tiktok ¹² |

Tabel 4.7

Responden Riski Purnama Sari

| No | Pertanyaan | Jawaban |
|----|---|--|
| 1 | Apakah anda aktif menggunakan media sosial tiktok? | Ya, saya aktif di media sosial tiktok |
| 2 | Hal apa saja yang biasa kamu lakukan di media sosial tiktok? | Hal yang biasa saya lakukan di media sosial tiktok adalah melihat video lucu |
| 3 | Fitur apa saja yang kamu sukai dari media sosial tiktok? | Fitur yang saya sukai dari aplikasi tiktok adalah tiktok shop |
| 4 | Apa motif Anda mendownload aplikasi tiktok? | Saya mendownload Tik tok karena Tik tok adalah media sosial yang selalu memberikan informasi terbaru |
| 5 | Berapa jam dalam sehari Anda mengakses media sosial tiktok? | Sekitar 8 jam sehari |
| 6 | Kenapa kamu memilih media sosial tiktok untuk memenuhi kebutuhan? | Menurut saya aplikasi tiktok mudah diakses |
| 7 | Hal apa saja yang anda dapatkan dari | Hal yang saya dapatkan di |

¹²Suci Widyastiani Puteri Sifa, *Mahasiswa Jurnalistik*, Wawancara pada tanggal 2 Maret 2022

| | | |
|----|---|---|
| | media sosial tiktok? | media sosial tiktok begitu banyak seperti edukasi, produk yang saya beli dari tiktok shop, dan informasi lainnya |
| 8 | Apakah Anda puas dengan layanan yang ada di media sosial tiktok? | Saya puas dengan layanan yang ada di media sosial tiktok |
| 9 | Apakah Anda puas Setelah membeli produk melalui review seleb tiktok? | Saya juga puas dengan produk yang di review seleb tiktok |
| 10 | Apakah Anda membeli produk karena minat saja? | Terkadang memang saya membeli produk karena minat saja terhadap produk tersebut |
| 11 | Interaksi apa yang biasa kamu lakukan di media sosial tiktok? | Di tiktok saya tidak terlalu berinteraksi dengan pengguna lainnya tetapi di tiktok Saya bisa mengenal banyak orang dengan berbagai kehidupan mereka |
| 12 | Apakah kamu sering berkomentar di media sosial tiktok dan mendapatkan balasan dari penggunaan tiktok lainnya? | Saya tidak pernah berkomentar di media sosial tiktok |
| 13 | Apakah ada informasi yang sudah kamu lihat di media lain lalu muncul di media sosial tiktok? | Informasi yang saya dapatkan di tik tok seperti tentang kecantikan, produk terbaru, berita terbaru |
| 14 | Apakah sering ada kendala jaringan saat anda mengakses aplikasi tiktok? | Ya sering ada kendala jaringan kalau kota sudah |

| | | |
|----|--|--|
| | | menipis |
| 15 | Menurut anda apakah kekurangan yang dimiliki media sosial tiktok? | Kekurangan di tiktok mungkin di fitur tiktok siapnya karena ongkos kirim yang sangat mahal |
| 16 | Apakah anda mempunyai banyak teman atau pengikut di media sosial tiktok? | Saya tidak mempunyai banyak teman di media sosial tiktok |
| 17 | Apakah anda sering menirukan gaya seleb tiktok yang anda tonton? | Saya tidak menirukan gaya seleb tiktok |
| 18 | Siapa seleb tiktok yang sering anda tonton? | Seleb tiktok yang sering saya tonton adalah Felicya Angelista dan Siska Kohl |
| 19 | Bagaimana pendapat anda tentang media sosial tiktok? | Pendapat saya tentang Tik tok adalah Tik tok merupakan aplikasi yang menyenangkan |
| 20 | Apakah anda sering membuat video/konten di aplikasi tiktok? | Saya sering membuat konten di media sosial tiktok |
| 21 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena ada penawaran harga? | Iya, saya sering membeli produk yang di review seleb tiktok karena ada penawaran khusus |
| 22 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena penampilannya menarik? | Ya, saya membeli produk yang di review seleb tiktok karena penampilannya menarik |
| 23 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok untuk menjaga diri dari gengsi? | Tidak |

| | | |
|----|---|--|
| 24 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok atas pertimbangan harga (bukan atas manfaat dan kegunaan)? | Iya saya membeli produk yang di review seleb tiktok atas pertimbangan harga |
| 25 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena menjaga status sosial? | Tidak |
| 26 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena pengaruh seleb tiktok yang mengiklankannya? | Ya, terkadang saya membeli produk karena pengaruh seleb Tik tok yang mengiklankannya |
| 27 | Apakah anda membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri? | Tidak |
| 28 | Apakah anda sering membeli lebih dari dua produk sejenis yang di review seleb tiktok? | Tidak |
| 29 | Apa yang mendorong Anda membeli produk tidak sesuai dengan kebutuhan? | Karena produk tersebut lucu |
| 30 | Apakah anda pernah menyesal membeli barang yang tidak sesuai kebutuhan? | Ya sering |
| 31 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kebudayaan? | Tidak |
| 32 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kelas sosial? | Tidak |
| 33 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kelompok anutan? | Tidak |
| 34 | Apakah Anda membeli produk karena faktor keluarga? | Tidak |
| 35 | Apakah Anda membeli produk karena faktor motivasi? | Ya, Termotivasi oleh seleb tiktok |

| | | |
|----|---|--|
| 36 | Apakah Anda membeli produk untuk pengamatan dan proses belajar? | Ya, saya membeli produk untuk proses belajar |
| 37 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kepribadian dan konsep diri? | Ya, tentu saya membeli produk untuk menyenangkan diri saya sendiri |
| 38 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kepercayaan? | Ya, percaya kepada seleb tiktok yang me-review produk tersebut ¹³ |

Tabel 4.8

Responden Miranda Sandana

| No | Pertanyaan | Jawaban |
|----|--|--|
| 1 | Apakah anda aktif menggunakan media sosial tiktok? | Saya aktif di aplikasi Tik tok |
| 2 | Hal apa saja yang biasa kamu lakukan di media sosial tiktok? | Hal yang biasa saya lakukan ketika membuka aplikasi tiktok yaitu scroll video, nonton siaran langsung, belanja dan melihat <i>review</i> OOTD kekinian |
| 3 | Fitur apa saja yang kamu sukai dari media sosial tiktok? | Fitur tiktok shop |
| 4 | Apa motif Anda mendownload aplikasi tiktok? | Awalnya saya hanya coba mendownload tapi ternyata aplikasi Tik tok semakin lama semakin menarik |
| 5 | Berapa jam dalam sehari Anda mengakses media sosial tiktok? | Mungkin sekitar 7 jam sehari |

¹³Riski Purnama Sari, *Mahasiswa Jurnalistik*, Wawancara pada tanggal 2 Maret 2022

| | | |
|----|---|---|
| 6 | Kenapa kamu memilih media sosial tiktok untuk memenuhi kebutuhan? | Karena tiktok adalah aplikasi viral sekarang ini dan hampir semua orang menggunakan aplikasi tiktok |
| 7 | Hal apa saja yang anda dapatkan dari media sosial tiktok? | Hal yang saya dapatkan di tiktok sangat beragam seperti cara berpakaian, info gaya hidup dan iklan produk |
| 8 | Apakah Anda puas dengan layanan yang ada di media sosial tiktok? | Saya puas dengan layanan yang ada di tiktok |
| 9 | Apakah Anda puas Setelah membeli produk melalui review seleb tiktok? | Sejauh ini saya juga puas dengan produk yang direvisi oleh seleb tiktok |
| 10 | Apakah Anda membeli produk karena minat saja? | Ya, terkadang saya membeli produk karena minat saja |
| 11 | Interaksi apa yang biasa kamu lakukan di media sosial tiktok? | Saya tidak terlalu berinteraksi dengan pengguna tiktok lainnya |
| 12 | Apakah kamu sering berkomentar di media sosial tiktok dan mendapatkan balasan dari penggunaan tiktok lainnya? | Saya tidak pernah berkomentar di media sosial tiktok |
| 13 | Apakah ada informasi yang sudah kamu lihat di media lain lalu muncul di media sosial tiktok? | Tiktok adalah sumber informasi pertama bagi saya |
| 14 | Apakah sering ada kendala jaringan saat anda mengakses aplikasi tiktok? | Ya, sering ada kendala jaringan ketika listrik padam |
| 15 | Menurut anda apakah kekurangan yang dimiliki media sosial tiktok? | Kekurangan yang dimiliki media sosial tiktok yaitu video yang tidak seharusnya |

| | | |
|----|---|--|
| | | dipertontonkan tapi tidak dihapus oleh pihak tiktok |
| 16 | Apakah anda mempunyai banyak teman atau pengikut di media sosial tiktok? | Saya tidak mempunyai banyak teman di tiktok sehingga saya tidak terlalu berinteraksi di tiktok |
| 17 | Apakah anda sering menirukan gaya seleb tiktok yang anda tonton? | Saya menirukan seleb tiktok dengan cara berpakaianya atau OOTDnya |
| 18 | Siapa seleb tiktok yang sering anda tonton? | Jihan Sahira |
| 19 | Bagaimana pendapat anda tentang media sosial tiktok? | Media sosial tiktok adalah media terupdate dan sangat menghibur |
| 20 | Apakah anda sering membuat video/konten di aplikasi tiktok? | Ya, saya sering membuat konten di tik tok |
| 21 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena ada penawaran khusus? | Ya, saya sering membeli produk yang di review oleh seleb Tik tok karena ada penawaran khusus |
| 22 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena penampilannya menarik? | Ya saya sering membeli produk yang diliputi oleh seleb tiktok karena penampilannya menarik |
| 23 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok untuk menjaga diri dari gengsi? | Tidak |
| 24 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok atas pertimbangan harga (bukan atas manfaat dan kegunaan)? | Iya saya membeli produk yang diridhoi oleh seleb tiktok atas pertimbangan |

| | | |
|----|---|---|
| | | harga |
| 25 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena menjaga status sosial? | Tidak |
| 26 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena pengaruh seleb tiktok yang mengiklankannya? | Iya saya membeli produk karena pengaruh seleb tiktok yang mengiklankannya |
| 27 | Apakah anda membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri? | Tidak |
| 28 | Apakah anda sering membeli lebih dari dua produk sejenis yang di review seleb tiktok? | Tidak |
| 29 | Apa yang mendorong Anda membeli produk tidak sesuai dengan kebutuhan? | Hal yang mendorong saya membeli produk yang tidak sesuai kebutuhan adalah untuk coba-coba |
| 30 | Apakah anda pernah menyesal membeli barang yang tidak sesuai kebutuhan? | Ya sering |
| 31 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kebudayaan? | Tidak |
| 32 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kelas sosial? | Tidak |
| 33 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kelompok anutan? | Tidak |
| 34 | Apakah Anda membeli produk karena faktor keluarga? | Tidak |
| 35 | Apakah Anda membeli produk karena faktor motivasi? | Ya, saya termotivasi oleh review seleb tiktok |

| | | |
|----|---|--|
| 36 | Apakah Anda membeli produk untuk pengamatan dan proses belajar? | Ya, saya belajar untuk menentukan pakaian yang akan saya pakai |
| 37 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kepribadian dan konsep diri? | Ya, tentu saya akan merasa senang ketika saya bisa memuaskan batin saya |
| 38 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kepercayaan? | Ya, saya percaya terhadap <i>review</i> yang dilakukan oleh seleb tiktok ¹⁴ |

Tabel 4.7

Responden Nurul Hairo

| No | Pertanyaan | Jawaban |
|----|---|--|
| 1 | Apakah anda aktif menggunakan media sosial tiktok? | Ya, saya aktif menggunakan tiktok |
| 2 | Hal apa saja yang biasa kamu lakukan di media sosial tiktok? | Hal yang biasa saya lakukan di tik tok bermacam-macam karena saya mencari hiburan |
| 3 | Fitur apa saja yang kamu sukai dari media sosial tiktok? | Fitur yang saya sukai adalah tiktok shop |
| 4 | Apa motif Anda mendownload aplikasi tiktok? | Motif saya mendownload Tik tok seperti yang saya bilang yaitu mencari hiburan |
| 5 | Berapa jam dalam sehari Anda mengakses media sosial tiktok? | Kurang lebih 5 jam dalam sehari |
| 6 | Kenapa kamu memilih media sosial tiktok untuk memenuhi kebutuhan? | Karena isi dari FYP (<i>for you page</i>) bervariasi sehingga tidak bingung saat membuka |

¹⁴Miranda Sandana, *Mahasiswa Jurnalistik*, Wawancara pada tanggal 4 Maret 2022

| | | |
|----|---|---|
| | | aplikasinya |
| 7 | Hal apa saja yang anda dapatkan dari media sosial tiktok? | Selain mendapatkan hiburan saya juga bisa melihat <i>review</i> produk |
| 8 | Apakah Anda puas dengan layanan yang ada di media sosial tiktok? | Saya lumayan puas dengan layanan tiktok |
| 9 | Apakah Anda puas Setelah membeli produk melalui review seleb tiktok? | Saya saya juga lumayan puas dengan <i>review</i> seleb tiktok |
| 10 | Apakah Anda membeli produk karena minat saja? | Ya, karena kadang saya membeli suatu barang di tik tok hanya karena lucu saja. |
| 11 | Interaksi apa yang biasa kamu lakukan di media sosial tiktok? | saya sering berinteraksi dengan pengguna tiktok lainnya |
| 12 | Apakah kamu sering berkomentar di media sosial tiktok dan mendapatkan balasan dari penggunaan tiktok lainnya? | Saya sering berkomentar dan mendapat balasan dari pengguna tiktok lainnya |
| 13 | Apakah ada informasi yang sudah kamu lihat di media lain lalu muncul di media sosial Tik tok? | Ya, sering informasi yang sudah saya dapatkan di tiktok ada di media sosial lainnya |
| 14 | Apakah sering ada kendala jaringan saat anda mengakses aplikasi tiktok? | Untuk kendala jaringan mungkin saat saya mudik ke desa |
| 15 | Menurut anda apakah kekurangan yang dimiliki media sosial tiktok? | Kekurangan dari aplikasi Tik tok menurut saya yaitu tiktok tidak bisa putu hanya bisa membuat video |
| 16 | Apakah anda mempunyai banyak teman | Teman saya tidak banyak |

| | | |
|----|--|---|
| | atau pengikut di media sosial tiktok? | hanya sekitar 69 orang |
| 17 | Apakah anda sering menirukan gaya seleb tiktok yang anda tonton? | Iya saya sering menirukan gaya seleb tiktok |
| 18 | Siapa seleb tiktok yang sering anda tonton? | Sisca Kohl dan Fuji |
| 19 | Bagaimana pendapat anda tentang media sosial tiktok? | Menurut pendapat saya Tik tok adalah aplikasi yang sangat menarik |
| 20 | Apakah anda sering membuat video/konten di aplikasi tiktok? | Ya, saya sering membuat konten di media sosial tiktok |
| 21 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena ada penawaran khusus? | Ya, saya membeli produk yang di review seleb tiktok karena ada penawaran khusus |
| 22 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena penampilannya menarik? | Ya saya membeli produk yang di review seleb tiktok karena penampilannya menarik |
| 23 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok untuk menjaga diri dari gengsi? | Tidak |
| 24 | Apakah anda membeli produk yang di <i>review</i> seleb tiktok atas pertimbangan harga (bukan atas manfaat dan kegunaan)? | Ya saya membeli produk yang di <i>review</i> seleb tiktok atas pertimbangan harga |
| 25 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena menjaga status sosial? | Tidak |
| 26 | Apakah anda membeli produk yang di review seleb tiktok karena pengaruh seleb | Ya, saya membeli produk karena pengaruh seleb tiktok |

| | tiktok yang mengiklankannya? | yang mengiklankannya |
|----|---|---|
| 27 | Apakah anda membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri? | Tidak |
| 28 | Apakah anda sering membeli lebih dari dua produk sejenis yang di review seleb tiktok? | Tidak |
| 29 | Apa yang mendorong Anda membeli produk tidak sesuai dengan kebutuhan? | Saya membeli produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan karena <i>review</i> seleb tiktok yang mengiklankannya |
| 30 | Apakah anda pernah menyesal membeli barang yang tidak sesuai kebutuhan? | Ya terkadang saya menyesal karena melakukan itu |
| 31 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kebudayaan? | Tidak |
| 32 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kelas sosial? | Tidak |
| 33 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kelompok anutan? | Tidak |
| 34 | Apakah Anda membeli produk karena faktor keluarga? | Tidak |
| 35 | Apakah Anda membeli produk karena faktor motivasi? | Ya, saya membeli produk karena faktor motivasi dari seleb tiktok yang mengiklankannya |
| 36 | Apakah Anda membeli produk untuk pengamatan dan proses belajar? | Ya, saya membeli produk untuk proses belajar |
| 37 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kepribadian dan konsep diri? | Ya, tentu saya membeli produk sesuai keinginan |

| | | |
|----|---|--|
| | | saya untuk membahagiakan diri saya sendiri |
| 38 | Apakah Anda membeli produk karena faktor kepercayaan? | Ya, percaya dengan review seleb tiktok ¹⁵ |

C. Pembahasan

1. Bentuk-bentuk Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Jurnalistik Angkatan 2019

- a. **Membeli produk karena ada penawaran khusus.** Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya, namun hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan. Individu yang berperilaku konsumtif akan lebih mudah tertarik untuk membeli barang-barang yang menawarkan bonus atau hadiah dari pembelian yang dilakukannya. Contohnya adalah membeli dua baju untuk mendapatkan satu baju gratis dari pembelian tersebut. Aspek tersebut juga dapat diketahui melalui aktivitas membeli sejumlah barang untuk mendapatkan kupon belanja yang dapat ditukarkan.
- b. **Membeli produk karena produk lucu dan menarik.** Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasan yang berbeda dari yang lainnya, kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat individu membeli barang tersebut. Contohnya adalah dengan membeli buku karena cover dari buku tersebut penuh dengan warna dan menarik meskipun buku tersebut tidak dibutuhkan.
- c. **Membeli produk karena ada pertimbangan harga (promo).** Pembelian barang bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya, akan tetapi barang dibeli karena harga yang ditawarkan menarik. Program potongan harga yang sengaja diberikan oleh aplikasi belanja online menjadi tawaran yang menarik pada individu yang berperilaku konsumtif. Contohnya adalah seringnya individu membeli barang yang

¹⁵Nurul Hoiro, *Mahasiswa Jurnalistik*, Wawancara pada tanggal 4 maret 2022

tidak dibutuhkan saat tersedia program potongan harga di aplikasi belanja online.

- d. **Membeli produk atas komformitas model yang mengiklankannya.** Individu memakai barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model iklan tersebut adalah seorang idola dari pembeli. Pembelian tanpa adanya pertimbangan yang rasional juga dapat ditunjukkan melalui perilaku individu yang membeli suatu barang karena tertarik melihat pakaian tersebut sama dengan yang digunakan oleh idolanya.
- e. **Membeli produk untuk meningkatkan rasa percaya diri.** Individu membeli barang atau produk bukan karena berdasarkan kebutuhannya, akan tetapi memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan dirinya. Pembelian barang-barang yang mahal dan bermerek sering dilakukan oleh individu yang berperilaku konsumtif. Contohnya adalah sengaja membeli tas bermerek hanya untuk mendapatkan kepuasan pribadi saat menggunakan tas tersebut di depan teman-temannya.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan mahasiswa prodi jurnalistik angkatan 2019 memiliki pola perilaku konsumtif yang sangat dominan yaitu mereka membeli produk atas komformitas model yang mengiklankan suatu produk. Setelah melihat *review* yang dilakukan oleh seleb tiktok idolanya maka, mereka akan tertarik untuk mencoba produk tersebut walaupun mereka tidak terlalu membutuhkan produk tersebut, Hal ini relevan dengan masalah yang sedang dibahas yaitu mahasiswa berperilaku konsumtif karena pengaruh seleb tiktok yang mereka idolakan.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Prodi Jurnalistik Angkatan 2019 Berperilaku Konsumtif"

- a. **Faktor Motivasi.** Motivasi tersebut akan mendorong individu untuk melakukan sesuatu, termasuk melakukan pembelian. Dengan melihat

produk yang ditawarkan oleh seleb tiktok yang di idolakan, Mereka akan semakin tertarik untuk membeli produk tersebut karena mereka yakin dengan *review* yang di buat oleh idolanya tersebut.

- b. **Faktor Kepribadian dan Konsep Diri.** Kepribadian adalah ciri bawaan manusia seperti kepercayaan diri, kemampuan beradaptasi, kemampuan bersosialisasi dan pertahanan diri Masing-masing individu memiliki karakteristik kepribadian berbeda-beda, kepribadian berbeda inilah yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Konsep diri adalah apa yang dipikirkan dan dirasakan tentang dirinya sendiri menunjukkan bahwa konsep diri dapat mempengaruhi individu berperilaku konsumtif. Ketika individu memiliki konsep diri yang rendah, maka intensitas perilaku konsumtifnya akan lebih tinggi, begitu juga sebaliknya. Jika mereka merasa produk tersebut sesuai dengan kepribadiannya maka mereka akan langsung membeli produk tersebut tanpa pertimbangan yang rasional lagi.
- c. **Faktor Pengamatan dan Proses Belajar.** Belajar menggambarkan perubahan perilaku individu yang timbul oleh adanya pengalaman. Pembelian yang dilakukan individu merupakan proses belajar, di mana kepuasan membeli suatu produk akan menentukan keputusan pembelian produk tersebut di masa yang akan datang. Sebagai contoh mereka membeli produk *make up* karena mereka ingin belajar untuk menghias diri karena itu adalah kebutuhan untuk di masa depan
- d. **Faktor Kepercayaan.** Dengan melakukan suatu tindakan dan belajar, individu akan memperoleh kepercayaan dan sikap, termasuk perilaku belanjanya. Pengalaman belajar tersebut kemudian membentuk keyakinan dan sikap individu dalam melakukan pembelian. Kepercayaan terhadap idola, membuat mereka membeli tanpa berpikir panjang lagi mereka yakin dengan kualitas suatu produk yang di iklankan oleh idolanya tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku berbelanja pada mahasiswa saat ini sudah tidak didasarkan

pada faktor kebutuhan, melainkan dipengaruhi oleh faktor internal yakni faktor yang bersumber dari dalam diri para mahasiswa. Mereka berperilaku konsumtif karena termotivasi dari idolanya yang mengiklankan sebuah produk kecantikan dan produk *fashion*. Membeli produk karena faktor kepribadian dan konsep diri, membeli produk karena faktor pengamatan dan proses belajar dan membeli produk karena faktor kepercayaan terhadap model yang mengiklankan produk tersebut. Dan yang paling dominan adalah mahasiswa sangat termotivasi dan percaya dengan produk yang di *review* oleh idolanya sehingga ingin menirukan produk yang digunakan oleh seleb tiktok idolanya tersebut.

Perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak didasarkan pertimbangan yang rasional melainkan hanya berdasarkan sebuah keinginan. Perlu diketahui bahwa gaya hidup yang baik tidak hanya berdasarkan kenikmatan-kenikmatan individual saja tetapi juga harus memperhatikan aspek tujuan dan kegunaan. Dalam konteks ini, consumer termasuk mahasiswa berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya. Kehidupan kampus telah membentuk gaya hidup yang khas di kalangan mahasiswa yang membuat mahasiswa mempertahankan pola dalam berkonsumtif. Perilaku konsumtif adalah perilaku yang kini sering ditemui. Perilaku ini memang sangat erat kaitanya dengan pemborosan. Perilaku konsumtif adalah perilaku yang harus dihindari karena dapat menyebabkan kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang.

Jadi hasil analisis ini menunjukkan bahwa mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi Prodi jurnalistik angkatan 2019 UIN Raden

Fatah Palembang berperilaku konsumtif melalui konten *review* yang dibuat oleh seleb tiktok.

