

**PENGARUH TREN TAGAR #RACUNSHOPEE PADA
PLATFORM MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP
KONSTRUKSI KEPERIBADIAN KONSUMTIF MAHASISWA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO TAHUN
ANGKATAN 2018**

SKRIPSI



Oleh:

Calista Fedora Elysia Putri

NIM. 18240632

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2022

HALAMAN LOGO



**PENGARUH TREN TAGAR #RACUNSHOPEE PADA
PLATFORM MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP
KONSTRUKSI KEPERIBADIAN KONSUMTIF MAHASISWA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO TAHUN
ANGKATAN 2018**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan
Memenuhi Syarat-Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana
dalam Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Jurusan Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

CALISTA FEDORA ELYSIA PUTRI

NIM: 18240632

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN


Skripsi oleh Calista Fedora Elysia Putri/18240632 ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

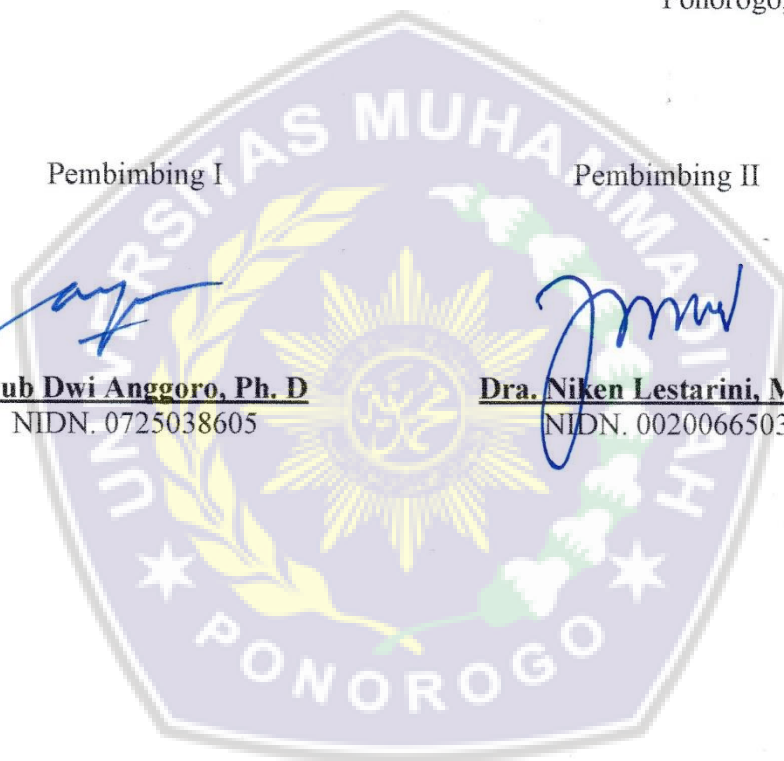
Ponorogo, 7 Juli 2022

Pembimbing I

Pembimbing II


Ayub Dwi Anggoro, Ph. D
NIDN. 0725038605


Dra. Niken Lestarini, M.Si
NIDN. 0020066503



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Calista Fedora Elysia Putri ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada hari : Senin

Tanggal : 18 Juli 2022

Pukul : 08:00 WIB


DEWAN PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Penguji III


Krisna Megantari, M.A
NIDN. 0724048604


Dra. Niken Lestari, M.Si
NIDN. 0020066503


Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605

Mengetahui,

Dekan,



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D

NIK. 1986032520130912

HALAMAN MOTTO

"No legacy is so rich as honesty"



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT karena atas berkah rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, karya ilmiah ini dapat terselesaikan dengan penuh kelancaran. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat untuk penulis dan pembaca pada umumnya.

Sholawat serta salam dihaturkan kepada Nabi Muhammad SAW. Atas jasa beliau, saya dapat merasakan kebahagiaan Ketika mencari dan menuntut ilmu, semoga saya dapat mengamalkannya dengan sebaik mungkin. Saya berharap syafaat beliau di yaumul akhir, dan semoga karya ilmiah ini bisa menjadi saksi bahwa saya melaksanakan perintah dalam menuntut ilmu

Kepada Alm. Ayahanda saya yang saya cintai dan hormati, saya akan menjadi saksi bahwa beliau telah melaksanakan perjuangan luar biasa terhadap diriku untuk menjunjung ilmu setinggi-tingginya. Tak lupa kepada Ibunda saya tercinta, beliau adalah bentuk anugerah terindah yang mampu memberi semangat tinggi atas diriku sampai detik ini. Terimakasih atas cinta kasihmu sebagai orangtua yang telah memberikan yang terbaik untuk diriku. Hanya doa disetiap sujud yang bisa saya berikan. Mohon Tuhan berikan Syurga Firdaus kepada kedua orangtua saya, dan juga kakak laki laki saya

Kepada seluruh sahabat dan teman-teman seperjuangan saya entah itu di dalam kampus, maupun diluar kampus, saya ucapkan terimakasih karna telah berjuang bersama saya hingga akhir. Semoga kalian semua sukses dan bahagia selalu.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Calista Fedora Elysia Putri

Alamat : Perumahan Kertosari Estate, Babadan, Ponorogo

NIM : 18240632

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul “Pengaruh Tren Tagar #RacunShopee pada Platform Media Sosial TikTok terhadap Konstruksi Kepribadian Konsumtif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Tahun Angkatan 2018” adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri.

Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas

Ponorogo, 7 Juli 2022

Yang menyatakan,



(Calista Fedora E. P.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT. karena atas limpahan rahmat, sehat, dan kebahagiaan, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Semoga ini menjadi jalan dan langkah awal untuk menggapai segala keridhaanmu ke depan. Penulis menyadari bahwa setelah selesainya skripsi ini, akan ada serangkaian proses baru yang akan dijalani. Dan segala proses pembelajaran selama 4 tahun di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, semoga bisa menjadi bekal setelah lulus.

Judul dari skripsi ini adalah Pengaruh Tren Tagar #RacunShopee pada Platform Media Sosial TikTok Terhadap Konstruksi Kepribadian Konsumtif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Tahun Angkatan 2018

. Dalam Proses Penyusunan Skripsi Ini, Penulis mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayub Dwi Anggoro, M. Si, Ph. D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo sekaligus sebagai dosen pembimbing.
2. Krisna Megantari, M.A, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Kepada Alm. Ayahanda, yang telah memberikan saya pelajaran penuh semasa hidup dan hingga kini akan selalu saya terapkan termasuk dalam

membuat penelitian ini. Saya akan selalu mengingat segala harapan beliau yang menginginkan saya menjadi seorang Sarjana Ilmu Komunikasi

4. Kepada Ibu, yang telah memberikan support penuh dengan segala usaha untuk membuat mental dan kesehatan saya tetap stabil selama mengerjakan penelitian skripsi ini
5. Kepada kakak saya, yang telah memberikan masukan dan saran dalam pembuatan penelitian skripsi ini
6. Kepada pihak *e-commerce* Shopee yang telah memberikan izin wawancara untuk memberikan segala informasi untuk membantu menyelesaikan skripsi ini
7. Kepada Yusuf Al-Afghani selaku partner saya selama menjalani kuliah semester akhir dan telah banyak membantu saya dalam mengembangkan skripsi ini
8. Kepada teman-teman Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2018 yang telah ikut membantu saya dalam mendapatkan informasi dan sumber wawancara dalam penelitian ini dan juga memberi saya *support* untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan benar
9. Kepada rekan-rekan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Angkatan 2018 yang ikut serta membantu mengisi kuesioner dan wawancara pada penelitian skripsi saya
10. *For Bible Wichapas Sumettikul, Build Jakapan Puttha, and all KPTS's cast's who always give me an motivations and being my role models.*
Thankyou so much

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ada kekurangan. Peneliti berharap skripsi ini, selain sebagai wadah pembelajaran bagi penulis juga bisa bermanfaat bagi orang lain atau pembaca dari skripsi ini. Terima Kasih!

Ponorogo, 7 Juli 2022

Calista Fedora Elysia Putri



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Konstruksi Realitas Sosial	11
B. Media Sosial	13
C. Iklan	15
D. Perilaku Konsumtif	16
E. Generasi Muda	17
F. Mahasiswa	18
G. Kerangka Pikir	19
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Jenis Penelitian	22
B. Tempat dan Waktu Penelitian	24
C. Subjek dan Objek Penelitian	26
D. Variabel Penelitian.....	26
D.1. Variabel Bebas (X)	27
D.2. Variabel Terikat (Y).....	27
D.3. Indikator Variabel X	28
D.4. Indikator Variabel Y	29
E. Pertanyaan Kuesioner Variabel X	30
F. Pertanyaan Kuesioner Variabel Y	31
G. Profil dan Subyek Penelitian.....	32
H. Populasi dan Sampel.....	35
H.1 Populasi	35
H.2 Sampel	36
I. Sumber Data.....	38

I.1. Data Primer	38
I.2. Data Sekunder	39
J. Teknik Pengumpulan Data	39
J.1. Penelitian Lapangan	39
J.2. Kuesioner	40
J.3. Wawancara	40
K. Teknik dan Instrumen Untuk Mengumpulkan Data	47
L. Teknik Analisis Data	48
M. Teknik Pengolahan Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Tagar #RacunShopee pada Platform Media Sosial TikTok (X)	52
A.1. Program Studi PAI	52
A.2. Program Studi PGMI	54
A.3. Program Studi Ilmu Pemerintahan	56
A.4. Program Studi Ilmu Komunikasi	59
A.5. Program Studi Pend. PKN	61
A.6. Program Studi Pend. Matematika	64
A.7. Program Studi Pend. Bahasa Inggris	66
A.8. Program Studi PG PAUD	68
A.9. Program Studi Manajemen	71
A.10. Program Studi Ekonomi Pembangunan	73
A.11. Program Studi Akuntansi	75
A.12. Teknik Mesin	77
A.13. Teknik Elektro	79
A.14. Teknik Informatika	81
A.15. Program Studi Keperawatan D3	83
A.16. Program Studi Keperawatan S1	85
A.17. Program Studi Ilmu Hukum	88
B. Konstruksi Kepribadian Konsumtif Mahasiswa Muhammadiyah Ponorogo tahun Angkatan 2018 (Y)	90
B.1. Program Studi PAI	90
B.2. Program Studi PGMI	92
B.3. Program Studi Ilmu Pemerintahan	94
B.4. Program Studi Ilmu Komunikasi	96
B.5. Program Studi Pend. PKN	98
B.6. Program Studi Pend. Matematika	101
B.7. Program Studi Pend. Bahasa Inggris	103
B.8. Program Studi PG PAUD	105
B.9. Program Studi Manajemen	106
B.10. Program Studi Ekonomi Pembangunan	108

B.11. Akuntansi	110
B.12. Teknik Mesin	112
B.13. Teknik Elektro	114
B.14. Teknik Informatika	116
B.15. Program Studi Keperawatan D3.....	118
B.16. Keperawatan S1	120
B.17. Ilmu Hukum.....	122
C. Total Keseluruhan Persentase Variabel X dan Y	124
C.1. Total Variabel X	124
C.2. Total Variabel Y	125
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	126
A. KESIMPULAN.....	126
B. SARAN.....	127
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN.....
TABULASI DATA VARIABEL X PER PRODI
TABULASI DATA VARIABEL Y PER-PRODI.....

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kerangka Pikir.....	20
Tabel 3. 1 Tempat dan Waktu Penelitian	24
Tabel 3. 2 Model Teoritis	28
Tabel 3. 3 Kolom Kuesioner Variabel X.....	30
Tabel 3. 4 Kolom Kuesioner Variabel Y	31
Tabel 3. 5 Jumlah Populasi.....	35
Tabel 3. 6 Kolom Pertanyaan Wawancara Shopee Indonesia	41
Tabel 3. 7 Kolom Pertanyaan Wawancara Mahasiswa	46
Tabel 3. 8 Kerangka Kedudukan Instrumen Penelitian.....	47
Tabel 3. 9 Metode dan Instrumen Penelitian.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Lampiran
1	Tabulasi Data Variabel X Per Prodi
2	Tabulasi Data Variabel Y Per Prodi



ABSTRAK

PENGARUH TREN TAGAR #RACUNSHOPEE PADA PLATFORM MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP KONSTRUKSI KEPERIBADIAN KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO TAHUN ANGKATAN 2018

Calista Fedora Elysia Putri

18240632

Media sosial merupakan medium pada internet yang memungkinkan para penggunanya saling berinteraksi, berkomunikasi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Platform media sosial saat ini menjadi hal yang selalu mengiringi kehidupan masyarakat global. Atensi masyarakat dalam kesehariannya tertuju pada informasi yang silih berganti hadir melalui media, sehingga informasi yang tersaji menjadi ukuran nilai yang dianut masyarakat dalam menjalani kehidupannya. Salah satu media sosial yang sedang menjadi platform dengan perhatian lebih saat ini ialah TikTok, dengan 92,2 juta lebih pengguna di Indonesia per-Juli 2021 (Internal Data, April 2021, Id Audience). Memiliki demografi pengguna utama di rentang usia 16-24 tahun, TikTok menjadi platform media sosial yang bersumbangsih dalam perkembangan budaya pop dan penciptaan tren, diantaranya ialah tren gaya hidup. Salah satu tagar pada platform media sosial TikTok yang bermuatan informasi rekomendasi produk dan gaya hidup ialah tagar #RacunShopee dengan jumlah tayangan lebih dari 16,2 milyar. Penelitian ini akan meneliti tentang pengaruh tagar #RacunShopee terhadap konstruksi kepribadian konsumtif mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo Tahun Angkatan 2018 dengan bersandar pada teori Konstruksi Realitas Sosial (social construction of reality). Dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, teori ini menggambarkan dinamika sosial melalui tindakan dan interaksi di dalamnya, dimana individu terus menerus menciptakan suatu realitas yang ia miliki dan alami bersama secara subjektif (Burhan Bungin, 2008: 14). Berger dan Luckmann berpendapat bahwa ada dialektika antara individu yang menciptakan masyarakat dan masyarakat yang menciptakan individu. Proses dialektika ini disebut Berger dengan “momen” yang terjadi melalui 3 tahap, yakni: eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode descriptive statistic frequency yang menghasilkan data presentase. Metode ini digunakan oleh peneliti untuk menghasilkan suatu data presentase yang telah terdeskripsikan secara otomatis saat pengolahan data SPSS. Sehingga, peneliti dapat mengetahui pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Kata kunci: Media Sosial, Konstruksi Sosial, Tagar

ABSTRACT

Social media is a medium on the internet that allows its users to interact, communicate, and form virtual social bonds. platforms are now something that always accompanies the lives of global people. People's attention in their daily lives is focused on information that is alternately present through the media, so that the information presented becomes a measure of the values adopted by the community in living their lives. One of the social media platforms with more attention at the moment is TikTok, with over 92.2 million users in Indonesia as of July 2021 (Internal Data, April 2021, Audience ID). Having the main user demographic in the age range of 16-24 years, TikTok is platform that contributes to the development of pop culture and the creation of trends, including lifestyle trends. One of platform that contains information on product and lifestyle recommendations is the hashtag #RacunShopee with more than 16.2 billion views. This study will examine the effect of the #RacunShopee hashtag on the consumptive personality construction of the 2018 Muhammadiyah University Ponorogo students by relying on the social construction of reality. Initiated by Peter L. Berger and Thomas Luckmann, this theory describes social dynamics through actions and interactions in it, where individuals continuously create a reality that they have and experience together subjectively (Burhan Bungin, 2008: 14). Berger and Luckmann argue that there is a dialectic between the individual who creates society and society that creates the individual. This dialectical process is called Berger with "moments" that occur through 3 stages, namely: externalization, objectivation, and internalization. The method used in this research is descriptive statistical frequency which produces percentage data. This method is used by researchers to generate a percentage data that has been described automatically when processing SPSS data. Thus, researchers can determine the effect of the independent variable (X) on the dependent variable (Y).

Keywords: Social Media, Social Construction, Hashtags