

202010040311424
Finda Anggraini Putri
Prodi Ilmu Komunikasi

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @tasyafarasya TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z
(Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas
Muhammadiyah Malang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh

Nama : Finda Anggraini Putri

NIM : 202010040311424

Dosen Pembimbing : Arum Martikasari, M.Med.Kom.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
TAHUN 2025**

202010040311424
Finda Anggraini Putri
Prodi Ilmu Komunikasi

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM @tasyafarasya TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF GENERASI Z
(Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas
Muhammadiyah Malang)**

Diajukan Oleh :

Finda Anggraini Putri
202010040311424

Telah disetujui
Rabu / 14 Januari 2026

Pembimbing I



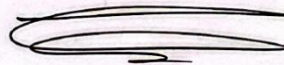
Arum Martikasari, M.Med.Kom.

Wakil Dekan I



Hri Joko Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styvo Wibowo, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Finda Anggraini Putri

202010040311424

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

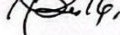
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi

Rabu, 14 Januari 2026

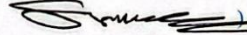
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :


1. **Nasrullah, S.Sos, M.Si**

()

2. **Sugeng Winarno, MA**

()

3. **Arum Martikasari, M.Med.Kom**

()





Mengetahui

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik









Susilo, M.Si.




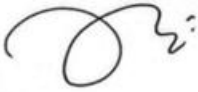


SURAT KETERANGAN LAYAK UJI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT KETERANGAN Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XII/2025			
	Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa: Nama : Finda Anggraini Putri No. Induk Mahasiswa : 202010040311424 Program Studi : Ilmu Komunikasi Judul Skripsi : Pengaruh Konten Instagram @tasyafarasya Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang) Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Dinjii. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih			
	Malang, 8 Desember 2025 Dosen Pembimbing  Arum Martikasari, M.Med.Kom			
	<table border="0"><tr><td>Kampus I Jl. Sawah 1 Malang, Jawa Timur P +62 341 507 253 (Pusat) F +62 341 800 425</td><td>Kampus II Jl. Bembungan Sukesi No. 168 Malang, Jawa Timur P +62 341 501 389 (Pusat) F +62 341 800 260</td><td>Kampus III Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang, Jawa Timur P +62 341 664 319 (Pusat) F +62 341 862 835 E: webmaster@um.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Sawah 1 Malang, Jawa Timur P +62 341 507 253 (Pusat) F +62 341 800 425	Kampus II Jl. Bembungan Sukesi No. 168 Malang, Jawa Timur P +62 341 501 389 (Pusat) F +62 341 800 260	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang, Jawa Timur P +62 341 664 319 (Pusat) F +62 341 862 835 E: webmaster@um.ac.id
Kampus I Jl. Sawah 1 Malang, Jawa Timur P +62 341 507 253 (Pusat) F +62 341 800 425	Kampus II Jl. Bembungan Sukesi No. 168 Malang, Jawa Timur P +62 341 501 389 (Pusat) F +62 341 800 260	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang, Jawa Timur P +62 341 664 319 (Pusat) F +62 341 862 835 E: webmaster@um.ac.id		

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT KETERANGAN Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/XII/2025			
	Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:			
	NAMA : Finda Anggraini Putri NIM : 202010040311424 Program Studi : Ilmu Komunikasi			
	Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 11 tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan BEBAS KULIAH .			
	Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.			
	Malang, 8 Desember 2025 a.n Dekan Ketua Program Studi  Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos., M.Si			
	<table border="0"><tr><td>Kampus I Jl. Rimbun 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 480 525</td><td>Kampus II Jl. Rimbun Gunung No. 108 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 145 (Hunting) F. +62 341 557 063</td><td>Kampus III Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting) F. +62 341 463 435 E. webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Rimbun 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 480 525	Kampus II Jl. Rimbun Gunung No. 108 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 145 (Hunting) F. +62 341 557 063	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting) F. +62 341 463 435 E. webmaster@umm.ac.id
Kampus I Jl. Rimbun 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 480 525	Kampus II Jl. Rimbun Gunung No. 108 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 145 (Hunting) F. +62 341 557 063	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting) F. +62 341 463 435 E. webmaster@umm.ac.id		

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	Lembar Persetujuan Skripsi			
	Nama : Finda Anggraini Putri			
	NIM : 202010040311424			
	Jurusan : Ilmu Komunikasi			
	Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik			
	Judul Skripsi : Pengaruh Konten Instagram @tasyafarasya Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang)			
<p>Disetujui, Pembimbing</p>  Arum Martikasari, M.Med.Kom <p>Mengetahui, Ketua Prodi Ilmu Komunikasi</p>  Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos., M.Si				
	<table border="0"><tr><td>Kampus I Jl. Bawakng 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 561 203 (Pusat) F: +62 341 402 431</td><td>Kampus II Jl. Rembulan Sukani No. 158 Malang, Jawa Timur P: +62 341 521 188 (Pusat) F: +62 341 582 003</td><td>Kampus III Jl. Raya Topografi No. 780 Malang, Jawa Timur P: +62 341 404 378 (Pusat) F: +62 341 402 433 E: webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Bawakng 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 561 203 (Pusat) F: +62 341 402 431	Kampus II Jl. Rembulan Sukani No. 158 Malang, Jawa Timur P: +62 341 521 188 (Pusat) F: +62 341 582 003	Kampus III Jl. Raya Topografi No. 780 Malang, Jawa Timur P: +62 341 404 378 (Pusat) F: +62 341 402 433 E: webmaster@umm.ac.id
Kampus I Jl. Bawakng 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 561 203 (Pusat) F: +62 341 402 431	Kampus II Jl. Rembulan Sukani No. 158 Malang, Jawa Timur P: +62 341 521 188 (Pusat) F: +62 341 582 003	Kampus III Jl. Raya Topografi No. 780 Malang, Jawa Timur P: +62 341 404 378 (Pusat) F: +62 341 402 433 E: webmaster@umm.ac.id		

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT PERNYATAAN



Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Finda Anggraini Putri

NIM : 202010040311424



Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Pengaruh Konten Instagram @tasyafarasya Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 8 Desember 2025

Yang Menyatakan,



Finda Anggraini Putri









Kampus I
Jl. Dawung I Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 251 (Pusat)
F. +62 341 400 430


Kampus II
Jl. Darmasulan Selatan No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 549 (Pusat)
F. +62 341 587 083

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 378 (Pusat)
F. +62 341 403 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29			
	TENTANG PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG			
				
				
	LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI			
	SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL :			
	Pengaruh Konten Instagram @tasyafarasya Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang)			
	Oleh:			
	Nama : Finda Anggraini Putri			
	NIM : 202010040311424			
	Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi.			
	Menyetujui, Malang, 8 Desember 2025			
	Pembimbing I/Promotor			
				
	Arum Martikasari, M.Med.Kom NIP. 151224031987			
	(*) Coret yang tidak perlu			
 	<table border="0"><tr><td>Kampus I J. Sawari 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 557 273 (Surabaya) F. +62 341 895 420</td><td>Kampus II J. Bendulungan Tuhon No 108 Malang, Jawa Timur P. +62 341 707 140 (Surabaya) F. +62 341 557 000</td><td>Kampus III J. Raya Tegayun No 745 Malang, Jawa Timur P. +62 341 804 216 (Kediri) F. +62 341 803 470 E. vestrade@umm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I J. Sawari 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 557 273 (Surabaya) F. +62 341 895 420	Kampus II J. Bendulungan Tuhon No 108 Malang, Jawa Timur P. +62 341 707 140 (Surabaya) F. +62 341 557 000	Kampus III J. Raya Tegayun No 745 Malang, Jawa Timur P. +62 341 804 216 (Kediri) F. +62 341 803 470 E. vestrade@umm.ac.id
Kampus I J. Sawari 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 557 273 (Surabaya) F. +62 341 895 420	Kampus II J. Bendulungan Tuhon No 108 Malang, Jawa Timur P. +62 341 707 140 (Surabaya) F. +62 341 557 000	Kampus III J. Raya Tegayun No 745 Malang, Jawa Timur P. +62 341 804 216 (Kediri) F. +62 341 803 470 E. vestrade@umm.ac.id		

TANDA TERIMA PLAGIASI


 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Finda Anggraini Putri
NIM : 202010040311424

Hasil Plagiasi : $\frac{3}{12}$


BAB I	14				BAB IV	16			
BAB II	19				BAB V	17			
BAB III	19				BAB VI				

Malang, 3 Desember 2025
Admin Plagiasi Prodi,


 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Finda Anggraini Putri

NIM : 202010040311424











Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Judul Penelitian : Pengaruh Konten Instagram @tasyafarasya Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang)


Pembimbing : Arum Martikasari, M.Med.Kom

Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
11/9/24	Kelas bimbingan pertama seminar proposal	
25/10/2024	Acc judul penelitian "Pengaruh Konten Instagram @tasyafarasya Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang)"	
6/11/24	Konsultasi bab I, II	
12/11/24	Konsultasi bab III	
22/12/24	Seminar proposal bab I, II, dan III	
1/4/25	Konsultasi instrumen penelitian	
23/6/25	Acc instrumen penelitian	
22/9/25	Konsultasi bab V dan revisi bab IV	
29/9/25	Acc untuk seminar hasil	
3/10/25	Seminar hasil	

Malang, 8 Desember 2025
Dosen pembimbing


Arum Martikasari, M.Med.Kom



Kampus I
Jl. Bumbung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Pusat)
F: +62 341 465 435

Kampus II
Jl. Bendoran Sukani No 106 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 389 (Pusat)
F: +62 341 552 003

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 278 (Pusat)
F: +62 341 465 435
E: webmaster@um.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Jumat, 03 Oktober 2025

Pukul 10.00 WIB

Telah di laksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Finda Anggraini Putri
NIM	202010040311424
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Pengaruh Konten Instagram @tasyafarasya Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang)
Dosen Pembimbing	Arum Martikasari, M.Med.Kom
Dosen Penguji I	Nasrullah, S.Sos., M.Si.

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*online*) melalui *platform* Zoom Meeting

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji I dan sejumlah 10 mahasiswa (daftar hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/ TIDAK LULUS

Malang, 8 Desember 2025

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji

Arum Martikasari, M.Med.Kom

Nasrullah, S.Sos., M.Si.

Mengetahui

Kaprodi/ Sekprodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos., M.Si



Kampus I
Jl. Bankung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Pusat)
F: +62 341 866 433

Kampus II
Jl. Bendungan Sularto No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 148 (Pusat)
F: +62 341 582 063

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 249 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 218 (Pusat)
F: +62 341 463 433
E: webmaster@umm.ac.id


DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL


No.	Nama	NIM	Program Studi
1	Wahyu Fitriantono	202110040311470	Ilmu Komunikasi
2	Syarofan Wahyu Wibowo	202210040311212	Ilmu Komunikasi
3	Cinta Manda Roudhotun	202010040311414	Ilmu Komunikasi
4	Nabila Syahdarani	202210040311491	Ilmu Komunikasi
5	Dafa Murwafaq Arsyandra	202010040311369	Ilmu Komunikasi
6	Amroe Umar	202210120311143	Teknik Mesin
7	Mutiara Alika Ramadhanti	202210040311500	Ilmu Komunikasi
8	Wika Setya Bhara	20040704109	Ilmu Hukum
9	Bimo Adhyaksa	202010040311155	Ilmu Komunikasi
10	Muhammad Alvin Naufal	20040704177	Ilmu Hukum

Malang, 8 Desember 2025
Dosen Pembimbing


Arum Martikasari, M.Med.Kom


UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG




UN-GA
STARS

Kampus I
Jl. Babarsari, 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 252 (Pusat)
F. +62 341 866 121

Kampus II
Jl. Bendungan, 5, Semarang No. 108 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 511 882 (Pusat)
F. +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tuguasri No. 740 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 468 219 (Pusat)
F. +62 341 483 435
E. extmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Finda Anggraini Putri. NIM 202010040311424. Pengaruh Konten Instagram @tasyafarasya terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang). 2024.

Perkembangan media sosial, khususnya Instagram, telah memberikan pengaruh besar terhadap perilaku konsumsi generasi Z. Sebagai platform berbasis visual, Instagram sering dimanfaatkan *influencer* salah satunya @tasyafarasya dalam membagikan konten yang berkaitan dengan kecantikan, fashionm, maupun gaya hidup yang berpotensi mendorong audiens untuk menitu atau melakukan konsumsi secara berlebihan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten Instagram @tasyafarasya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di Universitas Muhammadiyah Malang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sumber data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Instagram @tasyafarasya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signikansi yang diperoleh sebesar $0.000 < 0.05$.

Kata Kunci: Konten Instagram, @tasyafarasya, Perilaku Konsumtif, Generasi Z, Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang.

Malang, 25 Agustus 2025

Dosen Pembimbing



Arum Martikasari, M.Med.Kom.

Penulis



Finda Anggraini Putri

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Konten Instagram @tasyafarasya terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai kendala dan tantangan, baik secara akademik maupun nonakademik. Namun, berkat dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyusunan skripsi ini, di antaranya:

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat, kekuatan, dan kemudahan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini, sehingga seluruh tahapan penelitian dapat diselesaikan dengan lancar.
2. Ibu Arum Martikasari, M.Med.Kom., selaku dosen pembimbing penulis beserta seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan pengalaman selama masa perkuliahan.
3. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, dan motivasi kepada penulis.
4. Pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu, yang telah banyak berkontribusi sebagai penyemangat, pendengar setia, serta motivasi terbesar penulis untuk menyelesaikan naskah skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan penelitian ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu komunikasi maupun bagi pembaca secara umum.



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT KETERANGAN LAYAK UJI.....	iii
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
SURAT PERNYATAAN	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI	x
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL.....	xi
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Perilaku Konsumtif	10
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif	10
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	11
2.1.3 Indikator Perilaku Konsumtif.....	15
2.2 Konten Instagram.....	16

2.2.1	Pengertian Konten Instagram.....	16
2.2.2	Pengaruh Konten Instagram terhadap Perilaku Konsumtif.....	16
2.4	Kerangka Berpikir Penelitian.....	18
2.5	Hipotesis Penelitian.....	19
2.6	Penelitian Terdahulu	19
BAB III METODE PENELITIAN		23
3.1	Paradigma Penelitian.....	23
3.2	Pendekatan Penelitian	23
3.3	Tipe dan Dasar Penelitian	23
3.3.1	Tipe	23
3.3.2	Dasar	24
3.4	Teknik Pengumpulan Data	25
3.5	Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
3.6	Populasi dan Sampel	26
3.6.1	Populasi.....	26
3.6.2	Sampel	27
3.7	Variabel Penelitian	28
3.7.1	Definisi Konseptual Perilaku Konsumtif	28
3.7.2	Definisi Konseptual Konten Instagram.....	30
3.7.3	Definisi Operasional Variabel Perilaku Konsumtif.....	31
3.7.4	Definisi Operasional Variabel Konten Instagram	34
3.8	Teknik Analisis Data	37
3.8.1	Uji Keabsahan Data	37
3.8.1.2	Uji Reliabilitas	38
3.8.2	Analisis Regresi Sederhana.....	39
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	40
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	41
3.8.4	Uji Hipotesis	41
3.8.4.2	Uji T.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	43
4.2	Analisis Data.....	43

4.2.1	Analisis Deskriptif	43
4.2.1.2	Analisis Deskriptif Variabel Y (Perilaku Konsumtif)	53
4.2.2	Uji Keabsahan Data	58
4.2.2.2	Uji Reliabilitas	60
4.2.3	Analisis Regresi Sederhana.....	60
4.2.4	Uji Asumsi Klasik.....	61
4.2.4.2	Uji Multikolinearitas	62
4.2.4.3	Uji Heteroskedastisitas	63
4.3	Uji Hipotesis	63
4.3.1	Uji Koefisien Determinasi.....	64
4.3.2	Uji T.....	64
4.4	Pembahasan.....	65
4.4.1	Pengaruh Konten Instagram @tasyafarasya Terhadap Perilaku Konsumtif.	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		69
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....		71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Pengguna Media Sosial Generasi Z, 2024	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	19



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Penskoran Jawaban Kuersioner	25
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Perilaku Konsumtif.....	31
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Konten Instagram	34
Tabel 4. 1 Distribusi Responden X.1.....	44
Tabel 4. 2 Distribusi Responden X.2.....	45
Tabel 4. 3 Distribusi Responden X.3.....	45
Tabel 4. 4 Distribusi Responden X.4.....	46
Tabel 4. 5 Distribusi Responden X.5.....	47
Tabel 4. 6 Distribusi Responden X.6.....	47
Tabel 4. 7 Distribusi Responden X.7.....	48
Tabel 4. 8 Distribusi Responden X.8.....	49
Tabel 4. 9 Distribusi Responden X.9.....	49
Tabel 4. 10 Distribusi Responden X.10.....	50
Tabel 4. 11 Distribusi Responden X.11.....	51
Tabel 4. 12 Distribusi Responden X.12.....	51
Tabel 4. 13 Distribusi Responden X.13.....	52
Tabel 4. 14 Distribusi Responden X.14.....	52
Tabel 4. 15 Distribusi Responden Y.1.....	53
Tabel 4. 16 Distribusi Responden Y.2.....	54
Tabel 4. 17 Distribusi Responden Y.3.....	55
Tabel 4. 18 Distribusi Responden Y.4.....	55
Tabel 4. 19 Distribusi Responden Y.5.....	56
Tabel 4. 20 Distribusi Responden Y.6.....	56
Tabel 4. 21 Distribusi Responden Y.7.....	57
Tabel 4. 22 Distribusi Responden Y.8.....	57
Tabel 4. 23 Uji Validitas Variabel Konten Instagram (X).....	58
Tabel 4. 24 Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y).....	59
Tabel 4. 25 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4. 26 Analisis Regresi Sederhana	60
Tabel 4. 27 Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4. 28 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4. 29 Hasil Uji Heterosekdastisitas.....	63

Tabel 4. 30 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	64
Tabel 4. 31 Hasil Uji T	64



DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, N., Sudaryanto, E., & Universitas, I. K. (2024). *PENGARUH TERPAAN KONTEN REVIEW TASYA FARASYA PADA MAHASISWI ILMU KOMUNIKASI UNTAG SURABAYA*.
- Amaliya, L., & Setiaji, K. (2017). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, TEMAN SEBAYA DAN STATUS SOSIAL EKONOMI ORANGTUA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang)*. 6(3), 835–842.
- Anggraeni, E., & Setiaji, K. (2018). *PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA*. 7(1), 172–180.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). *Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja*. 3(3), 131–140.
- Antoro, B. (2024). Analisis Penerapan Rumus Slovin Dalam Penelitian Ilmiah: Kelebihan dan kelemahan dan Kesalahan Dalam Perspektif Statistik Jurnal Multidisiplin Sosial Humaniora. *Jurnal Multidisiplin Sosialis Humaniora*, 1, 53–63. <https://doi.org/10.70585/jmsh.v1i2.38>.
- Basri, M., & Kuswanti, H. (2019). *MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI PPAPK FKIP UNIVERSITAS TANJUNGPURA PONTIANAK*. 1–10.
- Bray, J. (2008). *Consumer Behaviour Theory: Approaches and Models*. <https://doi.org/10.1177/002076400004600104>
- Croes, E., & Bartels, J. (2021). Computers in Human Behavior Young adults ' motivations for following social influencers and their relationship to identification and buying behavior. *Computers in Human Behavior*, 124(July 2020), 106910. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106910>
- Daniyah Khansa, S., S Putri, K. Y., Negeri Jakarta, U., Timur, J., Timur Jalan Pondok Bambu Batas No, J., & Jakarta, D. (2021). *Pengaruh*

- Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta*. 18, 114.
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). *PENGGUNAAN E- MONEY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA YANG DIMEDIASI KONTROL DIRI*. 32, 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Dewi, N., Rusdarti., & Sunarto, S. (2017). *Pengaruh Lingkungan Keluarga , Teman Sebaya , Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 6(1), 29–35.
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. (2016). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGENDALIAN DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MALANG ANGGKATAN 2013*. 143–155. Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). *PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII _ OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN*. 14(1), 32–41.
- Dwiputri, M. N., Kusumaningrum, R., Latifah, S., & Utami, S. (2014). *Pengaruh Pelatihan Kontrol Mental Terhadap Stres Pada Siswa Mts Negeri Model Samarinda*. *Jurnal Psikostudia Universitas Mulawarman*, 3(2), 118–132. <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/PSIKO/article/view/2251/pdf>.
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). *Media Sosial dan Perilaku Konsumtif*. 435– 439.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). *PENGARUH KONSEP DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS ESA UNGGUL*.
- Hanafiah, M., & Irwansyah. (2022). *Impact of Social Media Influences on the Consumption Behavior of Adolescents and Children*. 14237–

14246.

- Jusuf, A. R. (2022). Pengaruh Kampanye Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Lokal di Sociolla (Studi Kampanye Love Local x Tasya Farasya pada Wanita di Jakarta). Universitas Pembangunan Jaya. <https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3200/>.
- Kartika, A. S. (2023). *Analisis Strategi Content Marketing Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pada Akun Instagram @initempeid) Ayu*. 12(2), 242–250.
- Khairunnisa. (2014). *PERILAKU KONSUMTIF REMAJA DALAM BERBELANJA ONLINE DI KALANGAN SISWA-SISWI SMA NEGERI 2 TENGGARONG*. 2(4), 220–230.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. In *Pearson*. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>.
- Kurniawan, R. (2022). *PERILAKU KONSUMTIF DAN PENANGANANNYA (STUDI KASUS PADA DUA ORANG SISWA SMA NEGERI 3 MAROS)*.
- Mafaza, I. (2020). *PENGARUH KONSEP DIRI DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang)*.
- Mahendra, B. (2017). *EKSISTENSI SOSIAL REMAJA DALAM INSTAGRAM (SEBUAH PERSPEKTIF KOMUNIKASI)*. 16(01), 151–160.
- Maulana, I., Merseyside, J., Manulang, B., & Salsabila, O. (2020). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. In *Majalah Ilmiah Bijak* (Vol. 17, Issue 1). <http://ojs.stiami.ac.id>.
- Mayfield, A. (2008). *What is Social Media?.* London: iCrossing.
- Melinda., Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2022). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado). *Journal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.

- Miranda, S. (2017). *PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA ONLINE SHOPPING FASHION TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS RIAU*. 4(1), 1–15.
- Musamma, N. S., & Tahir, A. (2021). Efektivitas komunikasi pemasaran menggunakan media sosial Instagram pada UMKM Hello Decoration. *Islamic Communication Journal*. 6(1). 105-118. <https://doi.org/10.21580/icj.2021.6.1.7571>.
- Nur, L., Sari, E., & Anasrulloh, M. (2023). *PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI DI UNIVERSITAS BHINNEKA PGRI*. 2, 1639–1652.
- Nurlela., Ramdhani, M., & Budhiarti, T. W. (2024). Strategi Komunikasi Persuasif Member Bisnis MLM Millionaire Club Indonesia(MCI) untuk Meningkatkan Penjualan di Kabupaten Karawang. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*. 4(1), 367-376. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i1.3984>.
- Oustin, T., & Habiburahman, H. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Pembelian Sneakers:(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bandar Lampung. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah* , 11(1).
- Purnomo, G. D., Rotinsulu, D. C., & Rorong, I. P. (2022). *PENGARUH BELANJA LANGSUNG DAN BELANJA TIDAK LANGSUNG TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI SULAWESI UTARA*. 22(8), 121–132.
- Rangga, Prayoga. (2023). *Pengaruh Konten Instagram Milo Versi "Milo Kotak Dengan Sedotan Kertas" Terhadap Minat Beli Konsumen (survei pada followers instagram @miloindonesia)*. Universitas Muhammadiyah Jakarta. <https://repository.umj.ac.id/17314/>.
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). *Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana*

Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. 21.

- Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Siroj, R. A. (2023). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(1), 10–16.
- Sekaran, U., & Bougie, Roger. (2016). *Research Methods for Business*. Wiley.
- Sitinjak, P. P. (2021). Pemanfaatan Konten Instagram Dan Social Media Influencer Dalam Meningkatkan Brand Awareness Saint Mary'S College Jakarta. *Jurnal Visi Komunikasi*, 20(02), 284. <https://doi.org/10.22441/visikom.v20i02.14517>.
- Situmorang, W. R., & Hayati, R. (2023). *SOCIAL MEDIA, INSTAGRAM, AS A FORM SELF VALIDATION AND REPRESENTATION*. 9(1), 111–120.
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: ALFABETA
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2018). *KONSUMTIF PEMBELIAN GADGET PADA MAHASISWA TEKNIK INDUSTRI UNIVERSITAS DIPONEGORO*. 7(April), 189–195.
- Yulianti, A., Hardiansyah, M. A., Jurnal, E., & Sosiologi, P. (2023). *Analisis Perilaku Konsumtif Remaja dalam Kehidupan Masyarakat di Kabupaten Serang (Kelurahan Citerep . Kecamatan Ciruas)*. 2511.
- Zatiya, K. Z., & Nugrahani, R. U. (2024). *Analisis Perilaku Konsumtif Audience Instagram Saat Menonton Review Beauty Influencer Tasya Farasya*. 11(2), 1386–1394.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). THE TYPE OF DESCRIPTIVE RESEARCH IN COMMUNICATION STUDY.

