

**PERAN KONTEN PROMOSI *SPILL OUTFIT* DI TIKTOK
PADA PERILAKU KONSUMTIF REMAJA PUTRI SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH

YUNITA SAFITRI
19043010027

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2023

**PERAN KONTEN PROMOSI *SPILL OUTFIT* DI TIKTOK
PADA PERILAKU KONSUMTIF REMAJA PUTRI SURABAYA**

Disusun Oleh:

Yunita Safitri
NPM. 19043010027

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Heidy Arviani, S.Sos., M.A
NIP. 198511072018032001

Mengetahui *

DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP.PK. 196804182021211006

**PERAN KONTEN PROMOSI SPILL OUTFIT DI TIKTOK
PADA PERILAKU KONSUMTIF REMAJA PUTRI SURABAYA**

Oleh:

Yunita Safitri
NPM. 19043010027


Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal 25 Januari 2023

Pembimbing

Tim Penguji,


Heidy Arviani, S.Sos., M.A
NIP. 198511072018032001

1. Ketua

Dra. Dyva Claretta, M.Si
NIPPPK. 196601072021212001

2. Sekretaris

Heidy Arviani, S.Sos., M.A
NIP. 198511072018032001

3. Anggota

Ririn Puspita Tutiasri, S.I.Kom., M.Med.Kom
NIPPPK. 198904112021212001

Mengetahui,
DEKAN FISIP




Dr. Catur Suratnoaji, M. Si
NIPPPK. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yunita Safitri
NPM : 19043010027
Fakultas /Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Peran Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok pada Perilaku Konsumtif Remaja Putri Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 13 April 2023

Yang Menyatakan

The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow official stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'KEMENTERIAN TEMPELA' and the identification number '27AAKX408933142'.

(YUNITA SAFITRI)

KATA PENGANTAR

Segala puji penulis ucapkan karena dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Peran Konten Promosi *Spill Outfit* di Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Remaja Putri Surabaya”** yang merupakan syarat dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang setinggi tingginya dan tak terhingga kepada:

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Yuli Candrasari, M.Si, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Heidy Arviani S.Sos., M.A, selaku dosen pembimbing utama penulis yang banyak membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
5. Ibu terhebat, adik tersayang, dan eyang kakung, Yuli Rachmawati, Muhammad Erland Prasetyo, dan Djaparno, yang telah memberikan segala bentuk dukungan, kasih sayang, serta kontribusi yang luar biasa dan tak ternilai dalam setiap langkah hidup penulis. Semoga penulis bisa menjadi anak, kakak, dan cucu yang membanggakan.

6. Teman-teman anggota Grup Lulus 100% dan Santuy, Nada Oktaviani Wibowo, Merlyn Falenchia C.W., Reny Yunia, dan Pandhu Tanoyo, yang selalu memberikan motivasi penulis untuk segera menyelesaikan studi penulis dan lulus bersama.
7. Teman-teman anggota Grup Harta Tahta Reta Yunita, Reta Anugerah dan Mohammad Fawaid Pradika yang menjadi teman seperjuangan dalam menulis sekaligus menjadi teman cerita segala masalah dan informasi yang ada.
8. Teman-teman penulis, Ferika Tri Cahyani, Angelia Sulistyono, Naylatul Maghfiroh, Aulya Miftahul Jannah, dan masih banyak lagi yang tidak bisa penulis sebutkan. Terima kasih atas jasa dan bantuannya dalam memotivasi penulis untuk bisa menyelesaikan penelitian ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun diharapkan bisa menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga tujuan dari pembuatan proposal skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Surabaya, 17 November 2022

Yunita Safitri

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang Masalah	2
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Kajian Pustaka	12
2.2.1. Penggunaan Media Sosial dalam Komunikasi Pemasaran	12
2.2.2. Media Sosial Tiktok.....	13
2.2.3. Remaja	17
2.2.4. <i>Trend Fashion</i>	19
2.2.5. Konten Promosi <i>Spill Outfit</i> Tiktok.....	21
2.3 Teori Perilaku Konsumtif	22
2.4 Kerangka Berpikir	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Definisi Konseptual.....	28
3.3 Fokus Penelitian	29
3.4 Objek Penelitian.....	30
3.5 Subjek Penelitian.....	30
3.6 Teknik Penentuan Informan	31
3.7 Teknik Pengumpulan Data	31
3.8 Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.2	Identitas Informan	36
4.3	Penyajian Data	41
4.3.1	Penggunaan Media Sosial Tiktok Remaja Putri di Surabaya	42
4.3.1.1	Aspek Menarik Menonton Video Tiktok	45
4.3.1.2	Konten Pada FYP (For Your Page) Tiktok	46
4.3.2	Pandangan Remaja Putri di Surabaya Terhadap Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok	48
4.3.2.1	Aspek Menarik Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok	49
4.3.2.2	Pengaruh Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok Pada Perilaku Konsumtif	52
4.3.3	Perilaku Konsumtif Remaja Putri di Surabaya Pada Fashion Setelah Melihat Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok	55
4.3.3.1	Tolak Ukur Perilaku Konsumtif Remaja Putri di Surabaya Setelah Melihat Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok	57
4.3.3.2	Tujuan Perilaku Konsumtif Remaja Putri di Surabaya Setelah Melihat Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok	59
4.3.4	Perilaku Konsumtif dari Faktor Internal (Keinginan) Remaja Putri di Surabaya Setelah Melihat Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok	62
4.3.5	Perilaku Konsumtif dari Faktor Eksternal (Tuntutan Zaman) Remaja Putri di Surabaya Setelah Melihat Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok ...	64
4.3.6	Perilaku Konsumtif dari Faktor Eksternal (Pergaulan) Remaja Putri di Surabaya Setelah Melihat Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok	65
4.3.7	Perilaku Konsumtif dari Faktor Eksternal (Iklan Promo) Remaja Putri di Surabaya Setelah Melihat Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok	68
4.3.8	Dampak Positif dan Negatif Perilaku Konsumtif Remaja Putri di Surabaya Setelah Melihat Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok	69
4.4	Pembahasan	72
4.4.1	Penggunaan Media Sosial Tiktok Remaja Putri di Surabaya	73
4.4.1.1	Aspek Menarik Menonton Video Tiktok	74
4.4.1.2	Konten Pada FYP (For Your Page) Tiktok	75
4.4.2	Pandangan Remaja Putri di Surabaya Terhadap Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok	75
4.4.2.1	Aspek Menarik Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok	76
4.4.2.2	Pengaruh Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok Pada Perilaku Konsumtif	77

4.4.3 Perilaku Konsumtif Remaja Putri di Surabaya Pada Fashion Setelah Melihat Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok	79
4.4.3.1 Tolak Ukur Perilaku Konsumtif Remaja Putri di Surabaya Setelah Melihat Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok	80
4.4.3.2 Tujuan Perilaku Konsumtif Remaja Putri di Surabaya Setelah Melihat Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok	81
4.4.5 Perilaku Konsumtif dari Faktor Eksternal (Tuntutan Zaman) Remaja Putri di Surabaya Setelah Melihat Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok ...	83
4.4.6 Perilaku Konsumtif dari Faktor Eksternal (Pergaulan) Remaja Putri di Surabaya Setelah Melihat Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok	84
4.4.7 Perilaku Konsumtif dari Faktor Eksternal (Iklan Promo) Remaja Putri di Surabaya Setelah Melihat Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok	84
4.4.8 Dampak Positif dan Negatif Perilaku Konsumtif Remaja Putri di Surabaya Setelah Melihat Konten Promosi Spill Outfit di Tiktok	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN Interview Guide Wawancara	95
LAMPIRAN Transkrip Wawancara	97

DAFTAR TABEL

Table 1 Penelitian Terdahulu	11
Table 2 Kerangka Berpikir	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia 2015 -2022	3
Gambar 2 Kebiasaan Pengguna Tiktok 2021	5
Gambar 3 Demografi Usia Pengguna Tiktok di Indonesia	14
Gambar 4 Demografi Gender Pengguna Tiktok di Indonesia	15
Gambar 6 Produk yang Paling Banyak Dibeli di E-Commerce dan Toko Fisik...	20
Gambar 7 Konten <i>#spilloutfit</i> Tiktok.....	21

**PERAN KONTEN PROMOSI *SPILL OUTFIT* DI TIKTOK
PADA PERILAKU KONSUMTIF REMAJA PUTRI SURABAYA**

Yunita Safitri

NPM 19043010027

Abstrak

Pada aplikasi Tiktok terdapat konten promosi *spill outfit* yang ramai diperbincangkan remaja. Konten dengan banyak referensi *outfit fashion* disertai penyampaian informasi produk yang menarik dan kemudahan melakukan pembelian bisa menyebabkan remaja menjadi lebih konsumtif. Tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui bagaimana peran konten promosi *spill outfit* di Tiktok pada perilaku konsumtif remaja putri di Surabaya. Penelitian ini menggunakan studi deskriptif kualitatif dengan melakukan *in depth interview*. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa ada beberapa faktor yang mendukung terjadinya perilaku konsumtif remaja setelah melihat konten promosi *spill outfit* yaitu faktor internal berupa keinginan dari dalam diri individu dan faktor eksternal seperti tuntutan zaman, pergaulan, dan iklan promo. Adanya konten promosi *spill outfit* juga membawa dampak positif yang membuat remaja menjadi memiliki referensi *outfit*, namun juga membawa dampak negatif yang membuat remaja semakin boros.

Kata kunci: Tiktok, Konten Promosi, Spill Outfit, Remaja Putri, Belanja Online

Abstract

The Tiktok application contains spill outfit promotional content which is widely discussed by teenagers. Content with lots of references to fashion outfits accompanied by delivery of interesting product information and the ease of making purchases can make teenagers become more consumptive. The purpose of this study was to find out the role of spill outfit promotional content on Tiktok on the consumptive behavior of young women in Surabaya. This research uses a qualitative descriptive study by conducting in-depth interviews. The results of this study note that there are several factors that support the occurrence of adolescent consumptive behavior after viewing spill outfit promotional content, namely internal factors in the form of desires from within the individual and external factors such as the demands of the times, association, and promo advertisements. The existence of spill outfit promotional content also has a positive impact that makes teenagers have outfit references, but also has a negative impact that makes teenagers even more wasteful.

Keywords: Tiktok, Promotional Content, Spill Outfit, Young Women, Online Shopping