

**HUBUNGAN TAYANGAN VIDEO BLOG SARAH AYU
VERSI *HUGE NEW YORK MAKEUP HAUL* DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF REMAJA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

CINDY ANASTASIA NADIA SARI F

NPM. 1443010308

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2018

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah S.W.T, atas segala limpahan Rahmat-Nya dan dengan sekian banyak kendala yang dihadapi akhirnya penulis bisa menyelesaikan Skripsi Penelitian yang berjudul ” **HUBUNGAN TAYANGAN VIDEO BLOG SARAH AYU VERSI HUGE NEW YORK MAKEUP HAUL DENGAN PERILAKU KONSUMTIF REMAJA SURABAYA**” yang terselesaikan dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Syifa Syarifah Alamiyah, S.Sos, M.Commun selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasihat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual, maupun dalam bentuk materil.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang mendalam atas bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi penelitian ini. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Drs. Lukman Arif, Msi selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Orang tua saya, Mama dan Papa saya tercinta yang tidak pernah bosan mengingatkan, mendidik, dan membimbing seluruh buah hatinya penuh cinta dan kasih sayang.
4. Serta sahabat saya Dara, Ima, Yuda, Febi, Boo, Sirlie, Nanda, Laras, Meisya, dan yang lain yang tidak bosan untuk mengingatkan dan membantu penulis apabila ada kesusahan.

Penulis menyadari bahwa Skripsi Penelitian ini masih jauh dari sempurna karena segala keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diperlukan agar Skripsi Penelitian ini menjadi lebih baik lagi. Terakhir penulis mengharapkan agar Skripsi Penelitian ini dapat berguna sebagai salah satu fasilitas dari bahan informasi bagi penulis lain maupun pembaca.

Wassalamuallaikum Wr. Wb.

Surabaya, Februari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Penelitian Secara Akademis	9
1.4.2. Manfaat Penelitian Secara Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori.....	14
2.2.1. New Media	14
2.2.2. Manfaat New Media	16
2.2.3. Youtube	17
2.2.4. Video Blog (VLOG)	20
2.2.5. Definisi Tayangan.....	21

2.3. Perilaku	22
2.3.1. Perilaku Konsumtif	23
2.4. Remaja	27
2.5. Teori SOR	29
2.6. Kerangka Berpikir	30
2.7. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	33
3.1.1. Definisi Operasional	33
3.1.2. Pengukuran Variabel	38
3.2. Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Sampel	45
3.2.1. Populasi	45
3.2.2. Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	46
3.2.3. Teknik Pengumpulan Data	47
3.3. Teknik Analisis Data	48
3.3.1. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	50

3.3.2.Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	52
4.2. Penyajian Data.....	54
4.2.1. Identitas Responden	54
4.2.2. Tayangan Video Blog Sarah Ayu versi Huge New York MakeUp Haul	57
4.2.3. Perilaku Konsumtif	65
4.3. Analisis dan Pengujian Data	90
4.3.1. Analisis Data.....	90
4.3.2. Pengujian Hipotesis.....	93
4.4. Pembahasan.....	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
5.1. Kesimpulan.....	101
5.2. Saran.....	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Gambar 2.6 Diagram Kerangka Berpikir	31
Tabel 3.3 Tabel Penolong Koefisien Korelasi Rank Spearman	49
Tabel 4.2 Usia Responden.....	55
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	57
Tabel 4.4 Frekuensi Menonton Tayangan Video Blog Sarah Ayu Versi Huge New York Makeup Haul.....	59
Tabel 4.5 Durasi Menonton Tayangan Video Blog Sarah Ayu Versi Huge New York Makeup Haul.....	61
Tabel 4.6 Tayangan Video Blog Sarah Ayu Versi Huge New York Makeup Haul	64
Tabel 4.7 Tertarik Membeli Produk Yang Direview Oleh Sarah Ayu Dalam Tayangan Video Blognya Versi Huge New York Makeup Haul	65
Tabel 4.8 Setelah Menonton Tayangan Video Blog Sarah Ayu Versi Huge New York Makeup Haul, Segera Membeli Produk Yang Direveiw	66

Tabel 4.9 Tidak Adanya Paksaan Dari Orang Lain Untuk Membeli Produk Yang Direview Dalam Tayangan Video Blog Sarah Ayu Versi Huge New York Makeup Haul.....	67
Tabel 4.10 Berusaha Dengan Berbagai Cara Untuk Membeli Produk Yang Direview Oleh Sarah Ayu Dalam Tayangan Video Blognya Versi Huge New York Makeup Haul, Misalnya Dengan Menabung Atau Tabungan Yang Ada Atau Meminjam Uang Karena Yakin Dengan Produk Tersebut	68
Tabel 4.11 Menghabiskan Sebagian Besar Uang Yang Dimiliki (Uang Saku, Tabungan, Pinjaman) Demi Membeli Produk Yang Direview Oleh Sarah Ayu Dalam Tayangan Video Blognya Versi Huge New York Makeup Haul Tanpa Memikirkan Efek Atau Akibat Yang Ditimbulkan Selanjutnya	69
Tabel 4.12 Aspek Pembelian Impulsif Remaja Surabaya	71
Tabel 4.13 Membeli Produk Yang Direview Oleh Sarah Ayu Dalam Tayangan Video Blognya Versi Huge New York Makeup Haul Bukan Karena Kebutuhan	72
Tabel 4.14 Membeli Produk Yang Direview Oleh Sarah Ayu Dalam Tayangan Video Blognya Versi Huge New York Makeup Haul Karena Mengikuti Mode	73

Tabel 4.15 Membeli Produk Yang Direview Oleh Sarah Ayu Dalam Tayangan Video Blognya Versi Huge New York Makeup Haul Yang Telah Dimiliki Tetapi Berbeda Merk	74
Tabel 4.16 Membeli Produk Yang Direview Oleh Sarah Ayu Dalam Tayangan Video Blognya Versi Huge New York Makeup Haul Bukan Karena Kualitasnya	75
Tabel 4.17 Membeli Produk Yang Direview Oleh Sarah Ayu Dalam Tayangan Video Blognya Versi Huge New York Makeup Haul Karena Ingin Menjaga Penampilan Dan Dianggap Keren	76
Tabel 4.18 Aspek Pembelian Tidak Rasional Remaja Surabaya	78
Tabel 4.19 Membeli Produk Yang Direview Oleh Sarah Ayu Dalam Tayangan Video Blognya Versi Huge New York Makeup Haul Meskipun Jarang Digunakan	80
Tabel 4.20 Membeli Produk Yang Direview Oleh Sarah Ayu Dalam Tayangan Video Blognya Versi Huge New York Makeup Haul Karena Mengkoleksi Walaupun Tidak Cocok Memakainya	81

Tabel 4.21 Membeli Produk Yang Direview Oleh Sarah Ayu Dalam Tayangan Video Blognya Versi Huge New York Makeup Haul Karena Merk Dan Harganya Yang Mahal	82
Tabel 4.22 Membeli Produk Yang Direview Oleh Sarah Ayu Dalam Tayangan Video Blognya Versi Huge New York Makeup Haul Karena Packaging Produk Tersebut Menarik	83
Tabel 4.23 Selalu Membeli Produk Yang Direview Oleh Sarah Ayu Dalam Tayangan Video Blognya Versi Huge New York Makeup Haul.....	84
Tabel 4.24 Aspek Pembelian Berlebihan Remaja Surabaya	86
Tabel 4.25 Perilaku Konumtif Responden Setelah Menonton Tayangan Video Blognya Versi Huge New York Makeup Haul	89
Tabel 4.3.1 Interpretasi Koefisien Korelasi	92

ABSTRAK

CINDY ANASTASIA N.S.F, HUBUNGAN VIDEO BLOG SARAH AYU VERSI *HUGE NEW YORK MAKEUP HAUL* DENGAN PERILAKU KONSUMTIF REMAJA SURABAYA.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan video blog Sarah Ayu versi Huge New York MakeUp Haul dengan perilaku konsumtif remaja Surabaya, khususnya usia 19 – 22 tahun. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode statistik.

Penelitian ini dimaksudkan mencari hubungan antar dua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Untuk menguji hubungan antara keduanya maka digunakan koefisien korelasi *Rank Spearman*, karena data dalam penelitian ini berbentuk data ordinal.

Dari hasil pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data *Rank Spearman* diketahui bahwa secara statistik tayangan video blog Sarah Ayu versi *Huge New York MakeUp Haul* (X) memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif remaja Surabaya (Y), hal tersebut yang ditunjukkan dari nilai t -test sebesar 3,9352 dimana nilainya lebih besar dari t-tabel sebesar 1,660.

Dan mempunyai tingkat hubungan atau tingkat korelasi rendah, hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian dimana koefisien *rank spearman* adalah 0,3694 sehingga berdasarkan pada pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi berada pada kategori 0,20 – 0,399.

Kata Kunci : Video Blog, Youtube, Hubungan, Perilaku Konsumtif, Remaja

ABSTRAC

CINDY ANASTASIA N.S.F, THE RELATIONSHIP OF SARAH AYU'S VIDEO BLOG *HUGE NEW YORK MAKEUP HAUL* VERSION WITH SURABAYA TEENAGE CONSUMPTIVE BEHAVIOR.

The purpose of this research is to find the relationship of Sarah Ayu's video blog *Huge New York MakeUp Haul* version with Surabaya teenage consumptive behavior, especially the ages of 19 – 22 years old. An analysis of data in the study is done by using the method statistic.

This research was intended to find the relationship between them and used a correlation coefficient rank spearman, because the data in this research shaped ordinal data.

From the tests have undertaken using analysis technique rank spearman note the statistically double digit impression Sarah Ayu's video blog *Huge New York MakeUp Haul* version (X) link with Surabaya teenage consumptive behavior (Y), this is shown of the value of t – test 3,9352 where the value greater than the t-table of 1,660.

And have a relation or the correlation being low, this can be seen the research where coefficient rank speraman is 0,3694 so based on guidelines for five an interpretation a correlation coefficient be in the 0,20 – 0,399.

Keywords : Video Blog, Youtube, Relationship, Consumptive Behavior, Teenage