

PERILAKU KONSUMEN DIGITAL DALAM KOMUNITAS

MURAH-MURAH DI MEDIA SOSIAL X

(Studi Kualitatif Deskriptif)

SKRIPSI



Oleh:

SHAFINAZ NAFIZHAH HARDIANTI

NPM. 22043010032

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA & POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

SURABAYA

2026

PERILAKU KONSUMEN DIGITAL DALAM KOMUNITAS

MURAH-MURAH DI MEDIA SOSIAL X

(Studi Kualitatif Deskriptif)

SKRIPSI



Oleh:

SHAFINAZ NAFIZHAH HARDIANTI

NPM. 22043010032

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA & POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PERILAKU KONSUMEN DIGITAL DALAM KOMUNITAS MURAH - MURAH
DI MEDIA SOSIAL X
(Analisis Kualitatif Deskriptif)**

Disusun oleh:

Shafinaz Nafizhah Hardianti
NPM. 22043010032

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi


DOSEN PEMBIMBING



Augustin Mustika Chairil S.I.Kom, M.A
NIP. 199308082022032016

Mengetahui

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PERILAKU KONSUMEN DIGITAL DALAM KOMUNITAS MURAH-MURAH
DI MEDIA SOSIAL X
(Studi Kualitatif Deskriptif)**


Oleh:

Shafinaz Nafizhah Hardianti
NPM. 22043010032

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan
Nasional Veteran Jawa Timur pada tanggal 09 April 2026**


Menyetujui,


PEMBIMBING


Augustin Mustika Chairil S.I.Kom. M.A
NIP. 199308082022032016


TIM PENGUJI,


Dr. Irwan Dwi Arianto, M.I.Kom
NIP. 197602082021211003


Ade Kusuma, S.Sos, M. Med.Kom
NIP. 198501082018032001


Augustin Mustika Chairil S.I.Kom. M.A
NIP. 199308082022032016

Mengetahui
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos. M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Shafinaz Nafizhah Hardianti
NPM : 22043010032
Angkatan : 22
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga pendidikan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam skripsi ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar rujukan. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan karya penulis lain, penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Surabaya, 10 Juni 2026



Shafinaz Nafizhah Hardianti

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah menganugerahkan segala karunia dan rahmat-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIBPOL UPN Veteran Jawa Timur. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada seluruh pihak yang mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya kepada:

1. Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik.
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Augustin Mustika Chairil, S.I.Kom, M.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, memberikan waktu, ilmu, arahan, masukan, dan motivasi pada penulis.
4. Ibu Farikha Rachmawati, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan pada penulis selama masa perkuliahan.
5. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur atas ilmu yang diberikan selama empat tahun ini.
6. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan segala doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang tanpa henti kepada penulis selama menjalankan masa perkuliahan.

7. Sahabat-sahabat penulis, yaitu Maulitya, Kevin, Kenza, dan Nicke yang telah memberikan warna tersendiri di dalam hidup penulis serta menjadi fondasi semangat dan motivasi yang lalu hingga saat ini. Yang selalu siap sedia mendengarkan keluh kesah penulis, membantu, dan bersuka cita selama ini.
8. Teman teman masa perkuliahan penulis yaitu, Tiffany, Titis, Lili, dan Nacha yang selalu memberikan dukungan, berbagai ilmu, dan bekerja sama selama menjalankan masa perkuliahan dan skripsi.
9. Seluruh teman yang telah mewarnai masa-masa belajar penulis selama menjalani bangku perkuliahan dan mengembangkan potensi.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun bagi penelitian ini sangat penulis harapkan guna perbaikan penelitian ini di masa mendatang.

Surabaya, 10 Juni 2026

Shafinaz Nafizhah Hardianti

22043010032

ABSTRAKSI

Penelitian ini membahas mengenai perilaku konsumen digital dalam komunitas Murah-Murah di media sosial X. Praktik komunikasi yang ada di dalam komunitas berupa postingan-postingan selama proses pencarian informasi hingga pengambilan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma interpretatif untuk memahami makna interaksi yang terbentuk dalam komunitas virtual. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi online, wawancara mendalam dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen yang ada di dalam komunitas Murah-Murah terdiri dari lima kategori diantaranya perilaku berorientasi pada kebutuhan, perilaku berorientasi pada harga, perilaku yang tidak berorientasi pada harga dan kebutuhan, perilaku tidak berorientasi pada kondisi barang, dan perilaku tidak berorientasi pada merk barang maupun kondisi barang. Maka, perilaku konsumen digital dalam komunitas Murah-Murah memperlihatkan berbagai macam perilaku sesuai dengan keinginan dari individu tersebut.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumen Digital, Komunitas Virtual, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study examines digital consumer behavior within the Murah-Murah community on social media platform X. Communication practices within the community include posts made throughout the process of information seeking up to the purchase decision. This study employs a descriptive qualitative approach with an interpretive paradigm to understand the meaning of interactions formed within the virtual community. Data collection techniques include online observation, in-depth interviews, and documentation. Data analysis involves the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Data validity is ensured through source triangulation. The results of the study indicate that consumer behavior within the Murah-Murah community consists of five categories: need-oriented behavior, price-oriented behavior, shipping cost-oriented behavior, behavior not oriented toward price or needs, and behavior not oriented toward the brand or condition of the product. Thus, digital consumer behavior in the Murah-Murah community exhibits a variety of behaviors consistent with the individual's preferences.

Keywords: *Digital Consumer Behavior, Virtual Community, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Penelitian Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Tinjauan Pustaka	16
2.2.1 Perilaku Konsumen.....	16

2.2.2 Komunitas Virtual.....	24
2.2.3 Konsep <i>Frugality</i>	26
2.3 Kerangka Berpikir	31
BAB III.....	34
METODE PENELITIAN	34
3.1 Pendekatan Penelitian.....	34
3.2 Definisi Konseptual	35
3.2.1 Perilaku Konsumen Digital.....	35
3.2.2 Komunitas Virtual.....	36
3.2.3 Perilaku <i>Frugality</i>	36
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
3.4 Objek dan Subjek Penelitian	38
3.5 Pengumpulan Data	39
3.6 Analisis Data	41
BAB IV	44
HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum	44
4.1.1 Komunitas Murah-Murah di Media Sosial X	44
4.1.2 Profil Informan	46
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	55
4.2.1 Perilaku Konsumen Berdasarkan Kebutuhan	57
4.2.2 Perilaku Konsumen Berdasarkan Harga	67
4.2.3 Perilaku Konsumen Tidak Berorientasi Harga dan Kebutuhan	75
4.2.4 Perilaku Konsumen Tanpa Peduli Kondisi Barang.....	78
4.2.5 Perilaku Konsumen Tanpa Peduli Merk dan Kondisi Barang	82

BAB V	88
KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran Penelitian Selanjutnya	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	100
RIWAYAT HIDUP	151

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komunitas Murah-Murah.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	33
Gambar 4. 1 Peraturan Komunitas Murah-Murah.....	45
Gambar 4. 2 Profil Informan 1	47
Gambar 4. 3 Profil Informan 2.....	48
Gambar 4. 4 Profil Informan 3	49
Gambar 4. 5 Profil Informan 4.....	50
Gambar 4. 6 Profil Informan 6.....	52
Gambar 4. 7 Profil Informan 7.....	54
Gambar 4. 8 Postingan Komunitas Murah-Murah.....	72
Gambar 4. 9 Postingan pada Acara Tertentu	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	10
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Observasi	100
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	102
Lampiran 3 Transkrip Hasil Wawancara	104