

Arlisah, NIM 150521100070, Sociology Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences, University of Trunojoyo Madura. *Twitter, Instagram and Facebook as Triggers for Consumptive Behavior* (Phenomenology Study of Student K-Pop Enthusiasts at Trunojoyo Madura University). Under the guidance of Medhy Aginta Hidayat, S.S., M.Si., Ph.D.

ABSTRACT

The purpose of this study was to find out how Twitter, Instagram and Facebook caused the consumptive behavior of female K-Pop fans at Trunojoyo Madura University. Informants in this study were a number of female students from various departments at Trunojoyo Madura University. Determination techniques of informants in this study using purposive sampling techniques. This technique is used to get informants in a deliberate manner that has been determined by the criteria of the informant. This type of research is descriptive qualitative.

Data collection methods used are using observation and interviews. Miles and Huberman model data and data validity checking techniques using source triangulation. The results showed that with the social media Twitter, Instagram and Facebook had the effect of consumptive behavior for female K-Pop fans at the University of Trunojoyo Madura, namely students buying K-Pop accessories online on *Twitter, Instagram* and *Facebook* with the aim of realizing the identity of K-Pop fans, to fulfill the lifestyle of seeking self-enjoyment, female students know Korean boy band and girl band product images that feature Korean boy band or girl band advertisement models, Variety Show is also one of the factors that causes Hyperconsumption, friendship environment, college students have free time, image Idol in the form of variety shows, college students doing wasteful acts in a way that is not good, image Idol in K-Pop accessories has a high selling value.

Keywords: Twitter, Instagram, Facebook, Consumptive, Student

Arlisah, NIM 150521100070, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura, skripsi ini tentang *Twitter, Instagram dan Facebook* Sebagai Pemicu Perilaku Konsumtif (Studi Fenomenologi Mahasiswi Penggemar K-Pop di Universitas Trunojoyo Madura)” di bawah bimbingan Medhy Aginta Hidayat, S.S., M.Si., Ph.D.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *Twitter, Instagram dan Facebook* menyebabkan perilaku konsumtif mahasiswi penggemar K-Pop di Universitas Trunojoyo Madura. Informan dalam penelitian ini adalah beberapa mahasiswi dari berbagai jurusan di Universitas Trunojoyo Madura. Teknik Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan informan dengan cara sengaja yang sudah ditentukan kriteria informannya. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif.

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan observasi dan wawancara. data model Miles dan Huberman dan teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya media sosial *Twitter, Instagram dan Facebook* telah memberikan dampak perilaku konsumtif bagi mahasiswi penggemar K-Pop di Universitas Trunojoyo Madura, yaitu mahasiswi membeli aksesoris K-Pop secara *online* di *Twitter, Instagram dan Facebook* dengan tujuan mewujudkan identitas sebagai penggemar K-Pop, untuk memenuhi gaya hidup mencari kesenangan diri sendiri, mahasiswi mengenal *boy band* dan *girl band* Korea citra produk yang menampilkan model iklan *boy band* atau *girl band* Korea, *Variety Show* juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan *Hyperconsumtif*, Lingkungan pertemanan, mahasiswi memiliki waktu senggang, Citra Idola dalam bentuk acara *variety show*, mahasiswi melakukan bertindak boros dengan cara kurang baik, Pernik Citra Idola dalam aksesoris K-Pop memiliki nilai jual yang tinggi.

Kata Kunci: *Twitter, Instagram, Facebook* Konsumtif, Mahasiswi