

ABSTRAK

Risma Puspita Cahyani. 190521100088. Sosiologi. *Beauty Privilege: Motif Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura (Studi Pada Pengguna Produk Ms Glow)*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura dalam mengonsumsi produk MS Glow untuk memperoleh *beauty privilege*. Perilaku konsumtif dibagi ke dalam tiga kajian, yaitu faktor pendukung berperilaku konsumtif, indikator perilaku konsumtif, dan dampak dari berperilaku konsumtif. Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswi S1 Universitas Trunojoyo Madura dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti.

Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling. Analisis data menggunakan teknik Miles dan Huberman. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan dari temuan tentang perilaku konsumtif, motif utama mahasiswi dalam melakukan perilaku konsumtif disebabkan oleh fenomena *beauty privilege* yang berada di lingkungan informan. Penelitian menunjukkan perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura terpacu pada nilai-tanda dan nilai-simbol, *branding* menjadi cantik dan bersinar yang diciptakan oleh produk MS Glow membuat mahasiswi tertarik dan memutuskan untuk mengonsumsi produk kecantikan secara berlebihan supaya dapat memperoleh dan mempertahankan *beauty privilege* yang didapatkannya.

Kata kunci: *beauty privilege*, motivasi, perilaku konsumtif, mahasiswi

ABSTRACT

Risma Puspita Cahyani. 190521100088. Sociology. Beauty Privilege: Motives of Female Students at Trunojoyo University for Consumptive Behavior (Study of Users Ms Glow Products).

The purpose of this study is to analyze the consumptive behavior of Trunojoyo Madura University students in consuming MS Glow products to obtain beauty privilege. Consumptive behavior is divided into three studies: supportive factors for consumptive behavior, indicators of consumptive behavior, and the impact of consumptive behavior. The subject of the study was Trunojoyo Madura University undergraduate students with the criteria already defined by the researchers. Data collection methods use observations, interviews and documentation. Informants were selected using purposive sampling methods. Data analysis using Miles and Huberman techniques. Data validity checking technique using source triangulation. Research results show that from the findings of consumptive behavior, the primary motive for college students' consumptive behavior is due to the phenomenon of beauty privilege in the informant environment. Research shows that the consumptive behavior of Trunojoyo Madura University students is driven by signs and symbols, and that the results of the study are based on the values and values. The branding "beautiful and glowing" created by MS Glow's products attracted college students and decided to over-consume beauty products in order to acquire and maintain the beauty privilege they gained.

Keywords: beauty privilege, motivation, consumptive behavior, college students