

## **ABSTRACT**

Lifya Wiji Rahayu (150521100109), Sociology Study Program, Faculty of Social and Cultural Sciences. The Consumptive lifestyle. Guided by Mr. Medhy Aginta Hidayat, Ph.D.

Moderation is one form of social change. The change referred to in this study is the emergence of a consumptive lifestyle which is influenced by the vlog make-up media. Decorating is an absolute need for women, especially in the life of female students. These needs then led to a consumptive lifestyle towards make-up which eventually raises the question of how the vlog of make-up affects the consumptive lifestyle of female students. So that this study aims to find out how the vlog of make-up influences the consumer lifestyle of Faculty of Education students at the University of Trunojoyo Madura.

This research uses Jean Baudrillard's theory of consumerism. The research method used is a qualitative method with a phenomenological approach. Determination of informants using purposive sampling technique with reference to the interactive models of Miles and Huberman. The informants in the study are students from the Faculty of Education because it is the only faculty with the highest number of students at the University of Trunojoyo Madura. Primary data is obtained from interview informants while secondary data is obtained from other sources.

The results obtained showed that the vlog media make up had an influence on the average consumptive actions of female students at the Faculty of Education of Univerisity of Trunojoyo Madura. This is because vlog media is presented in the form of videos so that the meaning contained is easier for students to digest. In addition, a review of make-up made by vloggers is considered to be trusted and most relevant.

**Keywords:** Lifestyle, Consumptive, Make up.

## ABSTRAK

Skripsi karya Lifya Wiji Rahayu (150521100109), Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Gaya hidup konsumtif. Dibimbing oleh bapak Medhy Aginta Hidayat, Ph.D.

Moderenisasi merupakan salah satu bentuk dari perubahan sosial. Perubahan yang dimaksud dalam penelitian ini ialah munculnya gaya hidup konsumtif yang dipengaruhi oleh media vlog *make up*. Berhias merupakan kebutuhan mutlak wanita terutama dalam kehidupan mahasiswi. Kebutuhan tersebut kemudian memunculkan gaya hidup konsumtif terhadap *make up* yang akhirnya menimbulkan pertanyaan bagaimana vlog *make up* mempengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswi. Sehingga penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana vlog *make up* mempengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Trunojoyo Madura.

Penelitian ini menggunakan teori konsumerisme Jean Baudrillard. Metode penelitian yang digunakan ialah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman. Informan dalam penelitian yaitu mahasiswi dari Fakultas Ilmu Pendidikan karena merupakan satu-satunya fakultas dengan jumlah mahasiswi terbanyak di Universitas Trunojoyo Madura. Data primer didapatkan dari wawancara informan sedangkan data sekunder didapatkan dari sumber lain.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa media vlog *make up* memiliki pengaruh terhadap tindakan konsumtif rata-rata mahasiswi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Trunojoyo Madura. Hal tersebut dikarenakan media vlog disajikan dalam bentuk video sehingga makna yang terkandung lebih mudah dicerna oleh mahasiswi. Selain itu, *review make up* yang disampaikan oleh *vlogger* dirasa terpercaya dan paling relevan.

Kata kunci: Gaya hidup, Konsumtif, *Make up*.