

**PEMAKNAAN PERILAKU *COMPULSIVE BUYING*
GENERASI Z DI TANGERANG TERKAIT FENOMENA
HARBOLNAS**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

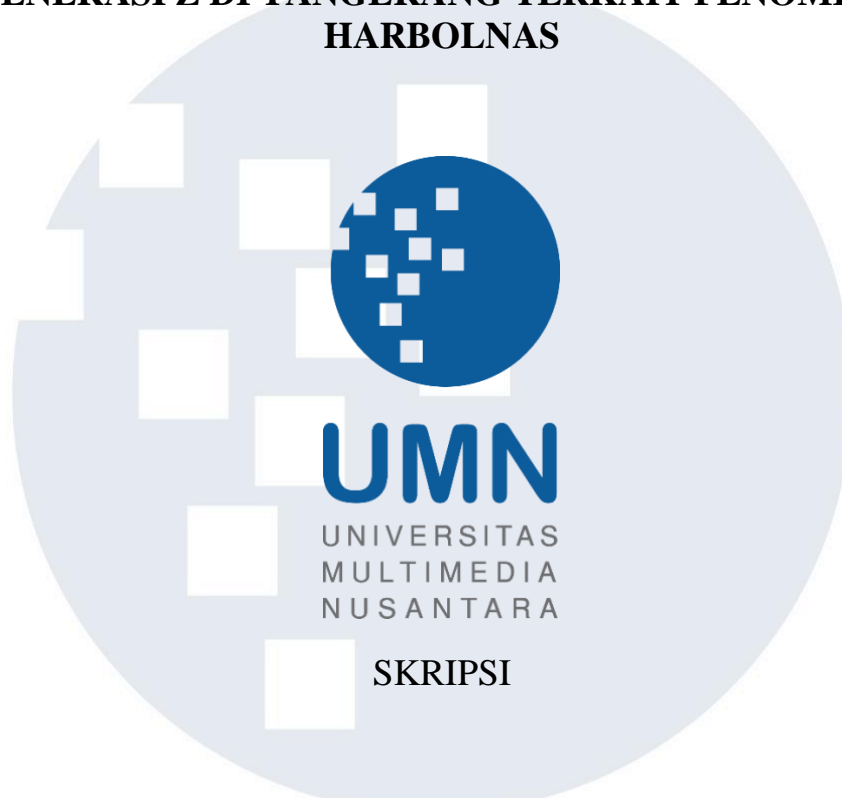
Krisna Sulaeman

00000042570

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**PEMAKNAAN PERILAKU *COMPULSIVE BUYING*
GENERASI Z DI TANGERANG TERKAIT FENOMENA
HARBOLNAS**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

KRISNA SULAEMAN

00000042570

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Krisna Sulaeman

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042570

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

“PEMAKNAAN PERILAKU *COMPULSIVE BUYING* GENERASI Z DI TANGERANG TERKAIT FENOMENA HARBOLNAS”

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 28 Mei 2024



Handwritten signature of Krisna Sulaeman in black ink.

Krisna Sulaeman

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**“PEMAKNAAN PERILAKU *COMPULSIVE BUYING* GENERASI Z DI
TANGERANG TERKAIT FENOMENA HARBOLNAS”**

Oleh

Nama : Krisna Sulaeman

NIM : 00000042570

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

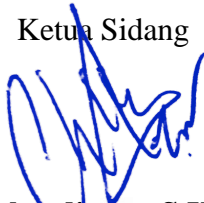
Telah diujikan pada hari Selasa, 11 Juni 2024

Pukul 00.00 s.d 00.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Charlie Tjokredinata, S.Kom., M.Sc.

NIDN 0324098002

Penguji



Hanif Suranto, S.Sos., M.Sc.

NIDN 0306027102

Pembimbing



Dr. Indiwana Seto Wahjuwibowo, M.Si.

NIDN 0308036601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Krisna Sulaeman

NIM : 00000042570

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

“PEMAKNAAN PERILAKU *COMPULSIVE BUYING* GENERASI Z DI TANGERANG TERKAIT FENOMENA HARBOLNAS”

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial. Saya tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 28 Mei 2024

Yang menyatakan,



Krisna Sulaeman

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan anugrah yang diberikan oleh Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi yang berjudul:


“PEMAKNAAN PERILAKU *COMPULSIVE BUYING* GENERASI Z DI TANGERANG TERKAIT FENOMENA HARBOLNAS”

Untuk mencapai salah satu syarat gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.d., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si., sebagai Dosen Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seluruh Informan yang telah bersedia diwawancarai untuk kepentingan skripsi ini.
7. Pasangan dan teman-teman saya yang telah memberikan dukungan moral dan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat kedepannya, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi bagi para pembaca.

Tangerang, 27 Mei 2024



Krisna Sulaeman



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PEMAKNAAN PERILAKU *COMPULSIVE BUYING*
GENERASI Z DI TANGERANG TERKAIT FENOMENA**

HARBOLNAS

Krisna Sulaeman

ABSTRAK

Sikap *compulsive* kerap kali diabaikan dan tidak terlalu ditanggapi serius oleh masyarakat. Sikap *compulsive* ini dapat menyebabkan berbagai hal yang berdampak negatif pada manusia yang menerapkannya. Fenomena *harbolnas* sendiri memiliki kecenderungan membuat seseorang ingin membeli banyak barang ketika *event* itu tiba. Peneliti akan berfokus untuk membahas pemaknaan sikap *compulsive* dari kacamata generasi z pada fenomena *harbolnas*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif fenomenologi interpretatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi z memiliki beragam pemaknaan dari perilaku konsumtif yang mereka terapkan pada fenomena *harbolnas*, keberagaman pemaknaan ini memiliki kemiripan dengan menghasilkan banyaknya dampak negatif yang dirasakan dari sikap konsumtif pada fenomena *harbolnas* ini dan juga menimbulkan suatu kebiasaan baru yang buruk, yakni sulit untuk menghindari sikap ini ketika fenomena *harbolnas* ini datang kembali. Kesimpulan dari penelitian ini adalah rata-rata generasi z yang menerapkan sikap *compulsive* pada fenomena *harbolnas* mengaku merasakan penyesalan, kecanduan dan dampak negatif lainnya pada diri mereka. Maka dari itu, peran kontrol diri dalam menghadapi fenomena *harbolnas* ini sangat penting untuk menghindari sikap konsumtif.

Kata kunci: sikap *compulsive*, fenomenologi interpretatif, fenomena *harbolnas*

***INTERPRETATION OF GENERATION Z COMPULSIVE
BUYING BEHAVIOR IN TANGERANG REGARDING TO THE
HARBOLNAS PHENOMENON***

Krisna Sulaeman

ABSTRACT

Compulsive behavior are often ignored and not taken seriously by society. This consumptive behavior can cause various things that have a negative impact on the people who implement it. The Harbolnas phenomenon itself tends to make people want to buy lots of things when the event arrives. Researchers will focus on discussing the meaning of consumer attitudes from Generation Z's perspective regarding the Harbolnas phenomenon. This research is an interpretive phenomenological qualitative research with data collection techniques using in-depth interviews. The research results show that Generation Z has various meanings of consumer behavior that they apply to the Harbolnas phenomenon. This diversity of meanings seems to give rise to many negative impacts that are felt from the compulsive attitude towards the Harbolnas phenomenon and also gives rise to new bad habits, namely it is difficult to avoid this attitude when the Harbolnas phenomenon returns. The conclusion of this research is that the average generation Z who adopts a compulsive attitude towards the Harbolnas phenomenon admits to feeling regret, addiction and other negative impacts on themselves. Therefore, the role of self-control in dealing with the Harbolnas phenomenon is very important to avoid consumptive behavior.

Keywords: *compulsive behavior, Interpretative phenomenology, Harbolnas phenomenon*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
1.5.3 Kegunaan Sosial	8
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Konsep yang digunakan	13
2.2.1 Perilaku Konsumtif.....	13
2.2.2 <i>Impulsive Buying</i>	18
2.2.3 Perilaku <i>Compulsive Buying</i>	19
2.2.4 Generasi Z.....	20
2.2.5 Harbolnas	25
2.3 Alur Penelitian.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28

3.1 Paradigma Penelitian	28
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	28
3.3 Metode Penelitian.....	29
3.4 Key Informan	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Keabsahan Data	31
3.7 Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Subjek Penelitian	38
4.1.1 Partisipan 1 : AN	38
4.1.2 Partisipan 2 : VA	39
4.1.3 Partisipan 3 : KP	40
4.1.4 Partisipan 4 : HR.....	41
4.2 Hasil Penelitian.....	42
4.2.1 Tema-Tema Hasil Riset	42
4.2.2 Pola Pemaknaan Antarpengalaman	64
4.2.3 Tema Berulang.....	69
4.3 Pembahasan	70
4.3.1 Pandangan generasi z terhadap fenomena belanja harbolnas	72
4.3.2 Bentuk <i>consumptive & impulsive buying</i> generasi z pada <i>event</i> harbolnas	73
4.3.3 Faktor yang menyebabkan generasi z melakukan <i>Compulsive Buying</i> di <i>event</i> harbolnas	75
4.3.4 Pandangan generasi z dengan penerapan hidup <i>Compulsive Buying</i> ...	78
4.3.5 Pemaknaan sikap <i>Compulsive Buying</i> terhadap harbolnas	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Simpulan.....	81
5.2 Saran	81
5.2.1 Saran Akademis	82
5.2.2 Saran Praktis	82
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2.2 Lanjutan Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2.3 Perbedaan Generasi.....	20
Tabel 4.1 Tema-Tema Partisipan 1	43
Tabel 4.2 Tema-Tema Partisipan 2	48
Tabel 4.3 Tema-Tema Partisipan 3	53
Tabel 4.4 Tema-Tema Partisipan 4	59
Tabel 4.5 Pola Pemaknaan Antapengalaman	64
Tabel 4.6 Tabel Tema Berulang.....	69
Tabel 4.7 Tabel Ringkasan Tema.....	71

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rata-rata kunjungan situs <i>e-commerce</i> per bulan.....	4
Gambar 2.1 Alur Penelitian (Sumber: Dokumentasi pribadi).....	27
Gambar 4.1 <i>Member Platinum</i> Partisipan AN (Sumber: Dokumentasi pribadi) ..	38
Gambar 4.2 <i>Member Platinum</i> Partisipan VA (Sumber: Dokumentasi pribadi) ..	39
Gambar 4.3 <i>Member Platinum</i> Partisipan KP (Sumber: Dokumentasi pribadi)...	40
Gambar 4.4 <i>Member Platinum</i> Partisipan HR (Sumber: Dokumentasi pribadi) ..	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Transkrip Wawancara	87
Lampiran B Formulir Bimbingan Skripsi	113
Lampiran C Hasil Uji Plagiarisme	114
Lampiran D <i>Curriculum Vitae</i>	115

