

**PENGALAMAN GEN Z DALAM FOMSUMERISM FASHION
DAN BEAUTY : SEBUAH INTERPRETATIVE
PHENOMENOLOGICAL ANALYSIS**



SKRIPSI

Erika Aurelia Hendra

00000054237

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PENGALAMAN GEN Z DALAM FOMSUMERISM FASHION
DAN BEAUTY: SEBUAH INTERPRETATIVE
PHENOMENOLOGICAL ANALYSIS**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Erika Aurelia Hendra

00000054237

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Erika Aurelia Hendra

Nomor Induk Mahasiswa : 00000054237

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

**PENGALAMAN GEN Z DALAM FOMSUMERISM FASHION DAN
BEAUTY : SEBUAH INTERPRETATIVE PHENOMENOLOGICAL
ANALYSIS**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis , saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 Juli 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Erika Aurelia Hendra

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGALAMAN GEN Z DALAM FOMSUMERISM FASHION DAN
BEAUTY: SEBUAH INTERPRETATIVE PHENOMENOLOGICAL
ANALYSIS

Oleh

Nama : Erika Aurelia Hendra
NIM : 00000054237
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 15 Juli 2025

Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats
Wuryanta, S.S., M.Si.
0306067003

Intan Primadini, S.Sos., M.Si.
0326098501

Pembimbing

Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.
0306027102
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
0304078404

iii

Pengalaman Gen Z ..., Erika Aurelia Hendra, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erika Aurelia Hendra

NIM : 00000054237

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : PENGALAMAN GEN Z DALAM
FOMSUMERISM FASHION DAN
BEAUTY : SEBUAH INTERPRETATIVE
PHENOMENOLOGICAL ANALYSIS

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ 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 bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 17 Juni 2025



(Erika Aurelia Hendra)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“Pengalaman Gen Z dalam Fomsumerism Fashion dan Beauty : Sebuah Interpretative Phenomenological Analysis”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Penyusunan tugas akhir ini dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab akademik sekaligus sebagai sarana untuk mengembangkan wawasan dan pemahaman penulis terhadap fenomena yang diteliti. Dalam proses penyusunannya, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Hanif Suranto, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Ibu Intan Primadini, S.Sos., M.Si., selaku dosen penguji sidang skripsi yang telah memberikan masukan dan juga saran agar penelitian saya menjadi lebih baik.
6. Bapak Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta, S.S., M.Si., selaku ketua sidang skripsi yang telah memimpin jalannya sidang dan memberikan masukan serta saran agar skripsi saya dapat menjadi lebih baik.

7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Rekan-rekan dan teman-teman yang turut memberikan dukungan material dan moral.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa mendatang.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan kajian ilmiah, menjadi referensi bermanfaat bagi penelitian selanjutnya, dan menjadi bagian dari upaya memahami dinamika sosial yang terus berkembang di masyarakat.

Tangerang, 17 Juni 2025



(Erika Aurelia Hendra)



PENGALAMAN GEN Z DALAM FOMSUMERISM FASHION DAN BEAUTY : SEBUAH INTERPRETATIVE PHENOMENOLOGICAL ANALYSIS

Erika Aurelia Hendra

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah menciptakan tekanan sosial baru di kalangan generasi Z, khususnya dalam praktik konsumsi produk *fashion* dan *beauty*. Dalam konteks ini, muncul fenomena *fomsumerism*, yaitu kecenderungan untuk melakukan konsumsi yang didorong oleh rasa takut tertinggal atau *Fear of Missing Out* (FoMO). Fenomena ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi tidak lagi semata-mata didasarkan pada kebutuhan fungsional, melainkan berkaitan erat dengan dinamika emosional dan sosial di ruang digital. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Gen Z memaknai pengalaman mereka dalam menghadapi tekanan sosial yang berkaitan dengan FoMO, khususnya dalam konteks konsumsi *fashion* dan *beauty*. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA), data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan partisipan yang berasal dari rentang usia Gen Z. Hasil temuan menunjukkan bahwa *fomsumerism* dimaknai sebagai bentuk respon terhadap kecemasan emosional serta sebagai sarana dalam membangun citra diri dan koneksi sosial. Konsumsi diposisikan sebagai cara untuk memperoleh rasa memiliki, diterima, dan terhubung dengan lingkungan sosial digital. Keseluruhan pengalaman ini bersifat subjektif dan kontekstual, mencerminkan dinamika internal partisipan dalam menjawab tekanan sosial yang mereka rasakan.

Kata kunci: *fomsumerism*, FoMO, Gen Z, konsumsi *fashion* dan *beauty*, tekanan sosial digital

GEN Z'S EXPERIENCES IN FOMSUMERISM FASHION AND BEAUTY : AN INTERPRETATIVE PHENOMENOLOGICAL ANALYSIS

Erika Aurelia Hendra

ABSTRACT

The rise of social media has created new forms of social pressure among generation Z, particularly in their consumption of fashion and beauty products. Within this context, the phenomenon of fomsumerism has emerged a tendency to consume driven by the Fear of Missing Out (FoMO). This phenomenon reflects how consumption decision are no longer solely based on functional needs but are deeply intertwined with emotional and social dynamics in digital spaces. This study aims to explore how Gen Z makes sense of their experiences in facing sosial pressure related to FoMO, specifically in the context of fashion and beauty consumption. Using a qualitative approach and Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) method, data were collected through in-depth interviews with participants within the Gen Z age range. The findings reveal that fomsumerism is perceived as a response to emotional anxiety and as a means of constructing self-image and social connection. Consumption is positioned as a way to gain a sense of belonging, acceptance, and connection within digital social environments. These experiences are subjective and contextual, reflecting the internal dynamics of the participans in navigating the social pressures they encounter.

Keywords: fomsumerism, FoMO, Gen Z, fashion and beauty consumption, digital social pressure

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	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.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Akademis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
1.5.3 Kegunaan Sosial	10
1.5.4 Keterbatasan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	16
2.3 Landasan Konsep	19
2.4 Kerangka Pemikiran.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Paradigma Penelitian	25
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	27
3.3 Metode Penelitian	28
3.4 Pemilihan Informan	29

3.5	Teknik Pengumpulan Data	31
3.5.1.	Data Primer	32
3.6	Keabsahan Data	32
3.7	Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		37
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	37
4.2	Hasil Penelitian.....	39
4.2.1.	Tema-tema Hasil Riset	39
4.2.2.	Pola Pemaknaan Antarkasus / <i>Cross Case Analysis</i>	106
4.3	Pembahasan.....	124
4.3.1.	Pemaknaan Pengalaman Gen Z dalam <i>Fomsumerism</i>	127
4.3.2.	Media Sosial dalam Membangun <i>Fomsumerism</i>	133
4.3.3.	Pengaruh Sosial dan Profesional Terhadap <i>Fomsumerism</i>	137
4.3.4.	Dampak dan Kesadaran Reflektif Terhadap <i>Fomsumerism</i>	144
4.3.5.	Temuan Unik.....	151
4.3.6.	Kontribusi Penelitian Terhadap Penelitian Sebelumnya dan Pengembangan Konsep Terkait	153
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		157
5.1	Kesimpulan	157
5.2	Saran.....	158
5.2.1	Saran Akademis.....	158
5.2.2	Saran Praktis.....	158
5.2.3	Saran Sosial	158
DAFTAR PUSTAKA.....		160
LAMPIRAN.....		164

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.4.1 Daftar Informan.....	33
Tabel 4.2.1.1 Tema-Tema Partisipan 1.....	43
Tabel 4.2.1.2 Tema-Tema Partisipan 2.....	64
Tabel 4.2.1.3 Tema-Tema Partisipan 3.....	92
Tabel 4.2.2.1 Tema Master Antarkasus.	109
Tabel 4.3.1 Struktur Tema Master.....	128



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Screen Time Gen Z Indonesia dalam Menggunakan Media Sosial dalam Sehari.....	3
---	---



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin	176
Lampiran B Konsultasi Form.....	177
Lampiran C Lembar Persetujuan dan Transkrip.....	178

