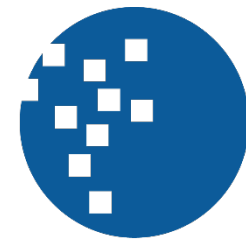


**STRATEGI KONTEN KREATOR @ITSCASRIANI DALAM
MEMPROMOSIKAN *MINDFUL CONSUMPTION* DI
KALANGAN GEN Z**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Novhie Iveren

00000064517

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

**STRATEGI KONTEN KREATOR @ITSCASRIANI DALAM
MEMPROMOSIKAN *MINDFUL CONSUMPTION* DI
KALANGAN GEN Z**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Novhie Iveren

00000064517

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Novhie Iveren

Nomor Induk Mahasiswa : 00000064517

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

**STRATEGI KONTEN KREATOR @ITSCASRIANI DALAM
MEMPROMOSIKAN *MINDFUL CONSUMPTION* DI KALANGAN GEN Z**

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 maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 Juni 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Novhie Iveren)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**STRATEGI KONTEN KREATOR @ITSCASRIANI DALAM
MEMPROMOSIKAN *MINDFUL CONSUMPTION* DI KALANGAN GEN Z**

Oleh

Nama : Novhie Iveren

NIM : 00000064517

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 14 Juli 2025

Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Theresia Lavietha Vivrie Lolita, M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Penguji



Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc.
NIDN 0324098002

Pembimbing



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novhie Iveren

NIM : 00000064517

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Strategi Konten Kreator @itscasriani dalam Mempromosikan *Mindful Consumption* di Kalangan Gen Z

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



(Novhie Iveren)

* 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 syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas nikmat dan karuniaNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Konten Kreator @itscasriani dalam Mempromosikan *Mindful Consumption* di Kalangan Gen Z” dengan tepat waktu untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi dari Universitas Multimedia Nusantara.

Selama proses penyelesaian laporan skripsi ini, saya mendapat banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan ini, saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., 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. Bapak Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta, S.Si., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, M.I.Kom selaku ketua sidang dan Bapak Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Para informan yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk melakukan proses wawancara dengan saya.
8. Teman-teman yang terus mendukung dalam proses penyelesaian skripsi ini dari awal hingga akhir.

Semoga karya ilmiah ini dapat berguna sebagai sumber informasi, referensi, maupun inspirasi bagi para pembaca yang tertarik dalam kajian serupa.

Tangerang, 17 Juni 2025



(Novhie Iveren)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

STRATEGI KONTEN KREATOR @ITSCASRIANI DALAM MEMPROMOSIKAN MINDFUL CONSUMPTION DI KALANGAN GEN Z

Novhie Iveren

ABSTRAK

Kesadaran akan keberlanjutan menjadi kunci dalam mencapai pembangunan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan. Di tengah tren konsumsi berlebihan yang dipengaruhi oleh media sosial, generasi z sering terjebak dalam perilaku impulsif dan FOMO (*Fear of Missing Out*), yang mendorong konsumsi yang tidak perlu. *Mindful consumption* muncul sebagai respons untuk mengurangi dampak negatif ini, mengajak konsumen untuk lebih sadar dalam membuat keputusan konsumsi yang bertanggung jawab. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana penerapan strategi konten yang digunakan @itscasriani untuk mendorong *mindful consumption* di kalangan generasi z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konten @itscasriani untuk mendorong *mindful consumption* di kalangan generasi z adalah strategi konten berbasis edukatif dan *storytelling* yang memadukan nilai keberlanjutan dengan pendekatan personal dan *relatable*. Strategi ini diwujudkan melalui pemilihan topik yang relevan dengan keseharian audiens, penyampaian pesan secara visual dan naratif, serta konsistensi dalam menyuarakan nilai-nilai anti-overconsumption. Melalui platform seperti TikTok dan Instagram, @itscasriani berhasil membangun kesadaran kritis terhadap budaya konsumsi impulsif dan mendorong audiens untuk melakukan refleksi terhadap kebiasaan belanja mereka, yang dalam jangka panjang memengaruhi perubahan pola pikir dan perilaku konsumsi secara positif.

Kata kunci: FOMO, *Mindful Consumption*, *Overconsumption*, Strategi Konten

CONTENT CREATOR @ITSCASRIANI'S STRATEGY IN PROMOTING MINDFUL CONSUMPTION AMONG GEN Z

Novhie Iveren

ABSTRACT

Awareness of sustainability is key to achieving sustainable social and economic development. Amidst the trend of excessive consumption influenced by social media, Generation Z is often caught up in impulsive behavior and FOMO (Fear of Missing Out), which drives unnecessary consumption. Mindful consumption has emerged as a response to reduce these negative impacts, encouraging consumers to be more conscious in making responsible consumption decisions. This study aims to explore the content strategies used by @itscasriani to promote mindful consumption among Generation Z. The results show that the most effective content strategy employed by @itscasriani to encourage mindful consumption among Generation Z is an educational and storytelling-based approach that combines sustainability values with a personal and relatable style. This strategy is realized through the selection of topics relevant to the audience's daily lives, the delivery of messages through visual and narrative means, and consistency in advocating anti-overconsumption values. Through platforms like TikTok and Instagram, @itscasriani has successfully raised critical awareness of impulsive consumption culture and encouraged audiences to reflect on their shopping habits, which, in the long term, positively influences changes in consumption mindset and behavior.

Keywords: FOMO, Mindful Consumption, Overconsumption, Content Strategy

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

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	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Akademis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
1.5.3 Kegunaan Sosial.....	8
1.5.4 Keterbatasan Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	23
2.2.1 <i>Digital Marketing Theory</i>	23
2.3 Landasan Konsep.....	25
2.3.1 <i>Content Marketing</i>	25
2.3.2 Perencanaan Strategi Konten	29
2.3.3 <i>Content Creator</i>	32
2.3.4 <i>Media Sosial</i>	34

2.3.5.	<i>Overconsumption</i>	35
2.3.6.	<i>Mindful Consumption</i>	37
2.3.7.	Generasi z.....	39
2.4	Kerangka Pemikiran	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		42
3.1	Paradigma Penelitian	42
3.2	Jenis dan Sifat Penelitian.....	44
3.3	Metode Penelitian.....	45
3.4	Pemilihan Informan	46
3.5	Teknik Pengumpulan Data	47
3.6	Keabsahan Data	48
3.7	Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	51
4.1.1.	Subjek Penelitian.....	51
4.1.2.	Objek Penelitian	52
4.2	Hasil Penelitian.....	53
4.2.1.	Perilaku <i>Overconsumption</i>	53
4.2.2.	<i>Mindful Consumption</i>	57
4.2.3.	Strategi Konten Kreator @itscasriani dalam Mempromosikan <i>Mindful Consumption</i>	61
4.3	Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		71
5.1.	Kesimpulan.....	71
5.2.	Saran	71
5.2.1.	Saran Akademis	71
5.2.2.	Saran Praktis.....	72
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN.....		77

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2. 2 Tabel Penelitian Terdahulu (Lanjutan)	20
Tabel 3. 1 Daftar Informan.....	47



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Visualisasi Korelasi Elemen <i>Mindful Consumption</i>	38
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	40



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Turnitin.....	77
Lampiran B Konsultasi Form.....	78
Lampiran C Lembar Persetujuan (Consent Form).....	79
Lampiran D Pedoman Wawancara.....	83
Lampiran E Transkrip Wawancara.....	85
Lampiran F Coding	128
Lampiran G Dokumen Wawancara.....	142

