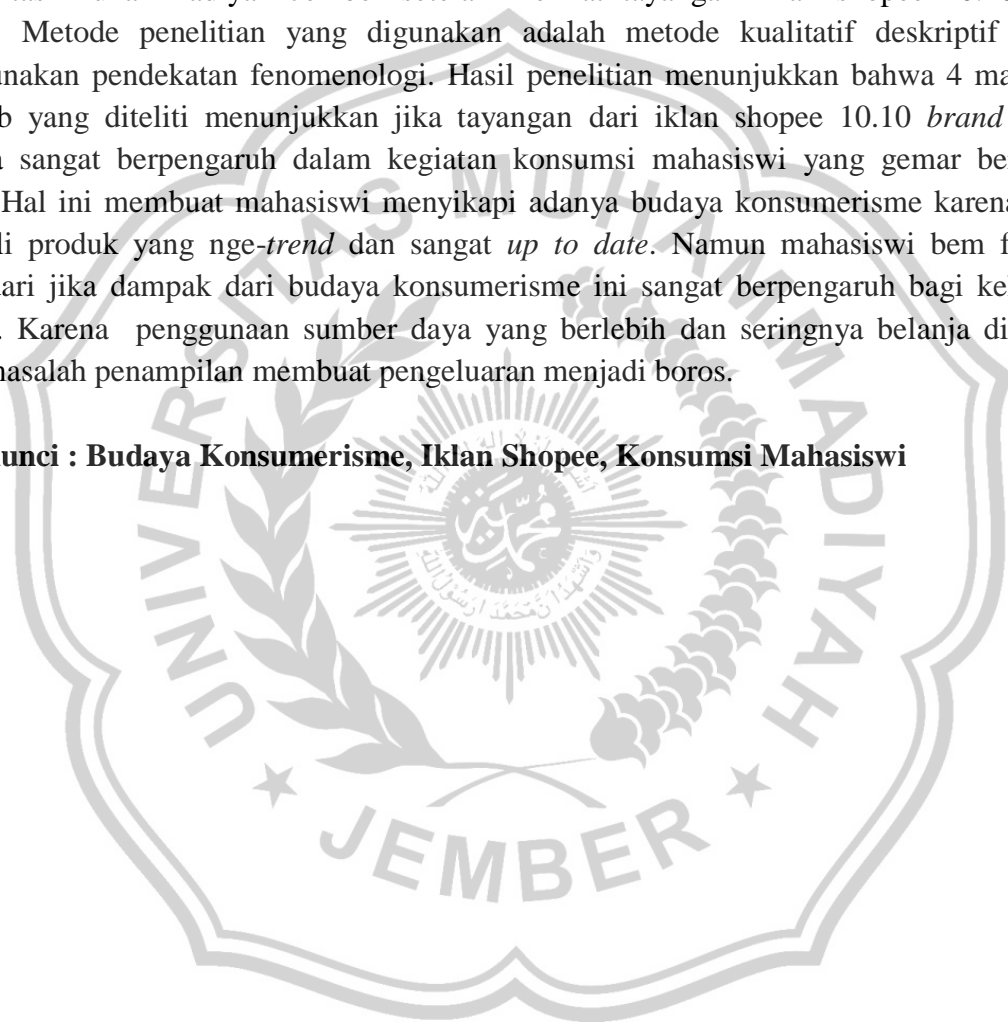


ABSTRAK

Budaya konsumerisme membentuk perilaku atau kegiatan konsumsi mahasiswi yang mengarah pada pemborosan serta penggunaan sumber daya yang berlebih. Situasi ini menjadi hal yang tidak asing lagi bagi mahasiswi yang peka terhadap perubahan gaya hidup seiring dengan kemajuan teknologi. Kebanyakan mahasiswi sering belanja *online* karena tergiur akan produk yang *trendy* pada iklan shopee. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang budaya konsumerisme dan dampak dari budaya konsumerisme bagi mahasiswi BEM FEB Universitas Muhammadiyah Jember setelah melihat tayangan iklan shopee 10.10 *brand festival*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 4 mahasiswi bem feb yang diteliti menunjukkan jika tayangan dari iklan shopee 10.10 *brand festival* ternyata sangat berpengaruh dalam kegiatan konsumsi mahasiswi yang gemar berbelanja *online*. Hal ini membuat mahasiswi menyikapi adanya budaya konsumerisme karena sering membeli produk yang *nge-trend* dan sangat *up to date*. Namun mahasiswi bem feb juga menyadari jika dampak dari budaya konsumerisme ini sangat berpengaruh bagi kehidupan mereka. Karena penggunaan sumber daya yang berlebih dan seringnya belanja di shopee untuk masalah penampilan membuat pengeluaran menjadi boros.

Kata Kunci : Budaya Konsumerisme, Iklan Shopee, Konsumsi Mahasiswi



ABSTRACT

The consumerism culture shapes the behavior or consumption activities of female students which lead to waste and excessive use of resources. This situation is familiar to female students who are sensitive to changes in lifestyle along with advances in technology. Most female students often shop online because they are tempted by trendy products in Shopee advertisements. The purpose of this study was to find out about consumerism culture and the impact of consumerism culture on BEM FEB students at Muhammadiyah University of Jember after seeing advertisements for the Shopee 10.10 brand festival. The research method used is descriptive qualitative method using a phenomenological approach. The results showed that the 4 bem feb students who were studied showed that impressions of the Shopee 10.10 brand festival advertisement were very influential in the consumption activities of female students who liked to shop online. This makes female students respond to the existence of a consumerist culture because they often buy products that are trendy and very up to date. But bem feb students also realize that the impact of this consumerism culture is very influential for their lives. Due to the excessive use of resources and frequent shopping at the shopee for appearance problems, spending is wasteful.

Keywords: *Consumerism Culture, Shopee Advertising, Student Consumption*

