

**KONSUMERISME MELALUI MEDIA *E-COMMERCE*
PADA KALANGAN GENERASI Z
DI KOMPLEKS GRIYA BANDUNG ASRI II
BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
Guna mencapai Gelar Sarjana
Program Studi Antropologi Budaya



**LIVIA VICTORIA SENDUK
NIM 213233100**

**FAKULTAS BUDAYA DAN MEDIA
INSTITUT SENI BUDAYA INDONESIA BANDUNG
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah
Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



Neneng Yanti Khozanatu L., Ph. D
NUPTK 5645755656237092

Pembimbing Pendamping



Rufus Goang Swaradesy, M. Phil.
NUPTK 4550767668130263

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Antropologi Budaya
Fakultas Budaya dan Media



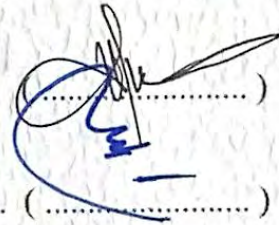
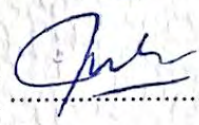
Dr. Imam Setyobudi, S.Sos., M.Hum.
NIP 197201252006041001

KONSUMERISME MELALUI MEDIA *E-COMMERCE*
PADA KALANGAN GENERASI Z
DI KOMPLEKS GRIYA BANDUNG ASRI II BANDUNG

Disusun oleh:
LIVIA VICTORIA SENDUK
NIM 213233100

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
Pada tanggal 3 Juni 2025

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji	: Dra. Sriati Dwiatmini, M.Hum. NUPTK 8838743644230102	
Sekretaris	: Neneng Yanti K. L., M.Hum., Ph.D. (.....) NUPTK 5645755656237092	
Anggota	: Khoirun Nisa Aulia S., S.Ant., M.Si. (.....) NUPTK 5348772673230233	

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat kelulusan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Bandung, 10 Juni 2025

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Budaya dan Media

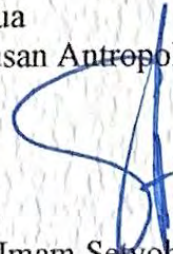
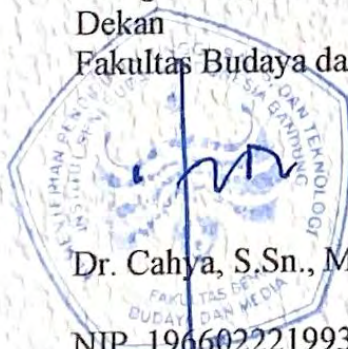
Dr. Cahya, S.Sn., M.Hum.

NIP. 196602221993031001

Ketua
Jurusan Antropologi Budaya

Dr. Imam Setyobudi, S.Sos.,
M.Hum.

NIP. 197201252006041001



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Konsumerisme melalui Media *E-commerce* pada Kalangan Generasi Z di Kompleks Griya Bandung Asri II Bandung” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya tulis saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Bandung, 3 Juni 2025

Yang membuat Pernyataan



Livia Victoria Senduk
NIM. 213233100

ABSTRAK

Hadirnya *e-commerce* atau platform belanja digital memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk dapat berbelanja kebutuhannya tanpa dibatasi waktu dan tempat. Namun, di sisi lain, hal ini telah mendorong terjadinya perilaku konsumtif, khususnya di kalangan Generasi Z yang memiliki keterikatan kuat dengan teknologi atau sering disebut sebagai *digital native*. Penelitian ini mengkaji fenomena konsumerisme digital yang terjadi pada kalangan Generasi Z di Kompleks Griya Bandung Asri II, Kabupaten Bandung, dengan menggunakan kerangka teori *Liquid Consumerism* dari Bauman (2000). Fokus utama penelitian adalah bagaimana perilaku konsumtif melalui platform *e-commerce* membentuk identitas, gaya hidup, serta memengaruhi kesejahteraan individu dan keluarga. Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan material, tetapi juga sebagai sarana ekspresi diri dan komunikasi sosial yang terus berubah sesuai dinamika masyarakat yang bersifat cair. *E-commerce* berperan sebagai ruang sosial dan rekreasional yang mendorong perilaku konsumtif, yang berujung pada pengeluaran impulsif dan tekanan ekonomi, terutama bagi mereka yang masih bergantung pada pendapatan keluarga. Fenomena ini mencerminkan orientasi konsumsi jangka pendek yang menjadi ciri khas masyarakat konsumen cair, serta tantangan dalam mengelola keuangan pribadi dan keluarga.

Kata Kunci: Konsumerisme, Generasi Z, *e-commerce*, *liquid consumerism*

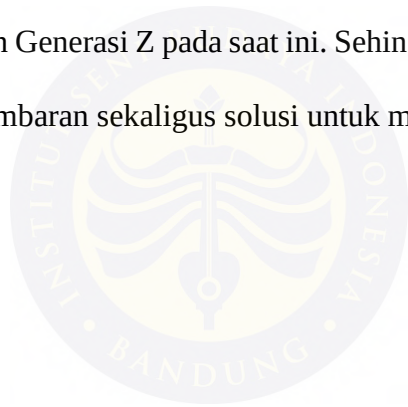
ABSTRACT

The presence of e-commerce or digital shopping platforms makes it easy for people to shop for their needs without being limited by time and place. However, on the other hand, this has encouraged consumptive behavior, especially among Generation Z who have a strong attachment to technology or often called digital natives. This research examines the phenomenon of digital consumerism among Generation Z in Griya Bandung Asri II Complex, Bandung Regency, using Bauman's (2000) Liquid Consumerism theoretical framework. The main focus of the research is how consumptive behavior through e-commerce platforms shape identity, lifestyle, and affects individual and family welfare. The type of research used in this study is a descriptive method using a qualitative approach with in-depth interviews. The results show that consumption not only functions as a fulfillment of material needs, but also as a means of self-expression and social communication that continues to change according to the dynamics of a fluid society. E-commerce acts as a social and recreational space that encourages consumptive behavior, which leads to impulsive spending and economic pressure, especially for those who still depend on family income. This phenomenon reflects the short-term consumption orientation that characterizes a liquid consumer society, as well as the challenges of managing finances.

Key Words: Consumerism, Z Generation, e-commerce, liquid consumerism

KATA PENGANTAR

Segala puji, hormat, dan syukur kita hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, yang selalu menyertai kehidupan, usaha, pekerjaan, maupun akademik kita setiap harinya. Pada akhirnya, hari ini peneliti dapat membuat dan menyelesaikan naskah usulan penelitian, yang peneliti beri judul “Konsumerisme Pada Kalangan Generasi Z di Kompleks Griya Bandung Asri II Bandung”. Pada penulisan naskah usulan penelitian ini, peneliti berfokus pada aspek atau kebiasaan konsumerisme pada kalangan Generasi Z. Apa dan bagaimana pengaruh konsumerisme terhadap perilaku dan kebiasaan Generasi Z pada saat ini. Sehingga diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran sekaligus solusi untuk mengatasi fenomena ini.



UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan naskah usulan penelitian ini, peneliti memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Retno Dwimarwati, S.Sen., M.Hum. selaku Rektor Institut Seni Budaya Indonesia, Bandung.
2. Dr. Cahya, S.Sn., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Budaya dan Media Institut Seni Budaya Indonesia, Bandung.
3. Dr. Imam Setyobudi, S.Sos., M.Hum. selaku Ketua Jurusan Antropologi Budaya, yang tentunya turut memberikan bimbingan, arahan, dan masukan bagi peneliti dalam proses pembuatan naskah penelitian ini.
4. Ibu Neneng Yanti Khozanatu Lahpan, M.Hum., Ph.D. selaku pembimbing utama sekaligus pengajar peneliti yang telah memberikan bantuan kepada Peneliti melalui proses bimbingan dan sekaligus memberi arahan kepada peneliti, agar naskah penelitian ini dapat diselesaikan dengan hasil yang sangat baik, berkualitas tinggi, bermanfaat, dan sangat memuaskan. Tiada habisnya penulis mengucapkan terima kasih atas seluruh bantuan yang telah diberikan. Meskipun ditengah kesibukan, selalu menyempatkan waktunya untuk memberi arahan terhadap seluruh anak bimbingannya. Terima kasih banyak Ibu, penulis selalu mendoakan yang terbaik, dan semoga Maha Pencipta membalaskan kerja keras Ibu berkali-kali lipat. Meskipun penulis baru dapat mengenal Ibu di waktu yang sangat singkat, namun harus diakui, saya sayang Ibu!<3

5. Bapak Rufus Goang Swaradesy, M.Hum. selaku pembimbing kedua sekaligus dosen wali peneliti yang senantiasa sabar menuntun jalan peneliti dari awal memasuki perguruan tinggi bahkan hingga akhir peneliti menyusun skripsi. Naskah ini dapat diselesaikan dengan baik dari banyak bantuan, bimbingan juga arahan Bapak. Terima kasih karena telah selalu peduli dengan anak wali Bapak yang masih banyak kurangnya ini. Penulis selalu berharap dan mendoakan Bapak agar seluruh hal baik senantiasa memenuhi kehidupan Bapak sebagai orang yang sangat baik ini!
6. Ibu Yuyun Yuningsih, M.Hum. selaku dosen pengajar yang selalu senantiasa menaruh rasa kepedulian kepada penulis layaknya Ibu sendiri, yang tiada hentinya menanyakan kabar maupun progress penulis dengan senyuman hangat dan dukungan yang membangun rasa semangat penulis, sedari penulis memasuki jenjang pendidikan dibawah naungan beliau. Terima kasih sebanyak-banyaknya Ibu. Penulis selalu mendoakan yang terbaik untuk Ibu beserta seluruh keluarga besar. Mungkin penulis belum bisa membalaskan kebaikan Ibu, namun penulis dapat dengan yakin mengatakan bahwa Sang Maha Penguasa akan selalu memberi hal baik kepada Ibu beserta seluruh keluarga besar.
7. Seluruh dosen pengajar di Sivitas Akademika Fakultas Budaya dan Media Institut Seni Budaya Indonesia Bandung yang turut membantu Peneliti dalam memberikan gambaran, pemahaman, serta ilmu yang sangat berguna dan bermanfaat baik di bidang Antropologi Budaya maupun bidang-bidang yang bertalian dengan konsentrasi Fakultas Budaya dan Media Institut Seni Budaya Indonesia, Bandung.

8. Seluruh angkatan 21 Prodi Antropologi Budaya, terkhusus kepada para penghuni Situ Emuh yang selalu senantiasa membuka pintu. Juga yang telah berkali-kali membuat wacana sebagai “*reward*” yang tak kunjung terlaksana itu. Terimakasih telah berjuang bersama menuju S.Sos. Mari *fullteam* wisuda di gelombang 1! Ps: jangan lupa undang aku ya kalau mau nikah :p
9. Manusia alien, yang senantiasa menemani penulis dengan penuh ketulusan baik dalam suka dan duka. Terimakasih telah selalu mendengar keluh kesah tidak penting dari mulut ini, kapanpun dan dimanapun. Jangan pernah canggung untuk pertemuan-pertemuan selanjutnya, dip!
10. Seluruh teman-teman dekatku, bahkan teman sedari masa kecilku, sekalipun jalan yang kita tempuh berbeda, namun aku senantiasa berdoa yang terbaik, agar kalian selalu mendapat apa yang kalian doakan. Mungkin kesibukan telah mengunjungi diri kalian, *but, i miss u so much, i really do. Hoping* kita bisa kembali merasakan masa-masa bahagia itu. Btw, aku lulus nih ges, cepet pada nyusul :p, ily key, jes, cik, jos, yon, yow, gi, ding, n po!
11. Sushi gurls yang sulit ditemui, dan hanya bisa ditemui saat *hunting* promo sushi. Tahun ini sarjana semua kan? Semoga kesibukan tidak melanda kehidupan kalian lebih lagi agar kesempatan berburu promo itu bertambah lebih banyak. Terkhusus, liburan kita yang tak pernah jadi itu sangatlah wajib untuk terlaksana di tahun ini. *U know i'll always love u* kan, para biduanku? *Last*, semoga sandra langgeng seumur hidup n uwi dapet walid, gasabar mau kondangan.
12. Papi dan Mami, Ci Filia, Kak Octria, juga Ko Kelvin yang selalu mendorong, mendukung, mendoakan, terkhusus terimakasih karena selalu mengerti peneliti

bagaimanapun keadaannya. Peneliti bisa bangkit dari titik terendah hingga saat ini hanya karena *support* dan doa yang selalu kalian berikan.

13. Satu-satunya individu yang telah datang mengetuk pintu hati penulis, yang kemudian dapat masuk dengan mudahnya. Seseorang yang selalu senantiasa menawarkan bahu tak lupa dengan pelukan hangat ditengah pergantian musim dalam hati penulis, baik di dalam suka maupun duka. Tak hentinya memberi kebahagiaan, kekeluargaan, bahkan mengusahakan segala yang terbaik untuk memberikan seluruh kemudahan dan kenyamanan bagi penulis. Terimakasih atas semua perhatian, bantuan, juga dukungan yang telah diberikan kepada penulis, baik material maupun emosional, afirmasi maupun validasi, bahkan waktu dan uang yang telah keluar tanpa perhitungan. Tiada kata yang cukup untuk mengungkapkan besarnya rasa terimakasihku. Tidak sabar menjalani kehidupan yang tiada akhir ini bersamamu, sayang. *I'll always love u bebe, for now and forever*, Albert Januar Christian!

14. Terkhusus untuk satu Pribadi yang senantiasa menggendong, menanggung, bahkan memikul seluruh kehidupanku sejak didalam kandungan hingga datang masa putih rambutku bahkan hingga Ia kembali memanggilku ke dalam pelukan-Nya demi memberikan keselamatan yang kekal kepadaku. Hanya Dia lah yang dapat mengerti dan menuntun setiap langkah penulis. Sekalipun seluruh manusia bahkan ayah dan ibuku meninggalkan aku, namun Dia, Tuhan Yesus Kristus akan selalu menyambut aku. “Sampai masa putih rambutmu Aku tetap Dia, dan sampai masa putih rambutmu Aku menggendong kamu. Aku telah

melakukannya dan mau menanggung kamu terus. Aku mau memikul kamu dan menyelamatkan kamu” (Yesaya 46:4).

Serta semua pihak yang membantu dalam penyelesaian naskah skripsi yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu namanya.

Tak ada gading yang tak retak, dari peribahasa tersebut peneliti menyadari banyak kekurangan dalam penyusunan naskah usulan penelitian ini baik dalam hal isi, sistematika naskah usulan penelitian, maupun penulisan, maka dari itu Peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga naskah usulan penelitian yang telah dibuat ini dapat berguna bagi semua pihak.



Bandung, 19 Mei 2025
Peneliti

Livia Victoria Senduk
NIM. 213233100

DAFTAR ISI

COVER	1
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Konsumerisme	13
2.2 Generasi Z	23
2.3 <i>E-commerce</i>	28
2.4 Landasan Teori.....	33
2.5 Kerangka Pemikiran.....	42
BAB III.....	48
METODE PENELITIAN	48
3.1 Lokasi Penelitian.....	48
3.2 Jenis Penelitian.....	48
3.3 Dataset Penelitian.....	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1 Studi Pustaka.....	50
3.4.2 Studi Lapangan.....	50
3.4.3 Instrumen Penelitian.....	52

3.5	Teknik Analisis Data.....	53
3.6	Teknis Uji Validitas Data.....	54
BAB IV		56
PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z		56
MELALUI E-COMMERCE		56
4.1	Bandung dan Fenomena Konsumerisme di Kalangan Generasi Z.....	56
4.1.1	Kota Bandung Sebagai Kota Metropolitan	60
4.1.2	Tren dan Gaya Hidup Masyarakat Perkotaan di Kota Bandung ...	63
4.1.3	Profil Komplek Griya Bandung Asri II.....	65
4.2	Konsumerisme Digital pada Generasi Z di Kota Bandung.....	66
4.2.1	<i>Platform e-commerce</i> sebagai Ruang Konsumsi	70
4.2.2	Komoditas Paling Dicari Pada <i>Platform e-commerce</i>	76
4.3	Perilaku Konsumerisme dalam Fenomena Konsumsi Temporer.....	80
4.3.1	Konsumsi antara Keinginan dan Kebutuhan.....	84
4.3.2	Fluiditas Identitas: Konsumsi sebagai Citra Diri Generasi Z.....	89
4.3.3	Konsumsi sebagai Ekspresi dan Kepercayaan Diri.....	93
4.4	Dampak Fenomena Konsumerisme pada Kalangan Generasi Z.....	95
4.4.1	Konsumerisme Digital sebagai Gaya Hidup	97
4.4.2	Adaptasi dan Rasionalisasi dalam Konsumsi.....	99
4.4.3	Dampak Konsumerisme Digital pada Kesejahteraan Keluarga	101
BAB V		105
SIMPULAN		105
5.1	Simpulan	105
5.2	Saran.....	107
5.3	Rekomendasi	108
DAFTAR PUSTAKA		110
LAMPIRAN		115
	Lampiran 1	115
	Daftar Informan.....	115
	Lampiran 2	116
	Pedoman Wawancara	116
	RIWAYAT HIDUP	119

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna <i>e-commerce</i> di Indonesia periode 2020-2029	3
Gambar 1.2 Proporsi Jumlah Transaksi <i>e-commerce</i> Berdasarkan Kelompok Usia Tahun 2020-2022	4
Gambar 4.1 Denah Kota Bandung	57
Gambar 4.2 Proporsi Jumlah Transaksi <i>E-commerce</i> Berdasarkan Kelompok Usia	69
Gambar 4.3 Top 10 Produk Terlaris di <i>Shopee</i>	77

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1 <i>Dataset</i> Penelitian	49
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Kota Bandung Tahun 2022-2023	58



DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	47
--	----

