

**SKRIPSI**

**DARI *SHOPAHOLIC* MENJADI *SHOPEHOLIC* : PROMOSI  
SHOPEE DI KALANGAN MAHASISWI FISIP  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**



**AISYAH RIZKI NURALVANI**

**2010415320042**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

**2025**



**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**DARI SHOPAHOLIC MENJADI SHOPEHOLIC: PROMOSI SHOPEE DI  
KALANGAN MAHASISWI FISIP UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

Disusun dan diajukan oleh:

**AISYAH RIZKI NURALVANI  
2010415320042**

Dinyatakan lulus dengan nilai 82 (A) dalam ujian mempertahankan skripsi  
Tingkat Sarjana (S1) Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, pada tanggal: 16 Desember 2025

Menyetujui,  
Pembimbing,

**Khairussalam, S. Ag., M. Si**  
NIP. 19750307200812003

Penguji 1,

**Dr. Sri Hidayah, S. Pd., M. Sc**  
NIP. 19729523201801204001

Penguji 2,

**Dr. Varinia Pura Damaiyanti, S. Sos., M. Si**  
NIP. 198209012006042001

Dekan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Lambung Mangkurat

**Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.**  
NIP. 197301221998021001

Ketua Progam Studi Sosiologi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Lambung Mangkurat

**Ismat Hanfid, S. S., M. Si**  
NIP. 198511162019031006

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Aisyah Rizki Nuralvani  
Nomor Induk Mahasiswa : 2010415320042  
Program Studi : Sosiologi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul,

### **DARI *SHOPAHOLIC* MENJADI *SHOPEHOLIC* : PROMOSI SHOPEE DI KALANGAN MAHASISWI FISIP UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

Merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan peraturan yang mengaturnya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, tanpa paksaan dan intimidasi dari pihak manapun.

Banjarmasin, 9 Januari 2026

Yang menyatakan,



**Aisyah Rizki Nuralvani**  
NIM. 2010415320042

## BERITA ACARA SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,  
DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Selasa, 16 Desember 2025 Pukul 10,30 WITA, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan Surat Tugas Nomor: 7257 / UN8.1.13/KP.10.00/2025 Tanggal 17 Desember 2025 untuk menguji skripsi :


Nama : Aisyah Rizki Nuralvani  
NIM : 2010415320042  
Jurusan/Program Studi : Sosiologi  
Judul Skripsi : Dari Shopaholic Menjadi Shopeholic : Promosi Shopee di Kalangan Mahasiswi FISIP Universitas Lambung Mangkurat  
Tempat Ujian : Ruang Baca Sosiologi  
Waktu Ujian : 10,30 WITA s/d Selesai  
Nilai : 82 (A)  
Dinyatakan : Lulus / ~~Erat Lulus~~



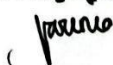
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN  
Pada Tanggal : 16 Desember 2025

-----  
Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

  
Aisyah Rizki Nuralvani

1. Ketua : Khairussalam, S.Ag, M.Si (  )
2. Sekretaris : Dr. Sri Hidayah S.Pd, M.Sc.. (  )
3. Anggota : Dr. Varinia Pura Damaiyanti, S.Sos M.Si (  )

Mengetahui/membenarkan :

a.n Dekan  
Kampus Fakultas Sosiologi



Ismael Haid, S.S., M.Si.  
NIP. 198511162019031006

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah Swt. Karena dengan limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya jualah akhirnya penulis dapat menyelesaikan pembuatan dan penyusunan skripsi ini dengan judul “Perilaku *Shopaholic*: Promosi Shopee Di Kalangan Mahasiswi Fisip Universitas Lambung Mangkurat”

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak sekali mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, pemikiran, nasihat dan petunjuk. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih baik secara langsung maupun tidak langsung dari penyelesaian hasil skripsi ini. Ucapan terima kasih kepada :

- 1) Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk untuk melaksanakan studi di Universitas Lambung Mangkurat.
- 2) Ismar Hamid, S.S., M.Si selaku ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
- 3) Khairussalam, S.Ag., M.Si. selaku pembimbing yang telah memberikan masukan, saran dan arahan kepada penulis sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan.
- 4) Dr. Sri Hidayah, M.Sc., dan Dr. Varinia Pura Damayanti, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji skripsi yang turut membimbing, memberikan kritik dan saran penulis dalam penyusunan skripsi.
- 5) Seluruh dosen Program Studi Sosiologi Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
- 6) Kepada yang terkasih kedua orang tua saya Mama dan Ayah, serta adik- adik saya yang tidak ada hentinya memberi dukungan moral maupun finansial, dorongan, kasih sayang serta doa untuk kemudahan dan kelancaran penulis dalam penyelesaian skripsi ini dengan baik.
- 7) Kepada sahabat saya Ervina Ariesandy, Maulidah, Seri Rahmah Ahyuni,

Agisna Insyiroh dan Alyaa Salma, terimakasih sudah sangat memberikan motivasi terhadap penulis, menjadi tempat curhat, menjadi penghibur dan selalu memberikan dukungan kapanpun dan dimanapun.

- 8) Kepada Fardin, Dimas, Aisyah, Dari dan Grace yang selalu siap membantu selama perkuliahan dan di luar perkuliahan, terima kasih sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi dan memberikan semangat agar penulis cepat menyelesaikan tugasnya dalam mengerjakan skripsi.
- 9) Semua teman-teman penulis selama perkuliahan di Sosiologi angkatan 2020 yang selalu saling dukung dan memberikan semangat serta bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 10) Terima kasih kepada semua informan yang telah bersedia memberikan waktunya untuk saya wawancarai dan memberikan jawaban-jawaban yang dapat melengkapi penelitian ini.
- 11) Terakhir, terima kasih untuk diri saya sendiri, Aisyah Rizki Nuralvani karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Terima kasih sudah mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan yang terjadi di luar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena telah menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Banjarmasin, 16 Desember 2025

Aisyah Rizki Nuralvani

## ABSTRAK

**Aisyah Rizki Nuralvani, 2025.** Dari *Shopaholic* Menjadi *Shopeholic*: Promosi Shopee Di Kalangan Mahasiswi Fisip Universitas Lambung Mangkurat. Skripsi, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat. (Di bawah bimbingan Khairussalam, S.Ag., M.Si).

Fenomena promosi yang gencar dilakukan oleh *platform* e-commerce Shopee telah menjadi salah satu faktor pendorong meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, khususnya mahasiswi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui jenis-jenis perilaku *shopaholic* yang terbentuk, faktor-faktor dan penyebab yang mempengaruhi. Penelitian ini berlokasi di Universitas Lambung Mangkurat dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan meliputi teori konsumerisme Jean Baudrillard dan teori efek media. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap sejumlah informan yang merupakan mahasiswi aktif pengguna Shopee, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini peneliti dapat menemukan beberapa alasan mengenai terjadinya perilaku *shopaholic* pada pengguna aplikasi shopee dikalangan mahasiswi. Kecanduan belanja yang disebabkan oleh promosi yang ditawarkan shopee melalui diskon, *voucher*, gratis ongkir, dan promosi influencer, secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswi. Bentuk perilaku *shopaholic* yang ditemukan antara lain : *shopaholic* pemburu *image*, *shopaholic* diskonan, dan *shopaholic* kompulsif. Faktor pemicu meliputi pengaruh media sosial, tren *fashion*, kemudahan akses aplikasi, serta strategi pemasaran Shopee.

**Kata kunci** : Shopee, *Shopaholic*, Promosi, Teori Konsumerisme, Teori Efek Media

## **ABSTRACT**

**Aisyah Rizki Nuralvani, 2025.** *From Shopaholic to Shopeholic: Shopee Promotion Among Fisip Students of Lambung Mangkurat University. Thesis, Sociology Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Lambung Mangkurat University. (Under the guidance of Khairussalam, S.Ag., M.Si).*

*The phenomenon of aggressive promotion carried out by the Shopee e-commerce platform has become one of the driving factors for the increase in consumptive behavior among students, especially female students. The purpose of this study is to find out the types of shopaholic behaviors that are formed, the factors and causes that influence. This research is located at Lambung Mangkurat University using a qualitative descriptive approach. The theories used include Jean Baudrillard's theory of consumerism and the theory of media effects. Data collection was carried out through in-depth interviews with a number of informants who are active students of Shopee users, observation, and documentation. Data analysis used the Miles and Huberman interactive model.*

*The results of this study can be found several reasons for the occurrence of shopaholic behavior in Shopee application users among female students. Shopping addiction caused by promotions offered by Shopee through discounts, vouchers, free shipping, and influencer promotions, significantly affects the consumption behavior of female students. The forms of shopaholic behavior found include: image hunter shopaholic, discount shopaholic, and compulsive shopaholic. Triggering factors include the influence of social media, fashion trends, ease of access to applications, and Shopee's marketing strategy.*

**Keywords :** *Shopee, Shopaholic, Promotion, Consumerism Theory, Media Effects Theory*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
BERITA ACARA SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Review Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Uraian Konseptual .....	13
2.2.1 Promosi.....	13
2.2.2 Shopee.....	16
2.2.3 Perilaku Konsumtif.....	18
2.2.4 <i>Shopaholic</i> .....	20
2) Jenis-Jenis <i>Shopaholic</i> .....	22
2.3 Landasan Teori .....	23
2.3.1 Teori Jean Baudrillard.....	23
2.3.2 Teori Efek Media ( <i>Cultivation Theory</i> ) .....	26
2.4 <i>State Of The Art</i> .....	29
BAB III METODE PENELITIAN .....	31
3.1 Pendekatan Penelitian .....	31

3.2	Jenis Penelitian .....	32
3.3	Waktu dan Lokasi Penelitian .....	33
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.4.1	Observasi.....	34
3.4.2	Wawancara.....	35
3.4.3	Dokumentasi.....	36
3.5	Teknik Analisis Data.....	36
3.5.1	Reduksi Data .....	37
3.5.2	Penyajian Data.....	37
3.5.3	Penarikan Kesimpulan/Verifikasi .....	37
3.6	Bagan Alir Penelitian .....	38
BAB IV SETTING PENELITIAN.....		39
4.1	Situasi Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Lambung Mangkurat .....	39
4.2	Keadaan Demografis .....	40
4.3	Interaksi Sosial Terhadap Perilaku Berbelanja Mahasiswi .....	41
4.4	Perbedaan E-Commerce Shopee Dengan E-Commerce Lainnya ..	44
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....		46
5.1	Profil Informan .....	46
5.2	Tawaran Menarik Dari Shopee.....	55
5.2.1	Strategi Promosi yang Agresif dan konsisten.....	57
5.2.2	Antarmuka Aplikasi yang Ramah Pengguna.....	62
5.2.3	Program Loyalitas dan Gamifikasi .....	71
5.2.4	Inovasi Layanan Shopee .....	73
5.3	Jenis Shopaholic di Kalangan Mahasiswi.....	77
5.4	Faktor-Faktor Yang Mendorong Perilaku Shopaholic Di Kalangan Mahasiswi .....	83
5.5	Analisis Teori .....	86
5.5.1	Dampak Shopaholic .....	86
5.5.2	Analisis Teori Jean Baudrillard .....	89
5.5.3	Analisis Efek Media.....	91

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	95
6.1 Kesimpulan .....	95
6.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA .....	98
LAMPIRAN.....	103
DOKUMENTASI.....	108

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 1 Jadwal Flashsale Shopee.....	17
Tabel 3.1 1 Matriks Tahapan dan Jadwal Penelitian.....	33
Tabel 4.1 1 Data Mahasiswa FISIP ULM Angkatan 2020-2024.....	40
Tabel 5.1 1 Data Informan.....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna E-commerce di Indonesia Tahun 2023 .....	3
Gambar 5. 1 Fitur <i>Flash Sale</i> .....	59
Gambar 5. 2 Tampilan <i>Voucher</i> Gratis Ongkir.....	61
Gambar 5. 3 Tampilan Beranda Shopee.....	63
Gambar 5. 4 Tampilan Profil Pengguna .....	64
Gambar 5. 5 Tampilan Fitur Chat di Shopee.....	65
Gambar 5. 6 Tampilan <i>Live Streaming</i> .....	66
Gambar 5. 7 Tampilan Keranjang Shopee .....	68
Gambar 5. 8 Fitur Shopee Games .....	72
Gambar 5. 9 Fitur Metode Pembayaran .....	75
Gambar 5. 10 Fitur Shopeefood.....	76
Gambar 5. 11 Tampilan <i>Voucher</i> Shopeefood.....	77
Gambar 6. 1 Dokumentasi Wawancara Dengan Informan.....	103
Gambar 6. 2 Dokumentasi Wawancara Dengan Informan.....	104

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Identitas Informan Satu.....	103
Lampiran 2. Identitas Informan Dua.....	103
Lampiran 3. Identitas Informan Tiga.....	103
Lampiran 4. Identitas Informan Empat.....	104
Lampiran 5. Identitas Informan Lima.....	104
Lampiran 6. Identitas Informan Enam.....	104
Lampiran 7. Identitas Informan Tujuh.....	104
Lampiran 8. Identitas Informan Delapan.....	105
Lampiran 9. Identitas Informan Sembilan.....	105
Lampiran 10. Pedoman Wawancara Penelitian.....	107
Lampiran 11. Letter of Acceptance (LoA) Jurnal HUMA.....	110
Lampiran 12. Sertifikat Plagiasi.....	111