

**SKRIPSI**

**TERJEBAK *FILTER BUBBLE* : PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN  
SKINCARE PADA MAHASISWA BARU FISIP ULM**

*Trapped in a Filter Bubble: Consumptive Behavior in Skincare  
Purchases Among First-Year Students at FISIP ULM*



**DIFA SALSABILA KOSO**

**2110415320053**

**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

**2026**



## HALAMAN PENGESAHAN

**Terjebak Filter Bubble : Perilaku Konsumtif Pembelian Skincare pada Mahasiswa Baru FISIP ULM**  
Disusun dan diajukan oleh:

**Difa Salsabila Koso**  
2110415320053

Dinyatakan lulus dengan nilai 82 (A) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 5 Juni 2026

Banjarmasin, 29 Juni 2026

Menyetujui,  
Pembimbing

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

Penguji 1,

  
**Siti Zulaikha, S.Sos., M.Sos**  
199310162022032019

Penguji 2,

  
**Dr. Sri Hidayah, S.Pd., M.Sc**  
19720523201801204001



Dekan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Lambung Mangkurat

  
**Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si**  
197104201999031001

Ketua Jurusan Sosiologi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Lambung Mangkurat

  
**Ismar Hamid, S.S., M.Si**  
19851102019031006

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Difa Salsabila Koso

NIM : 2110415320053

Program Studi : Sosiologi

Dengan menyatakan bahwa skripsi saya, yang berjudul :

*"Terjebak Filter Bubble : Perilaku Konsumtif Pembelian Skincare pada Mahasiswa Baru FISIP ULM"*

Merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian 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, 24 Juni 2026

Yang menyatakan,



Difa Salsabila Koso  
NIM. 2110415320053

## ABSTRAK

Terjebak *Filter Bubble* : Perilaku Konsumtif Pembelian *Skincare* pada Mahasiswa Baru FISIP ULM Skripsi. 2026. Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat  
Difa Salsabila Koso

Masalah utama dalam penelitian ini adalah bagaimana peran algoritma *filter bubble* membentuk perilaku konsumtif pembelian produk *skincare* pada mahasiswa baru FISIP ULM. Penelitian kualitatif ini bertujuan menganalisis pengaruh konten media sosial terhadap persepsi kebutuhan mahasiswa baru yang sedang mengalami masa transisi, melalui pendekatan fenomenologi deskriptif. Subjek penelitian terdiri dari tujuh mahasiswa baru angkatan 2025 (berbeda jurusan) yang merupakan pengguna aktif TikTok, konsumen rutin *skincare*, dan sedang merantau. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis menggunakan teori konsumerisme dari Jean Baudrillard melalui konsep nilai tanda, hiperrealitas, dan simulakra.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa algoritma *filter bubble* menciptakan homogenitas informasi yang memicu pembelian impulsif akibat ilusi popularitas produk. Fenomena ini membentuk kondisi hiperrealitas di mana standar kecantikan digital menggeser orientasi konsumsi dari nilai guna menjadi nilai tanda demi pengakuan sosial. Mahasiswa melakukan pengembangan citra diri melalui proses simulakra, di mana penggunaan *skincare* viral berfungsi sebagai alat komunikasi simbolis dalam pergaulan di kampus. Simpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa algoritma TikTok (*Filter Bubble*) bekerja secara sistematis menciptakan homogenitas informasi yang secara perlahan meruntuhkan rasionalitas mahasiswa. Paparan konten *skincare* yang repetitif tidak hanya mendorong keinginan membeli melalui ilusi popularitas (*social proof*), tetapi juga mengonstruksi standar kecantikan hiperreal, yang sebenarnya mustahil dicapai secara alami. Akibatnya, terjadi pergeseran pemaknaan kebutuhan di mana mahasiswa tidak lagi memandang kondisi kulit asli mereka secara objektif, melainkan membandingkannya dengan citra digital yang sempurna. Peneliti menyarankan peningkatan literasi digital bagi mahasiswa agar lebih kritis terhadap narasi industri kecantikan dan tekanan standar kecantikan digital.

**Kata Kunci:** Algoritma *Filter Bubble*, Perilaku Konsumtif, *Skincare*, Hiperrealitas, Jean Baudrillard.

## ABSTRACT

*Trapped in a Filter Bubble: Consumptive Behaviour in Skincare Purchases Among First-Year Students at FISIP ULM Undergraduate Thesis. 2026.*  
Sociology Study Program, Faculty of Social and Political Sciences,  
Lambung Mangkurat University. Difa Salsabila Koso

*The primary focus of this study is to examine how the dynamics of the filter bubble algorithm play a role in shaping the consumptive behavior of skincare product purchases among new students at FISIP ULM. This qualitative research aims to analyze the influence of personalized social media content on students' perceptions of their needs and desires through a descriptive phenomenological approach. The research subjects consist of seven students from the class of 2025 who are active TikTok users and regular skincare consumers. Data collection was conducted through interviews, observations, and documentation, then analyzed using Jean Baudrillard's theory of consumerism, specifically focusing on the concepts of sign value, hyperreality, and simulacra.*

*The findings reveal that the filter bubble algorithm creates information homogeneity that triggers impulsive buying due to the illusion of product popularity. This phenomenon establishes a state of hyperreality where digital beauty standards shift consumption orientation from use value to sign value for the sake of social recognition. Students reconstruct their self-image through the process of simulacra, where the use of viral skincare serves as a symbolic communication tool within campus social circles. The study concludes that consumptive behavior acts as a strategy to avoid alienation from digital social structures. It is recommended that students increase their digital literacy to remain critical of beauty industry narratives and the pressures of digital beauty standards.*

**Keywords:** *Filter Bubble Algorithm, Consumptive Behavior, Skincare, Hyperreality, Jean Baudrillard.*

## PRAKATA

Dengan Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan kekuatan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Terjebak Filter Bubble: Perilaku Konsumtif Pembelian Skincare pada Mahasiswa Baru FISIP ULM*". Karya ini merupakan bentuk pertanggungjawaban akademik sekaligus upaya penulis dalam memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan ilmu sosiologi, khususnya terkait fenomena algoritma digital dan dampaknya terhadap konsumerisme di kalangan mahasiswa. Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi referensi yang relevan dalam memahami bagaimana teknologi memengaruhi keputusan konsumen dan membentuk identitas sosial di era modern.

Penulis menyadari bahwa perjalanan panjang penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, doa, serta dukungan dari berbagai pihak. Tanpa arahan dan semangat yang diberikan, karya ini tentu tidak akan mencapai titik akhirnya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan syukur, penulis ingin menyampaikan penghargaan serta ucapan terima kasih yang tulus kepada:

- 1) Rektor Universitas Lambung Mangkurat, Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si., yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Lambung Mangkurat.
- 2) Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si., yang telah memberikan dukungan dan fasilitas dalam menunjang proses akademik penulis.
- 3) Ketua Jurusan Sosiologi FISIP ULM sekaligus Dosen Penasehat Akademik, Ismar Hamid, S.S., M.Si., yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi selama masa perkuliahan.
- 4) Dosen Pembimbing, Khairussalam, S.Ag., M.Si., yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
- 5) Dosen Penguji I Siti Zulaikha, S.Sos., M.Sos., dan Dosen Penguji II Dr. Sri Hidayah, S.Pd., M.Sc., yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang konstruktif demi penyempurnaan skripsi ini.
- 6) Seluruh dosen dan staf Jurusan Sosiologi yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bantuan, serta pelayanan selama penulis menempuh pendidikan.
- 7) Kedua orang tua tercinta, Mamah dan Papah, serta keluarga besar Makkulau dan Koso, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan bagi

penulis melalui doa, kasih sayang, serta dukungan yang tiada henti dalam setiap proses yang dilalui.

- 8) Adik-adik tercinta, Davina, Diandra, dan Desisya, yang selalu menghadirkan semangat, keceriaan, dan menjadi penguat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 9) Teman-teman terdekat, Sheila, Amel, dan Ka Arini, yang telah kebersamai penulis dengan dukungan, perhatian, serta kebersamaan yang berarti selama proses penyusunan skripsi ini.
- 10) Teman-teman di kampus, khususnya Adhera dan Cindy, yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis melalui dukungan, bantuan, dan kebersamaan yang tidak terlupakan.
- 11) Seluruh teman, Dosen, dan Kakak pendamping di Program Pertukaran Mahasiswa Merdeka (PMM) di ISI Yogyakarta terutama kelompok “Bayanaka Samitra” yang telah memberikan pengalaman berharga, memperluas wawasan, serta menghadirkan kenangan yang bermakna bagi penulis.
- 12) Seluruh teman Drama Musikal “*Biak Tulah*” ISI Yogyakarta yang telah memberikan ruang untuk mengeksplor hal baru, berbagi cerita, serta menghadirkan semangat, kebersamaan, dan pengalaman yang sangat berkesan dalam perjalanan penulis.
- 13) Rony Parulian, Dimansyah Laitupa, Salma Salsabil, Samuel Cipta dan Nabila Taqiyyah yang telah memberikan semangat melalui karya-karya indah yang selalu menemani penulis saat penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan terbuka menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang sosiologi, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Banjarmasin, 22 Mei 2026

Penulis,

**Difa Salsabila Koso**

2110415320053

## DAFTAR ISI

|                                                    |                              |
|----------------------------------------------------|------------------------------|
| HALAMAN PENGESAHAN .....                           | Error! Bookmark not defined. |
| ABSTRAK .....                                      | ii                           |
| ABSTRACT .....                                     | iv                           |
| PRAKATA .....                                      | v                            |
| DAFTAR ISI .....                                   | vii                          |
| DAFTAR TABEL .....                                 | ix                           |
| DAFTAR GAMBAR .....                                | x                            |
| DAFTAR BAGAN.....                                  | Error! Bookmark not defined. |
| BAB I PENDAHULUAN .....                            | 9                            |
| 1.1 Latar Belakang .....                           | 9                            |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                          | 12                           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                        | 12                           |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                       | 13                           |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA.....                         | 16                           |
| 2.1 Review Penelitian Terdahulu .....              | 16                           |
| 2.2 Uraian Konseptual .....                        | 18                           |
| 2.2.1 Algoritma Filter Bubble .....                | 18                           |
| 2.2.2 Skincare.....                                | 20                           |
| 2.2.3 Konsumsi Media .....                         | 20                           |
| 2.2.4 Mahasiswa Baru .....                         | 21                           |
| 2.3 Landasan Teori .....                           | 22                           |
| 2.4 State of the Art Penelitian .....              | 24                           |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                    | 27                           |
| 3.1 Jenis Penelitian .....                         | 27                           |
| 3.2 Pendekatan Penelitian .....                    | 28                           |
| 3.3 Waktu, Tempat dan Subjek Penelitian.....       | 28                           |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....                  | 29                           |
| 3.5 Teknik Analisis Data .....                     | 31                           |
| 3.6 Bagan Alur Penelitian .....                    | 34                           |
| 3.7 Tahapan dan Waktu Pelaksanaan Penelitian ..... | 34                           |
| BAB IV SUBJEK PENELITIAN.....                      | 36                           |
| 4.1 Gambaran Umum Mahasiswa Baru FISIP ULM.....    | 36                           |
| 4.2 Subjek Penelitian.....                         | 37                           |



|                                                                                                                                                           |                                                                         |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.3                                                                                                                                                       | Karakteristik Informan Penelitian .....                                 | 38        |
| 4.4                                                                                                                                                       | Profil Informan .....                                                   | 40        |
| 4.5                                                                                                                                                       | Kondisi Sosial dan Ekonomi Mahasiswa .....                              | 57        |
| 4.6                                                                                                                                                       | Kondisi Sosial Budaya Mahasiswa .....                                   | 59        |
| <b>BAB V "Hiperrealitas <i>Filter Bubble</i> dan Simulakra Kecantikan: Logika Nilai Tanda dalam Konsumsi <i>Skincare</i> Mahasiswa Baru FISIP ULM" ..</b> |                                                                         | <b>61</b> |
| 5.1                                                                                                                                                       | Paparan Media Sosial dan Jenis Konten <i>Skincare</i> di TikTok.....    | 61        |
| 5.2                                                                                                                                                       | Temuan Penelitian .....                                                 | 66        |
| 5.2.1                                                                                                                                                     | Paparan Konten <i>Skincare</i> dalam Ruang Simulasi Platform TikTok     | 67        |
| 5.2.2                                                                                                                                                     | Fase Terperangkap <i>Filter Bubble</i> dan Pergeseran Nilai Tanda ..... | 68        |
| 5.2.3                                                                                                                                                     | Repetisi Konten <i>Skincare</i> : Hiperrealitas Standar Kecantikan .... | 70        |
| 5.2.4                                                                                                                                                     | Pembentukan Citra Diri: Simulakra Identitas dalam Ruang Sosial          | 71        |
| 5.2.5                                                                                                                                                     | Transisi Adaptasi Anak Rantau: Terbentuknya Perilaku Konsumtif          | 72        |
| <b>BAB VI PENUTUP .....</b>                                                                                                                               |                                                                         | <b>75</b> |
| 6.1                                                                                                                                                       | Kesimpulan.....                                                         | 75        |
| 6.2                                                                                                                                                       | Saran .....                                                             | 75        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                                                                                |                                                                         | <b>77</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                                                                                                     |                                                                         | <b>80</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| Tabel 3. 1 Tahapan Pelaksanaan Penelitian ..... | 35 |
| Tabel 4. 1 Profil Informan Penelitian.....      | 40 |
| Tabel 4. 2 Data Ekonomi Informan.....           | 57 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 4. 1 <i>Skincare</i> Milik SF .....                                    | 42 |
| Gambar 4. 2 <i>Skincare</i> Milik TR.....                                     | 43 |
| Gambar 4. 3 <i>Collagen Drink</i> Milik TR.....                               | 44 |
| Gambar 4. 4 <i>Skincare</i> Milik AL.....                                     | 46 |
| Gambar 4. 5 <i>Skincare</i> dan <i>Suplement</i> Milik BN.....                | 48 |
| Gambar 4. 6 <i>Skincare</i> Milik AS.....                                     | 51 |
| Gambar 4. 7 Konten dari Ratu Ghania .....                                     | 52 |
| Gambar 4. 8 Obat Jerawat Milik HM .....                                       | 53 |
| Gambar 4. 9 <i>Skincare</i> Milik HM.....                                     | 54 |
| Gambar 4. 10 <i>Skincare</i> Milik SN .....                                   | 56 |
| Gambar 5. 1 Konten <i>Review Jujur Skincare</i> .....                         | 62 |
| Gambar 5. 2 Konten <i>Battle</i> Produk <i>Skincare</i> .....                 | 63 |
| Gambar 5. 3 Konten <i>Acne Journey</i> .....                                  | 64 |
| Gambar 5. 4 Konten Rekomendasi Produk <i>Skincare</i> Sesuai Tipe kulit ..... | 65 |