

ABSTRAK

Lela Nurhayati, NIM 1198030130 (2023): *DAMPAK FENOMENA SPILL PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU MAHASISWA (Penelitian pada Mahasiswa Jurusan Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung)*.

Penelitian ini di latar belakang oleh perkembangan media sosial TikTok khususnya di kalangan mahasiswa yang dapat memberikan dampak besar pada perilaku mahasiswa khususnya perilaku konsumsi dengan adanya fenomena spill yang ada pada media sosial TikTok, yang memungkinkan dirinya melakukan konsumsi berlebih tanpa memperhatikan kebutuhan yang sebenarnya. Penelitian ini bertujuan supaya bisa mengetahui dampak yang ditimbulkan oleh fenomena spill pada media sosial TikTok terhadap perilaku mahasiswa.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran fenomena *Spill* di kalangan mahasiswa sosiologi serta faktor yang melatarbelakangi pembelian barang dari fenomena *Spill* tersebut dan juga untuk mengetahui serta mendeskripsikan dampak dari maraknya fenomena *Spill* di TikTok terhadap perubahan perilaku mahasiswa Sosiologi UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori Masyarakat Konsumtif dari Jean Baudrillard. Menurut Baudrillard, realitas konsumsi dalam masyarakat konsumtif telah mengalami pergeseran secara dramatis, karena dewasa ini orang-orang membeli produk/barang untuk memenuhi keinginan mereka (*desire*) daripada kebutuhan mereka (*needs*).

Metode penelitian deskriptif ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data primernya ialah mahasiswa jurusan Sosiologi yang aktif menggunakan media sosial TikTok dengan jumlah 5 orang mahasiswa (jenuh) dan data sekundernya ialah kajian ilmiah terdahulu. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah observasi partisipatif pasif yang merupakan bagian dari observasi partisipatif, lalu melakukan wawancara tidak terstruktur. Lebih lanjut untuk teknik analisis datanya bersifat induktif atau berangkat dari data lapangan pada mahasiswa Jurusan Sosiologi yang kemudian dilakukan reduksi data, *display* data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil temuan dari penelitian ini ialah mahasiswa Sosiologi yang aktif menggunakan media sosial TikTok dengan intensitas penggunaan yang tinggi memungkinkan dirinya lebih banyak terpapar fenomena-fenomena yang ada termasuk fenomena *Spill* pada media sosial TikTok yang didalamnya banyak informasi barang dan produk yang menarik yang membuat mereka terkonformasi untuk membeli barang yang di *Spill*. Faktor yang mempengaruhi seseorang membeli suatu barang atau produk yang telah di *Spill* pada media sosial TikTok adalah untuk mengikuti *trend fashion* dan untuk mencapai kesenangan dan eksistensi diri. Dampak dari fenomena *Spill* pada media sosial TikTok terbagi menjadi dua. Dampak positifnya yaitu adanya efisiensi waktu untuk mencari suatu barang yang diinginkan dan *review* yang jelas. Sedangkan dampak negatifnya yaitu menjadi semakin konsumtif, mengharapkan pengakuan diri berlebih, kebutuhan tidak terpenuhi khususnya kebutuhan mahasiswa untuk menunjang perkuliahan.