

**PREFERENSI GENERASI MILLENIAL SURABAYA DALAM
MENGAKSES INFORMASI *FASHION* MELALUI
MEDIA SOSIAL
SKRIPSI**



Disusun Oleh :
Shinta Theresia Fransisca
NIM. 1423016041

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2019**

SKRIPSI

PREFERENSI GENERASI MILLENNIAL SURABAYA DALAM MENGAKSES INFORMASI *FASHION* MELALUI MEDIA SOSIAL

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya**



Disusun Oleh :

Shinta Theresia Fransisca

NIM. 1423016041

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2019

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Shinta Theresia Fransisca

NIM : 1423016041

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul :

**PREFERENSI GENERASI MILLENNIAL SURABAYA DALAM
MENGAKSES INFORMASI *FASHION* MELALUI MEDIA SOSIAL**

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar sarjana saya dicabut.

Surabaya, 08 Januari 2020

Penulis



Shinta Theresia Fransisca

NIM. 1423016041

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PREFERENSI GENERASI MILLENIAL SURABAYA DALAM MENGAKSES INFORMASI *FASHION* MELALUI MEDIA SOSIAL

Oleh :

Shinta Theresia Fransisca

NIM. 1423016041

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom. (.....)
NIDN. 0725058704

Pembimbing II : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.
NIDN. 0630077303



(.....)

Surabaya, 08 Januari 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : Senin, 16 Desember 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi

Dekan,

Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIDN. 0630077303



Dewan Penguji :

1. Ketua : Brigitta Revia S.F., S.I.Kom, M.Med.Kom. (.....) NIDN. 0715108903
2. Sekretaris : Theresia Intan P.H., S.Sos., M.I.Kom. (.....) NIDN. 0725058704
3. Anggota : Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom. (.....) NIDN. 0701067803
4. Anggota : Yuli Nugraheni, S.Sos.M.Si. (.....) NIDN. 0630077303

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) :

Nama : Shinta Theresia Fransisca

NIM : 1423016041

Menyetujui skripsi saya

Judul : **Preferensi Generasi Millennial Surabaya dalam Mengakses Informasi Fashion Melalui Media Sosial**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi skripsi ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya. 8 Januari 2020

Yang menyatakan,



Shinta Theresia Fransisca

HALAMAN PERSEMBAHAN

Peneliti mengucapkan syukur atas penyertaan Tuhan Yesus Kristus, atas berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Proses panjang yang dilewati untuk mencapai titik ini tidaklah mudah, namun, dengan keyakinan penuh peneliti serta doa dan dukungan dari orang-orang terdekat, skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Skripsi ini diperjuangkan sebagai salah satu usaha untuk memenuhi masa studi selama 3,5 tahun di Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Semoga skripsi ini dapat menjadi persembahan kecil yang membanggakan bagi orang-orang yang dikasihi oleh peneliti.

“Sukses hanya bagi orang yang tetap semangat meski halangan dan rintangan di depan mata..”

Surabaya, 18 November 2019

Shinta Theresia Fransisca

KATA PENGANTAR

Peneliti mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas berkat dan kasih karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Mulai dari proses pencarian data, bimbingan, hingga penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik dan lancar tanpa adanya pihak-pihak yang memberikan dukungan dan doa kepada peneliti. Oleh karena itu, ijinlah peneliti memberikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, yang telah menyertai peneliti dari awal proses hingga skripsi ini, sehingga peneliti dapat mengajukan dan menyelesaikan proses skripsi 3,5 tahun.
2. Orang tua peneliti, Sri Muljati, mama terkasih yang selalu menjadi kekuatan utama peneliti dalam menyusun skripsi dan yang selalu mengingatkan untuk memberikan yang terbaik dalam setiap langkah penyusunan skripsi ini. Terimakasih telah selalu memberi semangat dan doa setiap hari.
3. Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom. selaku pembimbing I yang selalu sabar dalam membimbing selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir. Terimakasih banyak atas waktu yang selalu diluangkan bagi peneliti, sehingga peneliti dapat melakukan bimbingan dengan baik.
4. Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. selaku Dekan sekaligus pembimbing II peneliti yang telah membimbing dan memberikan masukan bagi peneliti dalam proses penyusunan skripsi. Terimakasih telah memberikan motivasi untuk dapat lulus 3,5 tahun.

5. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, atas segala bantuan dan ilmu yang telah dibagikan kepada peneliti selama menempuh perkuliahan mulai semester satu hingga tujuh di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Teman-teman terdekat peneliti, khususnya Icak Raharjo, Dina Ramawati, Tabita Magdalena, Monica Mindy, Theodorus, Kenny Hanson, Divino Pistin, dan Yolita Anggreani, Tatyana, Mayang dan teman lainnya yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, atas segala bentuk motivasi, bantuan, saran, serta kritik yang telah diberikan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini maupun selama di bangku perkuliahan.
7. Kakak Tingkat peneliti, Yovita Marsha dan Agatha Falecia yang telah membantu peneliti dalam motivasi, menyelesaikan skripsi, buku, dan bantuan dalam bentuk lainnya.
8. Teman-teman Fikomers 2016 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu. Terimakasih karena selalu saling membantu dalam memberikan informasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
9. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh peneliti dan telah membantu dan menyemangati peneliti dalam penulisan skripsi ini. Kiranya Tuhan Yesus Kristus selalu memberikan berkat berlimpah pada kalian semua.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu dengan besar harapan peneliti mendapatkan kritik dan saran atas skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti pada khususnya dan pembaca pada umumnya. Terimakasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM	i
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK.....	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Rumusan Masalah.....	10
I.3. Tujuan Penelitian	11
I.4. Batasan Masalah	11
I.5. Manfaat Penelitian	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	12
II.1. Kerangka Teori	12
II.1.1. <i>Uses and Gratification</i>	12
II.1.2. Preferensi Media	13
II.1.3. Generasi Millenial	15

II.1.4. Internet	17
II.1.5. Media Sosial.....	17
II.2. Nisbah Antar Konsep.....	24
II.3. Bagan Kerangka Konseptual.....	26
BAB III. METODE PENELITIAN	27
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	27
III.2. Metode	27
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian	28
III.4. Definisi Konseptual.....	28
III.5. Definisi Operasional.....	29
III.6. Populasi dan Sampel	38
III.7. Teknik Penarikan Sampel.....	39
III.8. Teknik Pengumpulan Data	44
III.9. Teknik Validitas dan Reliabilitas	42
III.10. Teknik Analisis Data	42
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian	44
IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	46
IV.3. Hasil Penelitian dan Pembahasan	47
IV.3.1 Deskripsi Identitas Responden	47
IV.3.1.1 Identitas Berdasarkan Usia	48
IV.3.1.2 Identitas Berdasarkan Jenis Kelamin	49
IV.3.1.3 Identitas Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
IV.3.1.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
IV.3.1.5. Identitas Responden Berdasarkan Pengeluaran Paket Data.....	53
IV.3.1.6 Identitas Responden Berdasarkan Waktu	

Mengkases Media Sosial Dalam Satu Hari.....	54
IV.3.2. Media Exposure	55
IV.3.2.1 Preferensi Jenis Media Sosial	55
IV.3.2.2. Preferensi Aplikasi Social Network.....	59
IV.3.2.2.1. Preferensi Tujuan Memilih Aplikasi Instagram	61
IV.3.2.2.2. Preferensi Tujuan Memilih Aplikasi Youtube	63
IV.3.2.2.3. Preferensi Tujuan Memilih Aplikasi Facebook.....	64
IV.3.2.3. Preferensi Aplikasi <i>Online Communities</i> <i>and Forum</i>	66
IV.3.2.3.1. Preferensi Tujuan Memilih Aplikasi Whatsapp.....	70
IV.3.2.3.2. Preferensi Tujuan Memilih Aplikasi Line	71
IV.3.2.3.3. Preferensi Tujuan Memilih Aplikasi Facebook Messenger.....	73
IV.3.3. Tabulasi Silang.....	74
IV.3.3.1. Tabulasi Silang antara Identitas Responden dengan Media Exposure.....	74
IV.3.3.1.1. Tabulasi Silang antara Usia Responden dengan Preferensi Media Exposure.....	75
IV.3.3.1.2. Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin Responden dengan Preferensi Media Exposure	79
IV.3.3.1.3. Tabulasi Silang antara Pendidikan Terakhir	

Responden dengan Preferensi Media Exposure	82
IV.3.3.1.4. Tabulasi Silang antara Pekerjaan Responden dengan Preferensi Media Sosial	85
IV.3.3.1.5. Tabulasi Silang antara Pengeluaran Internet Responden dengan Preferensi Media Sosial	90
IV.3.3.1.6. Tabulasi Silang antara Waktu Mengkases Internet Responden dengan Preferensi Media Sosial	92
IV.4. Kebutuhan Informasi Fashion Melalui Media Sosial	95
IV.4.1. Social Network dan Online Communities and Forum Untuk Memenuhi Informasi Fashion Oleh Generasi Millennial	96
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	100
V.1. Kesimpulan	100
V.1. Saran	101
V.2.1 Saran Akademis	101
V.2.2. Saran Praktis	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN KUESIONER	109
LAMPIRAN HASIL SPSS	119

DAFTAR TABEL

Tabel III.1. Jumlah Penduduk Surabaya Berdasarkan Usia Tahun 2018.....	38
Tabel III.1. Definisi Operasional	40
Tabel IV.1. Identitas Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel IV.2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel IV.3. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel IV.4. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel IV.5. Identitas Responden Berdasarkan Penggunaan Paket Data	53
Tabel IV.6. Identitas Responden Berdasarkan Waktu Mengakses Media Sosial dalam Waktu 1 hari	54
Tabel IV.7. Preferensi Jenis Media Sosial Informasi	55
Tabel IV.8. Preferensi Aplikasi Social Network	59
Tabel IV.9. Preferensi Tujuan Memilih Aplikasi Instagram	61
Tabel IV.10. Preferensi Tujuan Memilih Aplikasi Youtube	63
Tabel IV.11. Preferensi Tujuan Memilih Aplikasi Facebook	64
Tabel IV.12. Preferensi Aplikasi Online Communities and Forum	66
Tabel IV.13. Preferensi Tujuan Memilih Aplikasi Whatsapp	70
Tabel IV.14. Preferensi Tujuan Memilih Aplikasi Line	71
Tabel IV.15. Preferensi Tujuan Memilih Aplikasi Facebook Messenger....	72
Tabel IV.16. Tabulasi Silang Antara Usia Responden Dengan Preferensi Jenis Media Sosial	74
Tabel IV.17. Tabulasi Silang Antara Usia Responden Dengan Preferensi Aplikasi Social Network	76
Tabel IV.19. Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Responden Dengan Preferensi Jenis Media Sosial	80

Tabel IV.20. Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Responden Dengan Preferensi Social Network 82

Tabel IV.22. Tabulasi Silang Antara Pendidikan Terakhir Responden Dengan Preferensi Jenis Media Sosial..... 85

Tabel IV.23. Tabulasi Silang Antara Pendidikan Terakhir Responden Dengan Preferensi Social Network 87

Tabel IV.25. Tabulasi Silang Antara Pekerjaan Responden Dengan Preferensi Jenis Media Sosial 91

Tabel IV.26. Tabulasi Silang Antara Pekerjaan Responden Dengan Preferensi Social Network 92

Tabel IV.28. Tabulasi Silang Antara Pengeluaran Internet Responden Dengan Preferensi Jenis Media Sosial.....

Tabel IV.29. Tabulasi Silang Antara Pengeluaran Internet Responden Dengan Preferensi Aplikasi Social Network.....

Tabel IV.31. Tabulasi Silang Antara Waktu Mengakses Internet Responden Dengan Jenis Media Sosial.....

Tabel IV.32. Tabulasi Silang Antara Waktu Mengakses Internet Responden Dengan Aplikasi Social Network.....

DAFTAR BAGAN

Bagan II.3. Bagan Kerangka Konseptual.....	26
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1. Data Perubahan Pengguna Internet.....	3
Gambar I.2. Data Informasi Mengenai Belanja Online Di Indonesia	4
Gambar I.3. Data Kenaikan Media Online Sebagai Penyedia Informasi	5
Gambar I.4. Internet Sebagai Sarana Pencarian Informasi Utama	6

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	105
Lampiran 2 : Hasil SPSS Frekuensi Identitas Responden dan Media Exposure	115
Lampiran 3 : Hasil SPSS Cross Tab Identitas Responden dengan Media Exposure.....	121

ABSTRAK

Shinta Theresia Fransisca, NIM. 1423016041. Preferensi Generasi *Millennial* Surabaya dalam Mengakses Informasi *Fashion* melalui Media Sosial.

Penelitian ini berfokus pada preferensi generasi *millennial* surabaya dalam mengakses informasi *fashion* melalui media sosial. Pemilihan penelitian ini didasari oleh adanya kebutuhan bergaya dan meningkatnya belanja online dalam bidang *fashion*, sehingga seseorang sebelum membeli barang membutuhkan informasi yang lebih melalui media sosial. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah uses and gratifications dengan asumsi bahwa audiens berperan aktif memilih media yang digunakan. Selektifitas berkaitan dengan preferensi media. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Hasilnya adalah jenis media sosial *social network* dengan aplikasi instagram, youtube, facebook lebih sering digunakan mengakses informasi *fashion*. Sedangkan jenis media sosial *online communities and forum* yang banyak digunakan untuk mengakses informasi *fashion* adalah aplikasi whatsapp, line, facebook messenger.

Kata Kunci : Preferensi Media, Media Sosial, Generasi *Millennial*

ABSTRACT

Shinta Theresia Fransisca, NIM. 1423016041. *Preference of Surabaya's Millennial Generation in Accessing Fashion Information through Social Media.*

This research focuses on the preferences of the Surabaya millennial generation in accessing fashion information through social media. The selection of this research is based on the need for style and increasing online shopping in the field of fashion, so someone before buying an item requires more information through social media. The theory used in this research is uses and gratifications with the assumption that the audience has an active role in choosing the media used. Selectivity is related to media preferences. This research uses a quantitative approach with a survey method. The result is a type of social media social network with the application Instagram, YouTube, Facebook more often used to access fashion information. While the types of online social media communities and forums that are widely used to access fashion information are whatsapp, line, facebook messenger applications.

Keywords: Media Preferences, Social Media, Millennial