

INTISARI

Perkembangan internet sangat berpengaruh terhadap perkembangan telekomunikasi dunia didukung oleh munculnya *smartphone* yang semakin memudahkan user-nya dalam penggunaan internet. Media baru dalam hal ini *smartphone* sangat erat hubungannya dengan kaum muda. Terjadi adanya perubahan gaya hidup pada kalangan kaum muda. Kaum muda yang selalu mengikuti trend menjadikan mereka salah satu target pasar yang dominan dalam penjualan produk kosmetik secara online di Indonesia.

Kaum muda perempuan yang menggunakan *smartphone* sangat mudah sekali untuk terhubung dengan teman-temannya di berbagai media sosial yang mereka miliki. Media-media sosial yang digunakan oleh kaum muda tersebut sangat berpotensi dibanjiri oleh iklan dan promosi dari toko online salah satunya iklan produk kosmetik yang dijual *online*. Lantas bagaimana penggunaan *smartphone* dalam penjualan kosmetik *online* terhadap perilaku konsumtif yang dilakukan oleh kaum muda.

Untuk mendapatkan deskripsi perilaku konsumtif kaum muda perempuan yang menggunakan dan membeli kosmetik secara online tersebut penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Deskripsi perilaku konsumtif tersebut diangkat dari hasil media sosial interview dan online direct observation terhadap delapan perempuan berusia 16-30 tahun yang menggunakan *smartphone* dan berbelanja *online*. selanjutnya data di analisa secara deskriptif dengan menggunakan pisau bedah teori masyarakat konsumsi dari Jean Baudrillard dan media baru dari Marshall Mc Luhan.

Hasil dari penelitian ini mampu menggambarkan bagaimana penggunaan *smartphone* dalam penjualan kosmetik secara *online* dapat meningkatkan konsumsi kaum muda dalam berbelanja. Peningkatan ini berdasarkan intensitas belanja, jumlah barang serta variasi produk yang dibeli. Simbol dan citra cantik mampu dimanipulasi oleh masyarakat konsumsi bahwa wanita cantik adalah wanita yang berkulit putih, wajah bersih dan langsing. Masyarakat konsumsi lebih banyak mengajak wanita agar membiasakan diri menyenangkan diri sendiri dan untuk kepuasan diri serta perhatian pada dirinya sendiri.

Dampak penggunaan *smartphone* dalam penjualan kosmetik online menjadikan kaum muda semakin konsumtif dalam pembelian kosmetik secara online. Pada saat ini tidak dibutuhkan tatap muka antara penjual dan pembeli saat melakukan transaksi jual beli. Meski demikian, jual beli online masih memiliki banyak kekurangan. Rentan pada penipuan dan kelemahan lain seperti kondisi barang yang tidak dapat dilihat langsung oleh pembeli menjadikan pembeli terkadang kecewa terhadap barang yang mereka pesan.

Kata kunci : kaum muda perempuan, konsumtif, *smartphone*, kosmetik, online

ABSTRACT

The development of the Internet is very influential on the development of world telecommunications, supported by the emergence of the smartphone user should further facilitate the use of the internet. New media in this case is the smartphone, is very closely related to youth. Occurs a change in lifestyle among youth. Young people who always follow the trend making them one of the dominant target market in online sales of cosmetic products in Indonesia.

The young woman as smartphone user is very easy to connect with their friends on their various social media. Social media used by these young people are potentially flooded by advertisements and promotions from online shop, as example is cosmetic product that ads by online in social media . So how about the use of smartphones in the online cosmetics sales to consumer behavior committed by young people.

To obtain a description of the consumer behavior of young women who use and buy cosmetics online, research using qualitative research methods with qualitative descriptive approach. Description of consumer behavior is removed from the results of interviews and online social media direct observation of the eight women aged 16-30 years who are using smartphones and shopping online. subsequent data descriptive analysis using a scalpel theory of Jean Baudrillard consumer society and new media from Marshall Mc Luhan.

The results of this study were able to describe how the use of smartphones in the online cosmetics sales can increase the consumption of young people in the shop. This increase is based on the intensity of shopping, as well as variations in the amount of goods purchased product. Symbols and beautiful imagery capable of being manipulated by the consumption society that beautiful woman is a woman who is white, clean face and slim. Consumption society more invites women to get used to please myself and to self-satisfaction and attention to itself.

Impact of the use of smartphones in the online cosmetics sales make young people more consumer in purchasing cosmetics online. this is because of the ease facilitated by smartphones in terms of communication between buyers and sellers as well as the ease in making payments. At this time no need face-to-face between the seller and the buyer when buying or selling. The existence of high trust of buyers and sellers to make buying and selling online is easy to do. However, selling online still has many shortcomings. Susceptible to fraud and other weaknesses such as the condition of the goods that can not be seen directly by the buyer makes the buyer sometimes disappointed with the goods they ordered.

Keywords: young women, consumptive, smartphones, cosmetics, online