

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pemanfaatan Akun TikTok sebagai Media Berbelanja Alternatif di Kalangan Mahasiswa Universitas Malikussaleh”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mahasiswa memanfaatkan TikTok sebagai media belanja alternatif serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat berbelanja melalui platform tersebut. Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan fungsi TikTok, yang awalnya hanya sebagai media hiburan, menjadi platform pemasaran dan transaksi jual beli yang semakin populer di kalangan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap aktivitas belanja mahasiswa di TikTok, wawancara mendalam dengan mahasiswa Universitas Malikussaleh sebagai informan, serta dokumentasi yang relevan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif untuk memahami pola pemanfaatan, pengalaman, serta persepsi mahasiswa terhadap TikTok sebagai media belanja alternatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok dimanfaatkan mahasiswa sebagai media belanja yang efektif, interaktif, dan menarik. Fitur seperti *live shopping*, video promosi produk, serta kolom komentar berperan penting sebagai sumber informasi dan referensi sebelum melakukan pembelian. Kemudahan akses aplikasi, tampilan visual yang menarik, serta pengalaman belanja yang menghibur menjadi alasan utama mahasiswa memilih TikTok sebagai media belanja. Selain itu, minat berbelanja mahasiswa dipengaruhi oleh kualitas konten video, peran influencer, potongan harga, sistem pembayaran COD, testimoni pengguna lain, serta tingkat kepercayaan terhadap penjual. Faktor emosional, khususnya perilaku *impulse buying* akibat fenomena *fear of missing out* (FOMO), juga berpengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam kajian komunikasi digital dan perilaku konsumen di era media sosial.

Kata Kunci: TikToK, Belanja Online, Mahasiswa Universitas Malikussaleh.

ABSTRACT

This study, entitled "The Use of TikTok Accounts as an Alternative Shopping Medium Among Malikussaleh University Students," aims to determine how students utilize TikTok as an alternative shopping medium and identify factors that influence their interest in shopping through the platform. The development of digital technology has driven a shift in TikTok's function, from being solely an entertainment medium to a marketing and buying and selling platform that is increasingly popular among students. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques include observations of student shopping activities on TikTok, in-depth interviews with Malikussaleh University students as informants, and relevant documentation. The data obtained are then analyzed qualitatively to understand students' usage patterns, experiences, and perceptions of TikTok as an alternative shopping medium. The results of the study indicate that students use TikTok as an effective, interactive, and engaging shopping platform. Features such as live shopping, product promotion videos, and the comment section play a crucial role as sources of information and references before making a purchase. The app's ease of access, attractive visuals, and entertaining shopping experience are the primary reasons students choose TikTok as a shopping platform. Furthermore, students' shopping interest is influenced by the quality of video content, the role of influencers, discounts, the cash-on-delivery (COD) payment system, testimonials from other users, and their level of trust in sellers. Emotional factors, particularly impulse buying behavior due to the fear of missing out (FOMO) phenomenon, also influence purchasing decisions. This research is expected to contribute academically to the study of digital communication and consumer behavior in the social media era.

Keywords: *TikTok, Online Shopping, Malikussaleh University Students.*