

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya tayangan *review* yang ada pada media sosial Instagram *beauty influencer* Tasya Farasya yang menyebabkan terbentuknya perilaku konsumtif di kalangan remaja khususnya mahasiswa dan kaum hawa. Hal tersebut terlihat dengan membeli produk kecantikan dengan fungsi yang sama namun dari brand yang berbeda, selain itu mereka juga sering membeli produk kecantikan yang baru meskipun yang lama belum habis pakai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana munculnya perilaku konsumtif *audience* Instagram saat setelah menonton *review* yang dilakukan oleh *beauty influencer* Tasya Farasya dan mengetahui dampak dari adanya perilaku konsumtif yang muncul. Subjek dari penelitian ini adalah remaja akhir khususnya mahasiswi yang merupakan pengikut dari media sosial Instagram Tasya Farasya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dengan keempat informan, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terbentuknya perilaku konsumtif timbul secara tidak sadar dan dipengaruhi oleh beberapa faktor, setelah menonton konten *review* pada story Instagram Tasya Farasya berdampak menyebabkan para remaja berperilaku konsumtif untuk selalu tertarik membeli produk yang *direview* oleh *beauty influencer* Tasya Farasya.

Kata kunci: Perilaku konsumtif, *review*, *beauty influencer*, Tasya Farasya