BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Tempat Penelitian, Subyek Penelitian

1. Profil Tempat Penelitian

Prodi ilmu komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi merupakan salah satu program studi di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Program Studi ini berdiri pada tahun 2000 sebagai tindak lanjut dari wider mandate yang memberikan izin pada IAIN untuk membuka program studi non-Studi Islam. Saat ini Program Studi Ilmu Komunikasi telah mendapatkan status akreditasi B.[1]

Visi : Pusat Pengembangan Ilmu Komunikasi yang Unggul berdasarkan nilai-nilai Islam Ke-Indonesia-an

Misi

a. Menyelenggarakan pendidikan ilmu komunikasiberdasarkan nilai-nilai Islam Ke-Indonesia-an yang memiliki keunggulan dan berwawasan global.
b. Mengembangakan riset ilmu komunikasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
c. Melaksanakan pelayanan dan pemberdayaan masyarakat dalam perspektif ilmu komunikasi.

[1]http://fdik.uinsby.ac.id/index.php/prodi-ilmu-komunikasi-kom/13-prodi-ilmu-komunikasi-kom

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Standar Kompetensi Lulusan

a. Kompetensi Dasar

Kompetensi dasar adalah kompetensi yang dimiliki oleh setiap mahasiswa (landasan kepribadian) sebagai dasar bagi kompetensi utama, kompetensi pendukung dan kompetensi lainnya.

Adapun kompetensi dasar lulusan Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai berikut:

1) Memiliki ilmu tentang Islam serta mampu menerapkannya di masyarakat dalam menjalankan profesinya
2) Memiliki ketrampilan berbahasa Indonesia dan Asing yang menunjang profesinya.
3) Memiliki kecakapan partisipatif dan bertanggungjawab dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.
4) Memiliki sikap ilmiah dan bertanggungjawab terhadap ilmunya

b. Kompetensi Utama

Kompetensi utama adalah kompetensi yang dimiliki oleh setiap mahasiswa sesudah menyelesaikan pendidikannya di program studi.

Adapun kompetensi utama lulusan Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai berikut :

1) Memiliki wawasan, pengetahuan dan kemampuan untuk memahami, menganalisis, serta memecahkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

permasalahan komunikasi berdasarkan nilai-nilai Islam Ke-Indonesia-an

2) Memiliki pengetahuan dan keterampilan merencanakan, menerapkan dan mengevaluasi program komunikasi dalam berbagai konteks lokal dan global berdasarkan nilai-nilai Islam Ke-Indonesia-an.

3) Memiliki motivasi, sikap, dan perilaku sesuai dengan etika profesi dalam mengembangkan profesionalisme di bidang komunikasi, dan bertanggungjawab terhadap pemanfaatan kemajuan teknologi komunikasi berdasarkan nilai-nilai Islam Ke-Indonesia-an.

4) Memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan sistem informasi dan komunikasi serta mengembangkan kompetensi komunikasi sesuai dengan kebutuhan profesi, industri, dan sosial berdasarkan nilai-nilai Islam Ke-Indonesia-an.

c. Kompetensi Pendukung

Kompetensi pendukung adalah kompetensi yang diharapkan dapat mendukung kompetensi dasar dan kompetensi utama yang ditetapkan oleh program studi sebagai pilihan yang harus dipilih oleh mahasiswa dalam mendukung profesinya antara lain

a. ***Spesialisasi Broadcasting***

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Memiliki kemampuan sebagai perencana, pengatur, pengawas, dan pelaksana kegiatan bidang penyiaran radio dan televisi.
2) Memiliki kemampuan mengembangkan aplikasi komunikasi terapan untuk radio dan televisi serta dapat mengikuti perkembangan teknologi komunikasi di masa depan.
3) Memiliki kemampuan mengelola usaha di bidang radio, televisi dan media *online*
4) Memiliki kemampuan merumuskan dan mengantisipasi masalah di bidang penyiaran radio, televisi, dan media *online*.

b. Spesialisasi Public Relations

1) Memiliki kemampuan untuk merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan dan mengawasi program komunikasi bidang *public relation*

2) Memiliki kemampuan dan ketrampilan berkomunikasi melalui lisan, tulisan, media massa, serta teknologi komunikasi berbasis *cyber public relations* dalam membangun hubungan dengan stakeholder yang didasarkan pada kepercayaan (*trust*)

3) Memiliki kemampuan mengelola usaha di bidang *public relations*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Memiliki kemampuan merumuskan dan mengantisipasi masalah di bidang *public relations*.

c. Spesialisasi Advertising

1) Memiliki kemampuan sebagai perencana, pengatur, pengawas dan pelaksana kegiatan bidang periklanan.

2) Memiliki kemampuan mengembangkan aplikasi media komunikasi terapan bidang periklanan serta dapat mengikuti perkembangan teknologi komunikasi di masa depan

3) Memiliki kemampuan mengelola usaha di bidang periklanan.

4) Memiliki kemampuan merumuskan dan mengantisipasi masalah di bidang periklanan.

d. Kompetensi Lainnya

Kompetensi lainnya adalah kompetensi yang dianggap perlu dimiliki oleh mahasiswa sebagai bekal mengabdi di masyarakat baik yang terkait langsung maupun tidak langsung. Adapun kompetensi lainnya yaitu memiliki kemampuan entrepreurner di bidang komunikasi.

2. Deskripsi Subyek Penelitian

Subyek penelitian dalam studi kasus ini terdiri dari 7 orang yang merupakan mahasiswa aktif prodi ilmu komunikasi dari berbagai tingkatan semester Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

SunanAmpel Surabaya yanggemar berbelanja online dan telah aktif berbelanja selama satu tahun atau lebih. Tujuh orang mahasiswa ini memiliki karakter yang berbeda-beda berdasarkan perbedaan latar belakang sosial, gender, usia, semester, dan konsentrasi penjuruan yang di ambil padaprogram studi ilmu komunikasi.

Penentuan subjek berdasarkan pengamatan yang di lakukan penulis sebelum permasalahan yang di kaji ditetapkan. Subjek ini dipilih mengacu pada representatifitas informasi atau data. Penelitian ini menghindari generalisasi, tiap-tiap subyek mewakili dirinya sendiri. Pemilihan subyek lebih di tekankan pada alasan dan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk itu peneliti akan memilih metode purposive sampling dimana peneliti telah membuat kriteria atau kategorisasi tentang subyek yang layak di jadikan sampel penelitian.

Subyek terdiri dari lima orang perempuan dan dua orang laki laki. Hal ini di karenakan kegemaran belanja online yang peneliti temui di lapangan lebih di dominasi oleh perempuan, dan penelitian di lakukan di fakultas dakwah dan ilmu komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Berikut ini adalah profil informan yang menjadi sampel dalam studi budaya hedonis mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi penguna online shop yang ada di fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Subyek 1 (Subekti)

Laki- laki, usia 20 tahun, belum menikah, asal Surabaya. Ia merupakan Mahasiswa prodi ilmu komunikasi semester 4 konsentrasi advertising. Mulai mengenal online shop sejak tahun 2014 dari iklan yang di tampilkan pada UC browser. Barang yang biasa di beli adalah kaos dan kemeja.

Bekti sebenarnya sudah mengenal online shop sejak duduk di bangku SMA tetapi hanya sekedar cek harga saja, ia mulai berani dan aktif belanja online pada saat kulian semester 3. Dia juga berpendapat bahwa belanja online itu enak dan tidak ribet

> "*aku mulai online iki pertengahan smt 3 tapi nek sing cek cek harga iku mulai SMK, iku sik durung wani tuku .wani tuku yo semester wingi iku cobak loh enak rek simpel gak ribet tapi yo sek dalam bentuk kaos kaosngunuiku*[2]."
>
> "saya mulai online ini pertengahan semester 3 tetapi tapi saya sudah gemar cek harga mulai smk, waktu itu saya belum berani beli, berani beli ya semester kemarin itu coba-coba teryata enak simpel dan gak ribet tapi ya masih dalam betuk kaos kaos iku"

b) Subyek 2 (Reni)

Perempuan, usia 19 tahun, belum menikah, asal Surabaya, ia merupakan mahasiswi semester 2 prodi ilmu komunikasi, mulai mengenal online shop sejak kelas 2 SMA, menjadikan online shop sebagai pilihan utama dalam mencari barang yang di inginkan

[2] Wawancara dengan Bekti pada 25 april 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Reni sudah mulai aktif belanja online sejak ia SMA kelas 2 sudah sekitar 3 tahun yang lalu. Berawal dari coba-coba hingga keterusan sampai sekarang .

> "Dulu waktu sma kelas 2 kalau ndak salah mulai terus coba coba belanja teryata keterusan mas sampe sekarang hehehehehe"[3].

c) subyek 3 (Rifdah)

Perempuan, usia 21 tahu, asal surabaya, belum menikah,ia merupakan mahasiswi semester 6 prodi ilmu komunikasi konsentrasi broadcasting, mengenal online shop sejak tahun2014, menjadikan online shop sebagai hobby,

Rifdah mengenal online shop sejak awal masuk kuliah sekitar 3 tahun yang lalu ia mengetahui online shop dari teman teman dan grup bbm yang mengundangnya.

> "Mulai online sejak 3 tahun yang lalu itu dari teman kan itu awal mula saya pegang bbm terus g tau trus di invite grup biasa kan ciwi ciwi kalau lihat gitu kan pengen yawes terus aku beli"[4].

d) Subyek 4(Mahmud Yunus)

Laki laki usia 24 tahun, asal kediri, belum menikah, mahasiswa smt 7 ilmu komunikasi konsentrasi PR, barang yang biasa di beli gadged beserta aksesorisnya, menjadikan online shop sebagai alternative belanja yang sangat menyenagkan.

[3] Wawancara dengan reni pada 25 april 2016
[4] Wawancara dengan Rifda pada 27 April 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Yunus mengenal onlineshop sejak semester 2 sekitar 3 tahunyang lalu. Ia pada awalnya mengenal online shop dari iklan yang ia lihat di tv. Pada saat itu toko online yang ia coba adalah toko bagus. Setelah itu ia merasa tertarik sehingga aktivitas belanja online tersebut berlanjut hingga sekarang.

> *"yoo nek toko bagus, dulu kan namanaya toko bagus kan belanja online seng pertama t eroi iku toko bagus kan iku ya kerono iklan nag tv sering mangkane yo nyobak iku, dulu toko bagus karo berniaga 2 yo melebur jadi OLX dulu aku nyoba dua duane terus sekaran kan ada lazada toko pedia tapi lebih sering lazada se[5]"*
>
> "ya kalo toko bagus, dulu kan namanya toko bagus toko online yang pertama saya tahu kan toko bagus ya karena iklan di tv sering mangkanya ya nyoba itu, dulu kan toko bagus sama berniaga melebur jadi satu OLX dulu saya nyoba dua-duanya terus sekarang ada lazada toko pedia tapi lebih sering ke lazada"

e) Subyek 5 (Anggun)

Perempuan usia 21 tahun, asal lamongan, belum menikah, mahasiswa semester 5 ilmu komunikasi konsentrasi broadcasting, barang yang biasa di beli jilbab, baju, sepatu.

Aggun sudah mulai belanja online sejak 6 tahun yang lalu ketika ia masih duduk di bangku SMA kelas satu ia muali online denagan membeli baju lewat account facebook

> "sekitar 6 tahun yang lalu SMA kelas satu aku beli baju waktu itu lewat facebook meskipun agak kecewa sih karena barangnya kurang sesuai dengan gambar[6]"

[5]Wawancara dengan Yunus pada 29 april 2016
[6]Wawancara dengan anggun pada 8 mei 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Walupun pengalaman pertama online shop yang di alami anggun kurang menyenangkan tetapi ia mengaku tidak kapok dan terus rutin belanja online sampai sekarang. Dari penuturan anggun ia mengenal online shop pertama kali dari iklan televisi, karna penasaaran ia kemudian mencoba searching di internet.

> "pertama kali iku dari tv *terus maringunu kan* penasaran lazada *ya wes maringunu dolek dolek nag* internet"
>
> "pertama kali itu dari tv terus setelah itu penasaran sama lazada yaudah habis itu cari-cari di internet"

f) Subyek 6 (adinda)

Perempuan usia 18 tahun, asal sidoarjo, mahsiswi semester 2 prodi ilmu komunikasi UIN Sunan Ampel surabaya,mengenal online shop sejak ia kelas 3 SMA, barang yang biasa di beli adalah sepatu, baju, dan jilbab

Dinda sebenarnya mulai mengenal online shop sejak ia duduk di bangku kelas 3 SMA meskipun ia tidak ingat betul tepatnya kapan. Waktu itu ia membeli sepatu dari toko online bukalapak.com

> "Agak lupa ya kapanya mas tapi kalau ga salah pas SMA kelas 3 seingatku mau ujian semester 1 dulu waktu iku aku coba di bukalapak beli sepatu[7]"

g) Subyek 7 (Ike)

[7]Wawancara dengan dinda pada 9 mei 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perempuan usia 19 tahun, asal lamongan, mahasiswi semester 4 prodi ilmu komunikasi, mengenal online sejak kelas 2 smp, barang yang biasa di beli adalah aksosoris berbau K-pop, sepatu, baju, jilbab,dan gagjed

Ike mengenal online shop dan mulai aktif berbelanja sejak ia duduk di bangku SMP. Pada waktu itu ia mencari barang-barang K-Pop berupa vcd dan dvd K-pop melalui akun facebook nya.

> "dulu kelas 2 smp pertama kali kan iku beli dvd korea-korea itu kan tau nya dari fb dulu kan smp media nya kan hanya sebatas fb kan maksudnya gak banyak ya itu liat liat kaset di situ tertarik beli tertarik beli[8]."

3. Obyek Penelitian

Objek penelitianadalah sifat keadaan dari suatu benda, orang, atau yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian. Sifat keadaan dimaksud bisa berupa sifat, kuantitas, dan kualitas yang bisa berupa perilaku, kegiatan, pendapat, pandangan penilaian, sikap pro-kontra, simpati-antipati, keadaan batin, dan bisa juga berupa proses.[9] Objek dari penelitian ini yang berupa budaya hedonisme yang berwujud dalam penguna *online shop* sudah termasuk dalam perilaku, kegiatan, dan juga keadaan batin.

Obyek dari penelitian ini yakni perilaku konsumtif dan gaya hidup penguna *online shop* yang dalam fenomena dewasa ini sedang *boming* di kalangan generasi muda khsusnya mahasiswa prodi ilmu

[8]Wawancara dengan ike pada 8 mei 2016
[9] Saifuddin, Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka pelajar, 1998) hlm 36

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Perilaku konsumtif dan gaya hidup penguna *online shop* ini termasuk dalam aspek psikologi komunikasi. Psikologi Komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan peristiwa mental dan *behavioral* dalam komunikasi[10] dimana salah satunya yaitu adanya sebuah motif dalam menggunakan sebuah media secara terus menerus hingga menjadi sebuah adiksi. Media yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan media *online shop* yang termasuk dalam kategori media baru yaitu media internet.

B. **Deskripsi Data Penelitian**

1. Motif online shop mahasiswa prodi ilmu komunikasi

Pada dasarnya segala sesuatu yang di lakukan berulang ulang adalah sesuatu yang menguntungkan atau menyenagkan, begitu pula dengan aktifitas belanja yang di lakukan oleh mahasiswa ilmu komunikasi. Ada berbagi macam alasan dan motif yang mendasari prilaku belanja online shop yang di lakukan terus menerus secara berlebihan sehingga dapat di sebut perilaku yang konsumtif. Aktifitas tersebut kiraya memberiakan keuntungan, kesenangan dan kepuasan tersendiri yang di dapatkan oleh setiap subyek penelitian kami. Berikut adalah data dari wawancara yang kami lakukan.

a. Reni

[10] Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008) hlm. 9

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Seperti yang di katakan oleh reni ia merasa mendapatkan kepuasan tersendiri saat belanja online terlebih lagi ketika ia menemukan barang yang di cari dan harganya cocok.

> "kepuasan tersendiri di online rasanya itu kayak ada rasa yang puas gitu loh pas kita dapat barang yang di cari dan apalagi kalo harganya itu cocok"[11]

Sosmed (sosial media) memegang peranan yang penting dalam mempengaruhi perilaku belanja online reni. Ia mengatakan bahwa kesukaanya dengan online shop berawal dari sosmed istagram. Berikut adalah penuturan Reni.

> "ya kan saya juga penguna sosmed gitu suka instagram gitu. Ya suka liat liat ae gambarnya bagus yaudah tertarik[12]"

Selain sosmed Reni juga mendapat pengaruh dari teman-temannya agar berbelanja online. Dari penuturan Reni ia bayak di pengaruhi dan di rekomendasikan oleh temannya yang mengatakan bahwa *online shop* lebih bagus

[11] Wawancara dengan reni pada 25 april 2016
[12]Ibid,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "soalnya apa itu tertarik sama gambarnya terus habis itu ada rekomen juga dari teman-teman katanya iniloh bagus iniloh bagus[13]"

Selain beberapa hal di atas bagi reni berbelanja khususnya online juga sudah merupakan hoby yang sudah lama di lakukan.

> " lebih ke hoby ae se kolau online shop iku soalnya sudah lama juga [14]"

b. Mahmud yunus

Menurut yunus online shop adalah sebuah alternatif yang menarik dalam berbelanja, karena harga, pelihan barang dan pelayanan yang di tawarkan juga keungulan tersendiri sehinga ia merasa tertarik jika di bandinkan dengan belanja secara langsung di toko.

> *"menurutku yo koyok sing nag OLX sing kebanyakan barang, kan ono loro OLX sing kebayakan barang bekas karo lazada sing barang baru. Kalau di olx iku keuntungane biasane barang bekas hargane lebih miring piliane lebih akeh cuman beresiko soale barang bekas terus kita kan ngak kenal orang sing jual iku, tapi aku seneg OLX yo krono iku hargane lebih miring soale aku seneng beli barang bagus meskipun bekas daripada barang yang baru tapi kualitase jelek, mangkane aku lebih prever nag OLX[15]"*

---

[13]Ibid,

[14]Ibid,

[15]Wawancara dengan yunus pada 29 april 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Menurut saya seperti OLX yang kebanyakan barang, kan ada dua OLX yang kebanyakan barang bekas sama lazadayang barang baru. Kalau di OLX itu keuntungannya biasanya barangbekas harganya lebih miring pilihan lebih banyak Cuma lebih beresiko soalnya barang bekas terus kita tidak kenal orang nya yang jual, tapi saya lebih suka OLX soalnya karena itu tadi harganya lebih miring soalnya saya suka beli barang bagus meskipun bekas daripada barang baru tapi kualitasnya jelek mangkanya saya lebih prever ke OLX"

selain lebih mudah murah dan beragam online shop juga menguntugkan. Dari penuturan Yunus bahwa dia sering mendapatkan profit keuntungan dari online shop itu. Ia membeli barang dan kemudian menjualnya kembali dengan harga yang lebih tinggi dari harga sebelumnya. Berikut adalah ungkapan dari yunus yang memanfatkan media online shop untuk mendapatkan keuntungan tambahan.

> *"terus yang membuat aku ketagian iku adalah pernah dulu aku beli barang di online kemudian barang iku tak jual lagi dan dapat profit"*[16].
>
> "terus yang buat saya ketagihan itu adalah pernah dulu saya beli barang di online kemudian barang itu saya jual kembali dan dapat profit"

Selain dapat keuntungan di online shop juga sangat rawan dengan penipuan seperti yang di katakan yunus iya pernah ketipu beberapa kali.

[16]Ibid,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

" pernah ketipu di olx iku beli xiaomi terus sing pertama kali ketipu iku gak dari toko online aku dari BBm itu udah agak lama se iku masuk gak iku soale gak toko online, yo toko se cuma lewat bbm iyo iku ketipu laptop aku iku sampe tiga juta setengah udah lama tapi udah lama banget[17]"

"pernah ketipu itu di olx itu beli xiaomi (*smartphone*) pertama kali ketipu itu saya ndak dari toko online dari BBM itu sudah agak lama itu mauk ngak soale ngak toko online, ya toko Cuma lewat BBM iya itu ketipu laptop itu sampe tiga juta setengah sudah lama tapi sudah lama sekali"

Meskipun sering tertipu yunus mengaku tidak kapok sebaliknya ia belajar dari situ dan terus berbelanja online hingga sekarang.

"yo gak kapok se belajar darisitu se akhir e soalnya ya pernah dapat profit ya pernah rugi ya emang gitu kan hidup kadang untung kadang rugi[18]"

"ya ndak kapok belajar dari situ akhirnya soalnya ya pernah dapat profit ya pernah rugi ya memang begitu kan hidup kadang untung kadang rugi"

c. Rifdah

Ia tertarik dengan belanja online karena gambar yang di tampilkan di online shop lebih menarik selain itu ia juga mengangap harga yang di tawarkan oleh online shop lebih murah di bandingkan dengan belanja secara langsung di toko.

"karena gambar gambarnya memukau jadi pengen beli. Terus ngerasanya kalau di onlineshopiku 60 ribu itu murah di banding beli di pasar harga 60 ribu iku kelihatane wahh 60

[17]Ibid,
[18] Ibid,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ribu pasti kudu nawar sampe nanti 50 ribuh atau 30 ribu mungkin tapi kalau online shop 60 ribu iku hal sing murah[19]"

Rifdah sering kali survey terlebih dahulu di toko atau mall sebelum membeli barang yang ia inginkan di online. Ia mencari dan membandingkan harganya terlebih dahulu.

" aku milih baju kan beberapa kan aku sakdurunge beli iku tak survey disik nag pasar pasar koyok paling ngak ndek dtc ta nag mall mall pasti ada baju baju sing sing online iku dadi aku iku masio g mirip banget jelase iku 80 persen yo ngunu iku t bandingno disik hargane karo sing tak kepingini iku maeng[20]"

"Saya pilih baju beberapa sebelum beli itu saya survey dulu di mall pasti ada itu baju yang di *online* itu messkipun ndak mirip banget jelas itu 80 persen ya seperti itu, jadi saya bandingkan dulu harganya sama yang saya inginkan itu"

Dari membandingkan tersebut teryata memeng perbedaan harga yang di tawarkan cukup jauh berbeda terlebih lagi online juga tidak perlu menawar dan repot-repot pergi belanja. Berikut ini adalah penuturan rifdah.

"teryata perbandingan hargane iku pancen beda banget waktu iku ono hem nag dtc dan aku pengen hem e iku kaos terus ono opo iki jenenge kaos biasa karo kombinasine kotak kotak waktu aku ndelok nag online iku 55 ribu sedangkan nag dtc iku 90 ribu terus tak nyang mentok 60 ribu lo g di kasih padahal iku yo nag koncoku dewe yo aku lapo yoan

[19]Wawancara dengan Rifdah pada 27 april 2016
[20]Wawancara dengan rifdah pada 27 april 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tuku nag dtc wes pegel muter muter ngenyang jungkir walik tapi regone kacek mek limang ewu karo sing online shop sing aku g usah belonjo[21] *"*

"teryata prbandingan harganya memang jauh pada waktu itu ada kemeja di dtc dan saya ingin beli hemnya itu kaos terus ada kombinasi kotak-kotaknya waktu itu saya lihat di online 55 ribu sedangkan di dtc 90 ribu terus ak tawar sampe 60 ribu loh g di kasih padahal itu juga di teman saya sendiri kenapa juga saya beli di dtc sudah capek keliling nawar jungkir balik tapi harganya selisih 5 ribu lebih baik beli di online shop yang saya tidak usah belanja"

Menurut Rifdah dengan belanja online kita juga akan lebih mudah mendapatkan barang yang di inginan karena kemudaha dan kepraktisannya.

"lebih praktis juga tanpa belanja keluar barang sudah datang[22]"

d. Bagus Subekti

Beragam keungulan online shop juga di tuturkan oleh bekti. Dari pegalamnya selama ini Bekti selalu mendpatkan penlayanan yang baikpengiriman barang tidak molor tepat waktu dan barang yang di dapat sesuai dengan gambar yang di tampilkan

[21]Ibid,.
[22]ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"yo enak g enak se tapi sing tak alami iki enak kabeh mas barange tekone tepat waktu kabeh karo sesuai sing tak pesen[23]*"*

"ya enak gak enak ya tapi yang saya alami ini enak semua mas barange tekone tepat waktu dan sesuai dengan yang saya pesan"

Bekti mengatakan bahwa ia megetahui online shop dari iklan yang di tanpilkan di UC browser

"*nek online shop iki aku ero teko opo iki UC browser iku kan iku ono elevenia trus tak buka oala online shop terus iku murah-murah yawes tuku terusan*[24]"

"kalau online shop itu saya tahu daru UC rowser kan disitu ada elevenia lalu saya buka online shop itu murah-murah yasudah saya beli"

Menurut Bekti belanja di online itu lebih menguntungkan disamping proses transaksinya yang mudah harga yang di tawarkan kebanyakan lebih murah jika di bandingkan dengan beli di toko secara langsung

"Kadang iso luwih larang iso luwih murah. Jane sing t tuku iki luwih murah kabeh kan aku delok nag toko kok larang ngene yawes tuku oneline ae[25]*"*

[23] Wawancara dengan bekti pada 25 april 2016
[24] Ibid
[25] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Kadang bisa lebih mahal kadang juga lebih murah. Tapi yang saya beli ini lebih murah semua soalnya saya lihat di toko kok mahal gini yaudah beli online saja"

e. Ike

Ike tertarik dengan online shop karena menurutnya gambar yang di tampilkan lebih bagus dan menarik, selain itu onlinshop juga mudah dan praktis

> "karena online shop itu kalau di lihat gambarnya bagus bagus dari awalnya kayak pacaging nya terus kenapa suka karena mudah kita ngak perlu ke mall ke pasar kita tinggal klik langsung pilih langsung transfer gitu aja[26]"

Menurut ike belanja di online shop itu lebih terjamin selain praktis oline shop juga labih aman dengan andanya sistem cod *(cash on delivery).* Kita juga dapat mengembalikan barang yag akan kita beli jika kurang cocok.

> "karena ya tadi itu ada jaminan nya bisa cod juga jadi kurirnya itu datang ke kos kita dan nanti bisa kita kasih di situ kalau gak cocok barangnya juga bisa kita kembalikan[27]"

Selain beberapa hal tadi ike suka dengan online shop karena harga yang di tawarkan juga lebih murah dan sesuai dengan kantong mahasiswa seperti dirinya

[26]Wawancara dengan ike pada 12 mei 2016
[27] ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "kantong mahasiswa ya biasane ya cari yang harga 50 sanpai 150 ribu lah ngak lebih lebih kalau untuk sepatu sama tas[28]"

Ia memiliki beberapa barang favorit untuk di beli. ike biasanya membeli baju,sepatu dan tas

> "biasane kalau gak beli tas baju sepatu paling sering beli tas sama sepatu kalau baju itu ngak soale baju itu kebanyakan gak sama, sama gambarnya kalau tas sama sepatu hampir sama[29]"

f. Dinda

Dinda mengaku tertarik dengan belanja online karena baginya gambar yang di tampilkan di online lebih menarik.

> "soalnya barang nya lebih menarik biasanya gitu[30]"

Selain hal tersebut menurut dinda harga yang di tawarkan juga lebih murah bila di bandingkan dengan yang ada di toko toko. Di online juga mempunyai barang lebih banyak dan beragam.

[28]Ibid.,
[29]Ibid.
[30]Wawancara dengan dinda pada 9 mei 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "praktis karena barangnya lebih menarik satu trus karna piliannya meskipun gimana ya kalau biasanya di toko toko jarang di tempat tempat tertentu banyaknya barang maksunya itu di tempat tertentu dan mahal mahal kalau di online itu biasanya lebih miring harganya[31]"

Menurut dinda kegemarannya berbelanja online bukan hanya sekedar keinginan saja tetapi sdah menjadi subuah hoby yang menarik.

> "ndak keinginan aja se lebih ke hoby seneg liat liatCari cari kalo ada yang bagus ya beli"

g. Anggun

Menurut anggun ia tertarik dengan belanja online karena menurut dia belanja lewat *onlineshop* lebih menhemat waktu dan bhkan dapat di lakukan meskipun kita sedang sibuk.

> "ya suka ae kan lebih menghemat waktu kita ngak perlu keluar tingal liat ae kalo kita sibuk pun juga bisa[32]"

Bagi anggun belanja lewat online tu sebenarnya lebih mahal karena di kenakan jasa *ongkir*atau uang kirim tapi baginya itu tidak jadi masalah karena ia lebih bisa menghemat waktunya.

[31] ibid
[32]Wawancara dengan angun pada 8 mei 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "kalo harganya lebih mahal se soale ono ongkir e tapi tetap milih ya karna iku maeng lebih menghemat waktu"

Untuk menghindari biaya *ongkir* anggun biasanya melakukan transaksi secara cod (*cash on delivery*) di mana anggun bertemu langsung dengan penjual yang dersangkutan dan melakukan transaksi di tempat yang di tentukan bersama.

> *"yo lek sekitaran surabaya ya cod misale koyo pas aku beli jilbab di arscraf kan arek kene dewe jadi ya cod di kampus"*

2. Gaya berpakaian mahasiswa penguna online shop

Untuk selalu update barang-barang yang paling baru tetu bukanlah hal yang sulit bagi para mahasiswa yang gemar belanja online ini. Dari hasil wawancara yang kami lakukan para mahsiswa ini menuturkan bahwa mereka selalu aktif untuk melihat-lihat dan membeli barang di online shop. Dari hasil wawancara kami sebagian besar dari informan kami lebih gemar berbelanja pakaian dan acesory di bandingkan dengan barang-barang lainnya. Seperti yang di katakan reni beriku ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> ”ada pernah baju, lipstik, tas juga pernah . Kayak sepatu gitu g pernah , hair clip itu pernah[33]”

Hal ini dapat di ketahui dari pakain yang di pakai selalu update dan fasionabel sebagai suatu simbol dari status sosial. Mereka selalu mencari barang-barang yang keluaran terbaru sehinga apa yang di pakai selalu baru dan tidak ketingalan jaman. Seperti yang di katakan oleh rifdah bahwa ia haya mau membeli barang yang paling up date saja.

> “waktu iku temanku ada yang jual aku g seberapa tertarik soale mek jilbab jilbab dan aku ngeroso jilbab e iku wes g hits dadine aku g gelem[34]”
>
> (“waktu itu temanku ada yang jual saya gak seberapa tertarik soalnya saya merasa jilbabnya itu kurang hits jadinya saya ndak mau”)

Hal senada juga di sampaikan oleh anggun dimana ia juga sealu mencari hal-hal yang paling baru di dunia fasion. Lewat kegemarannya belanja online ini ia merasa sangat terbantu dalam mendukung hobi fasionnya ini. dengan adanya online shop angun sealu dapat mengikuti perkembangan fasion yag sedang hits sekarang.

> “bantu banget ya koyo misale saiki tas sing lagi hits opo, tas sling back misale ya iku yang di browsing selasai[35]”

[33]Wawancara dengan reni pada 25 april 2016
[34]Wawancara dengan rifdah pada 27 april 2016
[35]Wawancara dengan anggun pada 8 mei 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tidak hanya itu para infoman kami ini sangat perlu sekali dalam menjaga penapilannya agar dapat di nilai megikuti perkembangan jaman dan gaul di mata teman teman mereka.

> "*Perlu lah mas kan gawe jaga penampilan biar tetep gaul*[36]"
>
> "Perlu kan buat menjaga penampilan biar tetap gaul"

Barang yang juga sering di cari oleh para mahasiswa selain pakaian dan asesori mereka juga seringkali mencari produk-produk smart phone keluaran terbaru melalui online shop. Seperti yang di lakukan mahmud yunus ia seringkali berburu smarphone idamannya di online shop.

> *"gadged dan infrastruktur e gadjed pokoe opoae sing ada hubungane karo gadjed*[37]*"*
>
> "*gaged* dan infrastrukturnya gadged pokoknya apa saja yang ada hubungan nya sama gadged"

Selain itu para mahasiawa ini juga sagat gemar up date harga bahkan mereka juga melakukan survey di mall-mall terlebih dahulu

[36]Wawancara dengan Ike pada 03 juni 2016
[37]Wawancara dengan yunus pada 19 mei 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebelum membeli barang yang di inginkan guna membandingkan harga sehingga di dapat harga yang terbaik (lebih murah) .

> *"aku milih baju kan beberapa kan aku sakdurunge beli iku tak survey disik nag pasar pasar koyok paling ngak ndek dtc ta nag mall mall pasti ada baju baju sing sing online iku dadi aku iku masio g mirip banget jelase iku 80 persen yo ngunu iku t bandingno disi hargane karo sing tak kepingini iku maeng*[38] *"*
>
> "aku pilih baju kan sebelum beli itu terlebih dahulu aku surver ke pasar kayak paling tidak di dtc atau mall-mall pasi ada baju yang aku pingini iku meskipun g mirip banget jelanya 80 persen ya seperti itu saya bandingkan dulu harganya sama yang saya inginkan"

Memilih harga yang terbaik adalah saah satu straegi dari para mahasiswa ini untuk menghemat buged yang di gunakan untuk mendukung gaya hidup mereka. Seperti yang di ungkapakan oleh ike berikut ini.

> "kantong mahasiswa ya biasane ya cari yang harga 50 sanpai 150 ribu lah ngak lebih lebih kalau untuk sepatu sama tas[39]"

Selain berbelanja para mahasiswa yang menjadi informan kami juga menuturkan bahawa agar selalu up date mereka seringkali hanya membuka alikasi onlinya dan sekedar melihat-liat barang-barang apa

[38]Wawancara dengan rifdah pada 27 april 2016
[39]Wawancara dengan Ike pada 03 juni 2016

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

saja yang paling baru. Meskipun begitu para informan kami mengaku senang dengan hal tersebut sebagai kegiatan utuk menghabiskan waktu. Seperti yang di ungkapkan rifdah berikut ini:

> "ya daripada ngangur kan mending buka ig liat-liat barang apa sing lagi hits[40]"

Beberapa hal yang juga sangat di perhatikan informan kami adalah bagaiman mereka mengunakan barang barang yang mereka beli di online shop untuk mendukung penampilan mereka. Seperti yang di katakan Rifdah bahwa dalam berpenampilan juga harus melihat keserasian setelan busana yang di pakai.

> "ya ndak lah mas biasane malah eank kan iso meleh ndi setelan baju yang pasbiar serasi kita yo bisa tambah PD kan akhir e[41]"
>
> "ya biasanya sih makin enak ya kita bisa memilih setelan baju yang pas supaya serasi kita juga bisa tambah percaya diri kan akhirnya"

[40]Wawancara dengan rifdah pada 27 april 2016
[41]Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id