



***ONLINE SHOP* SEBAGAI CARA BELANJA DI KALANGAN
MAHASISWA UNNES**

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Sosiologi dan Antropologi
Universitas Negeri Semarang

Oleh :

Haning Dwi Pratiwi

NIM. 3401409050

**JURUSAN SOSIOLOGI DAN ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2013**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul *online shop* sebagai cara belanja di kalangan mahasiswa Unnes telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk diajukan ke Sidang Panitia Ujian Skripsi Jurusan Sosiologi dan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang pada :

Hari :

Tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Elly Kismini M.Si
NIP. 19620306 198601 2 001

Kuncoro Bayu Prasetyo, S.Ant, MA
NIP. 19770613 2005011 002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sosiologi dan Antropologi

Drs. Moh. Solehatul Mustofa, M.A
NIP 19630802 1988031 00 1

HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang panitia ujian skripsi
Jurusan Sosiologi dan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri
Semarang pada:

Hari :

Tanggal :

Penguji Utama,

Dra. Rini Iswari, M.Si
NIP. 19590707 198601 2 001

Penguji I

Penguji II

Dra. Elly Kismini, M.Si
NIP. 19620306 198601 2 001

Kuncoro Bayu Prasetyo, S.Ant,M.A.
NIP. 19770613 2005011 002

Mengetahui:

Dekan,

Dr. Subagyo, M.Pd
NIP 19510808 1980031 003

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat di dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, Juli 2013

Haning Dwi Pratiwi
NIM. 3401409050

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- ❖ Sukses adalah sebuah perjalanan bukan tujuan akhir
- ❖ Seburuk apapun hari ini percayalah ada hari esok yang lebih baik

PERSEMBAHAN

Skripsi ini untuk

- ❖ Untuk kedua orang tua yang selalu mendukung dan memberikan doa yang tak pernah henti
- ❖ Saudara kandung Hendra Wijaya terimakasih atas dukungan dan semangat
- ❖ Sahabat yang selalu mendukung dan memberikan semangat
- ❖ Teman-teman Sosiologi dan Antropologi angkatan 2009

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Online Shop* Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa Unnes.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan karya tulis ini, keberhasilan bukan semata-mata diraih oleh penulis, melainkan diperoleh berkat dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang berjasa dalam penyusunan karya tulis ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Fakhtur Rokhman M.Hum Rektor Unnes yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Unnes.
2. Dr. Subagyo, M.Pd, Dekan Fakultas Ilmu Sosial yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Unnes.
3. Drs. Moh. Solehatul Mustofa, M.A, Ketua Jurusan Sosiologi dan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang yang telah memberi masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi.
4. Dra. Elly Kismini, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, mengarahkan, menasehati, dan memotivasi dalam penulisan skripsi ini sampai akhir.
5. Kuncoro Bayu Prasetyo, S.Ant, M.A, selaku dosen pembimbing II yang penuh kesabaran telah membimbing dan memotivasi sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Mahasiswa Unnes yang menggunakan jasa *online shop* yang telah meluangkan waktunya semaksimal mungkin untuk membantu penelitian.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memotivasi dan membantu sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga bantuan yang telah diberikan kepada penulis menjadi catatan amalan baik serta mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT. Pada akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Semarang, Juli 2013

Penulis

SARI

Pratiwi, Haning Dwi. 2013.*Online Shop sebagai Cara Belanja Mahasiswa Unnes.* Skripsi, Jurusan Sosiologi dan Antropologi, FIS UNNES. Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I Dra. Elly KisminiM, Si pembimbing II Kuncoro Bayu Prasetyo, S.Ant, M.A

Kata kunci: *Online Shop, Cara Belanja, Mahasiswa*

Penggunaan internet semakin populer dikacamata para generasi muda tak terkecuali mahasiswa. Mahasiswa adalah bagian masyarakat yang sangat dekat dengan persoalan akses informasi dan dunia internet, *online shop* merupakan bentuk perubahan yang di sajikan oleh internet dari segi inovasi dalam berbelanja. Pada setiap kesempatan *online shop* menjadi perbincangan oleh sebagian kalangan mahasiswa, lalu bagaimana dengan mahasiswa Unnes. *Online shop* memberikan berbagai kemudahan dalam proses transaksinya apakah hal itu yang membuat mahasiswa Unnes memilih untuk menggunakan *online shop* ataukah hal lain yang mendorong mahasiswa memilih *online shop* sebagai cara belanja. Tujuan yang hendak di capai (1) mendiskripsikan fenomena *online shop* dikalangan mahasiswa Unnes 2) mengetahui faktor yang mendorong mahasiswa Unnes memilih cara belanja dengan menggunakan *online shop*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sumber data penelitian adalah Mahasiswa Unnes yang menggunakan jasa *online shop*. Sumber data primer meliputi subjek penelitian yaitu mahasiswa yang terdiri dari 4 fakultas yang berbeda dan informan penelitian terdiri dari mahasiswa 5 jurusan dan 1 petugas layanan jasa pengiriman barang. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumnetasi. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif yang terdiri atas pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *online shop* di kalangan mahasiswa Unnes memberikan berbagai perubahan cara belanja. Perubahan tersebut bukan hanya dari segi pola belanja namun adapula perubahan yang sangat terlihat yaitu perubahan pada penggunaan *online shop* untuk sebagian mahasiswa yang cenderung selalu menggunakan *online shop* sebagai cara belanja untuk memenuhi kebutuhan. *Online shop* sudah banyak menggantikan model belanja konvensional menjadi *online shop*. *Online shop* memberikan berbagai kemudahan sehingga dari 6 subjek penelitian terbukti bahwa 4 diantaranya menggunakan *online shop* untuk memenuhi kebutuhan Mahasiswa perempuan dalam menggunakan jasa *online shop* sebagai cara belanja lebih menekankan pemenuhan kebutuhan untuk membeli barang-barang seperti : pakaian, tas, sepatu dan kebutuhan pribadi

lainnya. Mahasiswa laki-laki dalam menggunakan jasa *online shop* dalam memenuhi kebutuhan lebih menekankan pada konsumsi pemenuhan hobi seperti pembelian robot rakitan, alat olahraga dan pakaian yang dibutuhkan. Penggunaan *online shop* bukan hanya memberikan kemudahan namun adapula timbulnya masalah dalam penggunaannya yaitu adanya kekecewaan mahasiswa dalam menggunakan jasa *online shop* karena barang yang diinginkan tidak sesuai yang dikehendaki.

Penulis dapat memberikan saran kepada para mahasiswa Unnes yang cenderung memilih *online shop* dalam memenuhi kebutuhan yaitu bahwa *online shop* memberikan berbagai kemudahan yang instan dalam transaksinya, selain itu juga sebagai bahan pertimbangan sebagian mahasiswa Unnes membuktikan bahwa *online shop* juga menimbulkan kekecewaan karena barang yang diinginkan tidak sesuai yang dikendaki. Kewaspadaan terhadap penggunaan *online shop* sebaiknya menjadi bahan pertimbangan bagi semua pihak yang menggunakan *online shop* sebagai cara belanja untuk pemenuhan kebutuhan.

Saran yang di berikan kepada para pengguna jasa *online shop* adalah dengan menggunakan situs resmi yang terpercaya dan memilih kualitas barang yang tinggi ketika melakukan transaksi *online shop*. *Online shop* memberikan berbagai kemudahan dalam proses transaksinya oleh sebab itu disarankan kepada para pengguna jasa *online shop* harus lebih jeli memanfaatkan jasa tersebut dan memilih barang yang dapat digunakan secara fungsi barang tersebut.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Persetujuan Pembimbing	ii
Pengesahan Kelulusan	iii
Pernyataan	iv
Motto dan Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Sari	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Penegasan Istilah	6
G. Sistematika Skripsi.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	10
A. Kajian Pustaka	10
B. Landasan Teori	14
1. Perubahan Sosial	14
2. Konsumsi.....	18
3. Masyarakat Konsumsi	20
C. Kerangka Berpikir	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Dasar penelitian	23
B. Lokasi Penelitian	24
C. Fokus Penelitian	24
D. Sumber Data Penelitian.....	25
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Validitas Data	38
F. Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Universitas Negeri Semarang	44
1. Lokasi Penelitian	44
2. Gambaran Sosial Budaya mahasiswa	46

B. Profil Mahasiswa yang menggunakan <i>online shop</i>	49
C. Fenomena <i>Online Shop</i> di kalangan Mahasiswa Unnes.....	56
1. Presepsi mahasiswa dalam menggunakan <i>online shop</i>	56
2. Pergeseran pola belanja	59
3. Istilah khas dalam <i>online shop</i>	66
4. Jenis-jenis komoditas yang dikonsumsi mahasiswa	69
5. Jenis transaksi dalam <i>online shop</i>	73
6. Pemanfaatan barang <i>online shop</i>	79
7. Permasalahan yang muncul dalam <i>online shop</i>	81
D. Faktor penyebab mahasiswa memilih <i>online shop</i>	84
BAB V PENUTUP	90
A. Simpulan	90
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar subyek penelitian	22
Tabel 2. Daftar informan penelitian	29
Tabel 3. Data Mahasiswa Unnes Tahun 2013	45
Tabel 4. Istilah khas dalam <i>Online Shop</i>	68
Tabel 5. Barang Konsumsi subjek penelitian	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bagan kerangka berpikir	22
Gambar 2. Gerbang Universitas Negeri Semarang.....	44
Gambar 3. Aktivitas mahasiswa <i>online</i>	47
Gambar 4. Gambar salah satu toko <i>online</i> yang di kunjungi Nanang A.P	63
Gambar 5. Nanang A.P dengan barang belanjanya melalui <i>online</i>	72
Gambar 6. Contoh Bukti penerimaan barang lewat JNE.....	74
Gambar 7. Wawancara petugas jasa layanan antar barang.....	76
Gambar 8. Koleksi Gundam Reza N.F yang di beli melalui <i>online shop</i>	80

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Instrumen Penelitian
- Lampiran 2. Identitas Subjek Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi komunikasi yang semakin maju dan berkembang menumbuhkan berbagai pengaruh bagi penggunanya. Teknologi bagai bermata dua yang memberikan kelebihan dan kekurangan. Masyarakat dituntut untuk lebih mampu memanfaatkan teknologi sesuai dengan fungsinya. Internet merupakan bentuk dari perkembangan teknologi yang saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian kalangan. Perubahan zaman yang mengharuskan pengetahuan teknologi dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh semua pihak.

Perubahan teknologi komunikasi yang sangat cepat dan mengglobal telah memberikan perubahan secara signifikan. Jaringan sosial internet juga dapat mempengaruhi tingkat kebutuhan mahasiswa dalam kehidupannya. Kewajiban sebagai mahasiswa ialah belajar dan menuntut ilmu. Perubahan lingkungan sosial juga tatanan kehidupan, mahasiswa mengubah pola hidupnya. Berbagai cara dilakukan mahasiswa untuk tetap eksis di lingkungannya mulai dari pemilihan cara belajar, memilih teman, cara berpenampilan, cara memilih hiburan hingga cara mereka mengekspresikan kreativitas. Mahasiswa mengekspresikan dirinya dengan mencari informasi terkait dengan tatanan kehidupannya dengan menggunakan teknologi internet. Perkembangan teknologi membawa

banyak perubahan dalam gaya hidup mahasiswa. Internet mengenalkan berbagai informasi mulai dari jejaring sosial, berita, video, foto hingga berbelanja.

Penggunaan internet semakin populer dikacamata para generasi muda tak terkecuali mahasiswa. Mahasiswa adalah bagian masyarakat yang sangat dekat dengan persoalan akses informasi dan dunia internet, bukan hanya karena tuntutan keilmuan yang mengharuskan mahasiswa untuk selalu mencari informasi terbaru, tetapi juga persoalan tentang berbagai kebutuhan mendasar sebagai manusia di era teknologi. Penggunaan internet sebagai salah satu akses informasi dalam melancarkan berbagai aktivitas mahasiswa. Internet digunakan sebagai penghubung ilmu dan mempermudah mahasiswa untuk mengakses berbagai kebutuhan yang berhubungan dengan keilmuan. Internet juga digunakan instansi dan mahasiswa untuk menyelesaikan bentuk administratif, pengurusan mata kuliah, pengurusan nilai juga hal-hal yang berkaitan dengan akademis kemahasiswaan.

Kondisi lingkungan yang mendukung mahasiswa untuk mengakses berbagai bentuk inovasi atau perubahan yang ada di lingkungan sekitar akibat adanya internet. Internet memberikan beragam fasilitas yang sangat memudahkan penggunaannya untuk mengakses beragam informasi yang diinginkan sehingga para pengguna internet dimanjakan oleh beragam fasilitas tersebut. Beragam fasilitas yang disajikan oleh internet memberikan warna baru dalam segi belanja. *Online shop* adalah salah satu

fasilitas yang disajikan internet yang memberikan berbagai kemudahan. Kemudahan yang disajikan dalam berbelanja yaitu efisiensi waktu, tanpa harus bertatap muka pelanggan bisa membeli barang yang diinginkan, ataukah demikian dengan mahasiswa Unnes yang berminat menggunakan jasa *online shop* sebagai cara belanja ataukah hal lain yang membuat mahasiswa Unnes memiliha cara belanja ini.

Perubahan cara belanja dengan menggunakan *online shop* sedikit banyak menggeser nilai sosial yang semula jika bertransaksi di pasar menggunakan komunikasi secara verbal dalam bertransaksi, sebaliknya jika berbelanja melaui *online shop* proses bertransaksinya hanya melalui jaringan internet tanpa bertatap muka sehingga tidak adanya proses tawar menawar atau berkomunikasi verbal. *Online shop* sama halnya dengan pasar tradisional atau modern yang ada di dunia nyata namun perbedaannya hanyalah pada cara bertransaksi atau proses jual belinya dengan menggunakan jaringan internet. Para pengguna jasa jual beli *online* ini dapat dengan mudah melihat pilihan barang dan harga yang akan dibelinya. Keunggulan pembelian secara *online* ini prosesnya dapat dengan mudah di lakukan cukup dengan membuka *web web online shop* dengan sambungan jaringan internet.

Berbagai kesempatan dilingkungan sosial mahasiswa Unnes sering kali memperbincangkan mengenai *online shop*. *Online shop* menjadi topik pemrbincangan untuk menjalin komunikasi antara mahasiswa satu dengan yang lainnya. Perbincangan seputar *online shop* untuk memenuhi

kebutuhan mahasiswa memberikan keingintahuan penulis lebih mendalam mengenai apa yang membuat mahasiswa Unnes memilih *online shop* dalam memenuhi kebutuhan.

Pemenuhan kebutuhan melalui *online shop* untuk sebagian mahasiswa yang selalu menjadikan tanda tanya besar. Apakah dengan *online shop* mahasiswa merasa mendapatkan kemudahan yang di tawarkan ataukah hal lain yang membuat mahasiswa Unnes memilih cara belanja dengan menggunakan *online shop*. Mempertimbangkan kondisi lingkungan dan sosial mahasiswa Unnes yang berada di kawasan yang tidak begitu strategis sehingga *online shop* adalah salah satu pilihan mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan ataukah ada hal yang lain yang membuat mahasiswa memilih *online shop* dalam memenuhi kebutuhan.

Penggunaan *online shop* bagi mahasiswa memberikan perubahan belanja yang semula harus berdesak-desakan di pasar menjadi satu hal yang baru dan praktis. Penulis tergugah untuk lebih jauh mengetahui apa yang melatar belakangi *online shop* ini menjadi pilihan belanja mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan. Sehingga dengan berbagai masalah yang akan timbul, penulis mengharapkan adanya kontribusi yang nyata ketika penulis meneliti permasalahan yang berkaitan dengan perilaku mahasiswa. Paparan di atas, maka akan dilakukan penelitian tentang : ***”Online Shop Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa Unnes “***

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah dalam penelitian ini lebih mengfokuskan pada perilaku mahasiswa yang diakibatkan dari fenomena *online shop* di lingkungan Universitas Negeri Semarang. Perumusan masalah dalam penelitian ini diformulasikan dalam pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana fenomena *online shop* yang terjadi di kalangan mahasiswa Unnes?
2. Faktor apa sajakah yang menyebabkan mahasiswa Unnes memilih cara belanja melalui *online shop* dalam memenuhi kebutuhan?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Mendiskripsikan fenomena *online shop* di kalangan mahasiswa Unnes
2. Mengetahui faktor yang melatar belakangi mahasiswa Unnes memilih *online shop* dalam memenuhi kebutuhan.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat secara teoristis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wacana pengetahuan kajian Sosiologi dan Antropologi terutama tentang kajian gaya hidup konsumsi mengenai adanya perubahan pemilihan

berbelanja *online shop* serta diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian sejenis. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang nyata terhadap teori-teori yang berkaitan dengan persoalan tersebut.

2. Manfaat secara praktis

- a. Mengetahui diskripsi mengenai fenomena *online shop* di kalangan mahasiswa
- b. Memberikan masukan kepada mahasiswa Unnes yang berkonsumsi melalui *online shop* mengenai beberapa persoalan yang akan timbul dari pemilihan berkonsumsi. Mahasiswa sebagai agen perubahan tidak terlena dengan adanya teknologi berkembang kemudian melenyapkan ketradisional dalam pemilihan berbelanja.

E. PENEGASAN ISTILAH

1. *Online shop*

Istilah *Online* memiliki pengertian sebagai jaringan yang terhubung di internet, sedangkan *shopping* berasal dari bahasa Inggris yang berarti berbelanja. Istilah tempat berbelanja melalui internet disebut juga sebagai *Online Shop*. *Online shop/ E-Shop* (toko *online*) memiliki definisi sebuah tempat untuk menggelar, memamerkan, menampilkan barang dagangan yang terhubung dengan jaringan internet. Toko *online* sendiri memiliki beberapa persamaan istilah

online shop atau belanja *online* via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet.

Penelitian ini yang dimaksud dengan *online shop* adalah berbelanja untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa dengan menggunakan jaringan internet. Mahasiswa sebagai konsumen yang menggunakan jasa *online shop* untuk memenuhi kebutuhan baik itu untuk kebutuhan kuliah ataupun kebutuhan pribadi. *Online shop* dimaksudkan sebagai cara belanja mahasiswa yang memberikan berbagai perubahan termasuk barang-barang yang dikonsumsi hingga perbedaan proses transaksi yang digunakan.

2. Perubahan Sosial

Pengertian perubahan sosial dan kebudayaan agar tidak menimbulkan salah penafsiran mengenai pengertian perubahan perlu dibatasi pada perubahan-perubahan sosial. Konsep perubahan sosial erat kaitannya dengan pemikiran mengenai proses sosial. Proses sosial melukiskan rentetan perubahan yang saling berkaitan. Piotr Szompka (1993 : 07) konsep proses sosial menunjukkan (1) berbagai perubahan; (2) mengacu pada sistem sosial yang sama; (3) saling berhubungan sebab akibat dan tak hanya merupakan faktor yang mengiringi atau mendahului faktor yang lain; (4) perubahan itu saling mengikuti satu sama lain dalam rentatn waktu (berurutan dalam rentan waktu).

Penelitian ini perubahan sosial yang dimaksud adalah menunjukkan perubahan sistem sosial yang berhubungan dengan perubahan dalam segi teknologi. Perkembangan teknologi yang memberikan berbagai kemudahan khususnya adanya internet dan fasilitas internet yang memberikan fasilitas inovasi berbelanja yaitu *online shop*. Perubahan cara belanja mahasiswa Unnes yang secara tidak langsung memberikan perubahan bagi mahasiswa dari segi konsumsi barang yang dibeli, proses transaksi pembelian, pemanfaatan barang dan berbagai kemudahan yang ditawarkan *online shop* serta permasalahan yang ada pada penggunaan *online shop*.

F. SISTEMATIKA SKRIPSI

Keseluruhan skripsi ini berjudul **"Online Shop Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa Unnes "** untuk memperoleh gambaran dan memudahkan pembahasan maka dalam rencana skripsi ini dikelompokan dalam V Bab dengan sistematika berikut:

Bagian awal skripsi tentang halaman sampul, lembar berlogo, halaman judul, persetujuan pembimbing, pengesahan kelulusan, pernyataan motto dan persembahan, prakata, sari, daftar isi, daftar singkat teknis dan tanda (bila ada), daftar tabel (bila ada), daftar gambar (bila ada), daftar lampiran.

Bagian pokok terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan batasan istilah.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR

Kajian pustaka berisi tentang gaya hidup mahasiswa yang menggunakan atau mengkonsumsi barang melalui *online shop*, kerangka teorinya berisi konsep-konsep dan yang mendukung pemecahan masalah dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Menguraikan tentang dasar penelitian, lokasi penelitian, tahap-tahap penelitian, fokus penelitian, sumber data penelitian, validitas data, teknik pengumpulan data, objektivitas dan keabsahan data, prosedur kegiatan penelitian dan model analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang pelaporan hasil penelitian yaitu gambaran umum lokasi penelitian (kondisi geografis, deskripsi mengenai fenomena *online shop* di kalangan mahasiswa, konsumsi mahasiswa yang di sebabkan oleh fenomena *online shop* dan pembahasannya mengkaitkan dengan kerangka teori atau penelitian yang dilakukan sebelumnya.

Bab ini mencoba menempatkan temuan-temuan penelitian yang telah dilakukan, dan rekomendasi yang perlu disampaikan baik untuk signifikansi praktis maupun analisa secara teoritik

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Beberapa penelitian menjelaskan mengenai gaya hidup konsumsi salah satunya adalah dalam penelitian skripsi dengan judul "Gaya Hidup *Tekhnoseksual* Dalam Tinjauan Perilaku konsumen" (studi kasus pada pria pekerja bidang teknologi informasi dan komunikasi di Semarang) yang ditulis oleh Prastyo (2009: 89), mengemukakan bahwa gaya hidup mempengaruhi pola perilaku para individu terutama dalam mengkonsumsi sebuah produk teknologi serta pengaruh terhadap lingkungan sosial para individunya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran gaya hidup *tekhnoseksual*, untuk mengetahui pengaruh gaya hidup *tekhnoseksual* terhadap pola konsumsi seorang pria, serta mengetahui dampak yang ditimbulkan sebagai akibat gaya hidup *tekhnoseksual* dan perilaku konsumsinya terhadap kehidupan sosial.

Penelitian Prastyo kajiannya bertumpu pada pola perilaku gaya hidup *teknoseksual* akibat penggunaan produk teknologi pada pria yang bekerja di bidang Teknologi dan Informasi di Semarang. Pengertian *teknoseksual* adalah : seorang laki-laki atau perempuan, tapi pada umumnya identik dengan laki-laki yang mempunyai ketertarikan dan

kecintaan pada teknologi yang dapat dianalogikannseperti seksual, dan ketertarikannya itu diwujudkan dalam gaya hidup dan kehidupan sehari-hari. Masalah yang diangkat oleh Prasetyo mengenai pola perilaku pria yang bekerja di bidang teknologi dan komunikasi terhadap gaya hidup *teknoseksual*. Pada penelitian Prasetyo terungkap bahwa ada beberapa dampak yang terjadi akibat penggunaan teknologi oleh para pria yang bekerja di bidang teknologi dan informasi. Konsumsi teknologi para pelaku gaya hidup *teknoseksual* mempengaruhi kehidupan sosialnya dari peningkatan prestasi kinerja hingga kehidupan sosial seperti pertukan gaya hidup. Penelitian prasetyo memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan namun ada beberapa hal yang membedakan. Objek kajian penelitian prasetyo pada pola perilaku gaya hidup *teknoseksual* terhadap konsumsi teknologi para pria pekerja di bidang teknologi dan komunikasi. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan bertumpu pada gaya hidup konsumsi mahasiswa terhadap perubahan penggunaan teknologi yaitu dengan berbelanja menggunakan *online shop*.

Online shop adalah berbelanja digital yang hanya bisa digunakankan ketika perangkat terhubung dengan jaringan internet memungkinkan penggunanya untuk dapat berhubungan dengan toko- toko yang menjual berbagai kebutuhan mulai dari pakaian, sepatu, tas, buku, peralatan elektronik, perlatan rumah tangga dan segala macam kebutuhan manusia dapat dengan mudah di temukan melalui situs situs belanja yang ada pada internet penjabaran mengenai perbedaan objek penelitian terlihat

pada konteks gaya hidup yang dihasilkan pada penggunaan teknologi, jika penelitian Prasetyo terjadi perubahan gaya hidup akibat pria bekerja di bidang teknologi dan informasi, pada penelitian yang akan dilakukan mengacu pada perubahan teknologi yaitu *Online shop* yang berdampak pada perubahan gaya hidup konsumsi mahasiswa.

Penelitian skripsi dengan judul “Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat Sekitar Pasar Swalayan” (Studi Kasus Masyarakat Sekitar Pasar Swalayan ADA Kudus) yang ditulis oleh Purnomo (2010) menjelaskan mengenai perubahan perilaku konsumtif masyarakat setelah berdirinya pasar swalayan ADA kudus. Peneliti mengungkapkan berbagai persoalan tentang dampak dari perubahan konsumsi sebelum adanya pembangunan dan sesudah adanya pembangunan pasar swalayan ADA kudus. Peneliti lebih menekankan fokus penelitiannya pada perubahan konsumsi masyarakat sebagai pilihan untuk untuk berbelanja.

Penelitian Purnomo berkonsentrasi tentang beberapa hal yang sama mengenai penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu tentang perilaku konsumsi. Sebagai bukti bahwa penelitian yang akan dilakukan bukanlah penelitian satu-satunya. Purnomo melakukan objek penelitian pada kalangan masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke atas dan kalangan anak-anak muda di lingkungan masyarakat sekitar Swalayan ADA Kudus. Penelitian Purnomo memiliki perubahan perilaku konsumtif pada kehidupan sosialnya. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini adalah gaya hidup konsumsi akibat teknologi yang berkembang

melalui *online shop* dan akan di ungkapkan mengenai latar belakang yang mempengaruhi pemilihan berkonsumsi sebagai *prestis* wujud gaya hidup.

Kedua penelitian tentang gaya hidup dan perilaku konsumsi diatas memberikan gambaran bahwa penelitian yang akan dilakukan bukanlah satu-satunya, namun sudah beberapa penelitian yang mengkaji mengenai gaya hidup dan konsumsi. Hasil kedua penelitian diatas memiliki perbedaan masing-masing pada setiap kajian penelitian. Akan tetapi perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti dalam penelitian ini berbeda pada objek kajian yang secara mendalam dalam penelitian terdahulu telah disebutkan diatas.

Penelitian yang terdapat pada jurnal nasional yang berjudul "Analisis Perbedaan Tingkat Intensi Membeli Melalui Media Internet (Online Shopping) Ditinjau dari Tipe Gaya Hidup pada Konsumen Pengguna Internet" yang ditulis oleh Krisnawati (2010) mengemukakan bahwa ada beberapa karakteristik konsumen yang berpotensi untuk melakukan pembelian secara *online* adalah kelompok konsumen dengan tipe gaya hidup *fashionbale minded*. Penelitian ini cara menggumpulkan data dengan menggunakan metode kuantitatif teknik sampel. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menegetahui perbedaan tingkat intensi membeli melalui media internet (*shopping online*) ditinjau dari tipe gaya hidup konsumen pengguna internet, mengetahui deskripsi karakteristik type gaya hidup konsumen pengguna internet yang berpotensi untuk menjadi target penjualan melalui sistem online. Penelitian ini mengfokuskan pada

beberapa istilah yaitu mengenai gaya hidup konsumen, intensi membeli dan *shopping online*.

Online shop pada dewasa ini merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji, mengingat perubahan dan perkembangan di era globalisasi yang semakin maju. Fenomena *online shop* sudah menyebar di berbagai kalangan. Perubahan konsumsi sebagian kalangan yang terjadi pada kehidupan sosial secara tidak langsung akan mempengaruhi kehidupan sosial. *Online shop* memberikan warna baru bagi perubahan berkonsumsi masyarakat, *online shop* bukan hanya sekedar perubahan pemilihan berbelanja, namun sudah menjadi bagian dari perubahan sosial budaya dalam masyarakat tidak terkecuali kalangan mahasiswa.

B. LANDASAN TEORI

Pada penelitian ini menggunakan konsep-konsep yang ada dalam kajian teori perubahan sosial dan teori konsumsi. Konsep yang digunakan adalah:

1. Perubahan Sosial Budaya

Konsep perubahan sosial yang ada pada masyarakat yang pertama adalah pada perubahan kebudayaan dan manusia yang ada didalamnya. Perubahan dipengaruhi oleh berbagai sebab yaitu faktor intern dan ekstern. Faktor yang menyebabkan perubahan sosial pada masyarakat terjadi karena adanya suatu ketidakpuasan terhadap kondisi yang dialami. Faktor baru yang lebih memuaskan masyarakat sebagai pengganti faktor

lama itu memberikan warna baru bagi masyarakat. Proses sosial yang terjadi dalam masyarakat dan memberikan suatu perubahan yang mendorong sebagian masyarakat untuk memberikan lebih atau memberikan inovasi yang sudah ada pada masyarakat.

Studi modern tentang perubahan sosial sangat dipengaruhi oleh pandangan pada konsep-konsep teori sistem dan teori struktural – fungsional. Pemikiran mengenai sistem baru sebagai perubahan yang terjadi didalam masyarakat terbentuk karena adanya perbedaan keadaan sistem tertentu dalam jangka waktu yang berlainan (Piotr Szompka 1993:02). Konsep perubahan sosial mencakup tiga gagasan : (1) perbedaan; (2) pada waktu berbeda; (3) diantara keadaan sistem sosial yang sama.

Perkembangan sosial yang melukiskan proses perkembangan potensi yang terkandung didalam sistem sosial. Konsep mengenai perkembangan sosial juga di tandai dengan adanya kemajuan sosial (sosial progres). Pemikiran ini menambahkan dimensi penilaian kategori yang objektif dan lebih netral terhadap aspek kehidupan normatif (Piotr Szompka 1993:08). Perubahan pada dasarnya yang dimaksudkan dengan kemajuan adalah : (1) proses menjurus; (2) terus menerus membawa sistem sosial semakin mendekati keadaan yang lebih baik atau menguntungkan (kata lain menuju penerapan nilai pilihan tertentu berdasarkan etika seperti kebahagiaan, kebebasan, kesejahteraan, atau kepada prestasi masyarakat ideal dalam bentuk masyarakat utopia.

Konsep perubahan sosial erat kaitannya dengan pemikiran mengenai proses sosial. Proses sosial melukiskan rentetan perubahan yang saling berkaitan. Piotr Szompka (1993 : 07) konsep proses sosial menunjukkan (1) berbagai perubahan; (2) mengacu pada sistem sosial yang sama; (3) saling berhubungan sebab akibat dan tak hanya merupakan faktor yang mengiringi atau mendahului faktor yang lain; (4) perubahan itu saling mengikuti satu sama lain dalam rentatn waktu (berurutan dalam rentan waktu).

Perubahan cara belanja dengan menggunakan internet adalah bentuk dari satu perubahan dibidang teknologi. Piotr Sztompka (1993: 7-8) Perkembangan sosial yang melukiskan perkembangan potensi yang terkandung dalam sistem sosial. Konsep perkembangan sosial ini memuat tiga ciri yaitu: (1) menuju kearah tertentu dalam arti keadaan sistem tak terulang sendiri disetiap tingkatan; (2) keadaan sistem pada waktu berikutnya mencerminkan tingkat lebih tinggi dari semula; (3) perubahan dipicu oleh kecenderungan yang berasal dari dalam sistem (misalnya : penambahan penduduk yang diikuti oleh peningkatan kepadatan, penanggulangan kontradiksi internal menciptakan kehidupan yang lebih baik, menyalurkan kreativitas ke arah inovasi yang berarti).

Penulis membatasi pada perubahan sosial yang menjadi fokus kajian pada masalah ini adalah perubahan cara belanja mahasiswa terhadap pemanfaatan teknologi yang berkembang. Perubahan yang dimaksud bukanlah perubahan yang bersifat paten atau besar. Perubahan yang

bersifat sementara yang hanya dilakukan oleh sebagian kalangan masyarakat yang ingin memberikan warna bagi dirinya. Perubahan terjadi karena adanya modifikasi terhadap suatu sistem yang diinginkan oleh sebagian masyarakat dan memiliki tujuan tertentu untuk memberikan keuntungan secara subjektif atau relatif.

Perubahan bukan hanya mengenai suatu yang spektakuler namun perubahan dapat dimaknai suatu proses yang berbeda atas suatu transformasi terhadap keadaan yang sudah ada dan memiliki tujuan tertentu menuju suatu keadaan yang lebih maju. Proses perubahan tersebut pada masalah ini adalah perubahan dari segi transformasi teknologi di bidang konsumsi atau pemenuhan konsumsi. Teknologi pada zaman sekarang merupakan bentuk dari suatu perubahan berkonsumsi yang tidak lepas dari sebagian kebutuhan masyarakat. Perubahan cara manusia berkonsumsi adalah salah satu bentuk perubahan perilaku sosial yang membuktikan bahwa manusia adalah makhluk yang dinamis.

Internet merupakan salah satu bentuk dari perubahan teknologi yang berkembang. Internet memberikan berbagai kemudahan bagi penggunanya, fasilitas yang disajikan internet beragam dari penyajian informasi hingga inovasi-inovasi diberbagai aspek salah satunya yaitu inovasi berbelanja yaitu dengan cara belanja di toko *online*. Perubahan cara belanja terjadi karena berbagai sebab yaitu adanya rentan waktu yang berbeda juga karena adanya inovasi yang bertujuan untuk lebih maju. Ketersediaan barang yang disajikan beragam sehingga perubahan

tersebut melahirkan inovasi dalam bentuk cara belanja dengan harapan adanya kemudahan bagi para konsumen untuk memenuhi kebutuhan.

2. Konsumsi

Konsumsi dimaknai sebagai sesuatu yang dapat berubah, difokuskan pada kualitas simbolik dari barang, dan tergantung pada persepsi tentang selera oranglain” (Damsar 2002: 119). Melalui kesempatan yang sama maka konsumsi yang dimaksud pengertian secara luas mengacu pada seluruh tipe aktivitas sosial yang orang lakukan sehingga bisa dipakai untuk mencirikan dan mengenali mereka, selain (sebagai tambahan) apa yang memungkinkan mereka lakukan untuk hidup (chaney 2003: 53). Konsumsi pada umumnya didefinisikan sebagai kesadaran yang dialami konsumen untuk mengkonsumsi barang dan jasa.

Konsumsi disebutkan oleh Simmel (dalam Damsar, 2000:120) konsumsi akan runtuh ketika pelaku konsumsi tidak dikelilingi obyek eksternal atau pendukung yang menjadi ekspresi dari kecenderungannya, kekuatannya dan cara pematuhan akan pemenuhan kebutuhan. Pemikiran mengenai konsumsi masih pada tataran pemenuhan kebutuhan baik barang ataupun jasa, yang didalamnya adanya keikutsertaan keinginan, harapan, tujuan, nilai sosial, efisiensi, kemajuan dan dukungan di sekeliling pelaku konsumsi.

Konsumsi secara umum di maknai sebagai penggunaan, pemanfaatan barang dan material. Secara sosiologi konsumsi memiliki pengertian sebagai pemanfaatan barang dan materi lebih dari daya fungsi yang

tujuannya mengacu pada pemanfaatan keinginan, mimpi, komunikasi, dan eksis (nilai prestis). Pada tataran yang nyata konsumsi di konstruksikan sebagai “strategi keinginan” untuk memaksimalkan dunia (kenyataan, sosial, sejarah). Konsumsi di asumsikan sebagai kesenangan melalui adanya pemecahan tekanan maksudnya penerapan sistem nilai baru dan norma sosial, menisakan norma paham suka rela, aksi, keefisien, dan persembahan (Baudrillard 2004: 19).

Karakteristik konsumsi menurut Lurry (1998 : 44 –45) memiliki beberapa ciri diantaranya adalah :

1. Tersedianya sejumlah besar jenis barang
2. Kecenderungan makin bertambahnya pertukaran dan interaksi manusia yang memungkinkan melalui pasar
3. Ekspansi kegiatan belanja sebagai hobi mengisi waktu senggang
4. Peningkatan berbagai bentuk kegiatan belanja
5. Organisasi-organisasi politis oleh dan untuk konsumen
6. Pertumbuhan dalam konsumsi olahraga dan kegiatan waktu senggang
7. Pegeseran peraturan dalam meminjam uang dan perubahan makna yang mengikuti mengenai hutang piutang

Soedjatmiko (2008: 28) berpendapat bahwa konsumsi adalah sekumpulan tindakan sosial, budaya, dan ekonomi yang bersamaan dengan ideology konsumerisme yang digunakan untuk melegitimasi

kapitalisme dimata orang banyak. Dengan demikian bila konsumsi merupakan sebuah tindakan (*an act*), konsumerisme merupakan sebuah cara hidup (*a way of life*). Konsumsi merupakan cermin aksi yang tampak, sedangkan konsumerisme lebih terkait dengan motivasi yang terkandung didalamnya.

3. Masyarakat Konsumsi

Masyarakat konsumsi pada zaman modern tidak akan terlepas dengan adanya konsumsi dan konsumerisme yang telah dijelaskan diatas. Bahwa konsumsi dan konsumerisme memberikan dampak yang cukup berpengaruh bagi tatanan kehidupan manusia. Baudrillard (dalam Soedjatmiko 2008: 27) bahwa ide mengenai manusia yang memiliki kebutuhan dan “ harus selalu dipenuhi “ melalui konsumsi adalah mitos belaka. Sesungguhnya manusi tidak pernah terpuaskan secara actual, dengan ini, kebutuhan-kebutuhannya pun tak pernah pula terpuaskan. Menurut Baudrillard (2004:17) “Ciri masyarakat konsumsi adalah *universalitas serba serbi* dalam komunikasi massa, maksudnya informasi yang disajikan oleh media dibuat dengan *spektakular* dan di kemas dengan berbagai tanda dan simbol.

Masyarakat konsumsi merupakan masyarakat pelatihan sosial dalam konsumsi artinya sebuah cara baru untuk bersosialisasi dalam hubungannya dengan munculnya sistem ekonomi pada produktivitas yang tinggi. Masyarakat menjadi ketergantungan akan kelimpahruahan barang ataupun jasa yang diciptakan oleh produsen. Marx (dalam Storey

2002006:144) mengatakan bahwa laki-laki dan perempuan adalah identitas yang disangkal produksi (yang tidak kreatif), dan karenanya dipaksa untuk mencari identitas didalam konsumsi (yang kreatif). Akibatnya masyarakat konsumsi menghabiskan seluruh hidupnya dengan mencoba kembali pada kepemenuh`an yang imajiner.

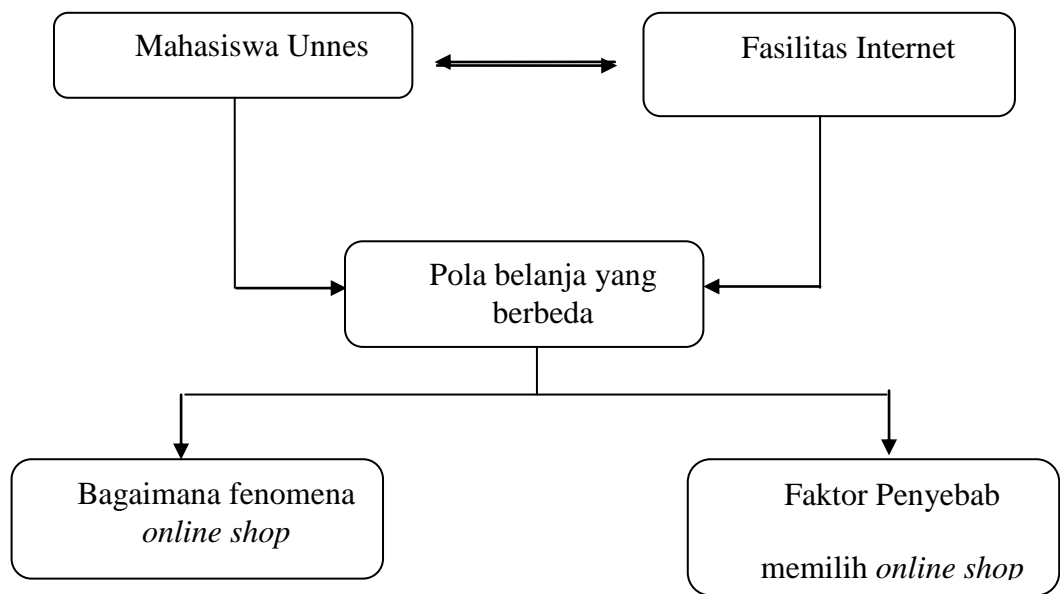
C. KERANGKA BERFIKIR

Kerangka berpikir merupakan sebuah bagan atau alur kerja dalam memecahkan permasalahan penelitian. Kerangka berpikir berfungsi untuk memahami alur pemikiran secara cepat, mudah dan jelas. Pada penelitian ini akan dijabarkan mengenai kerangka berfikir antara lain sebagai berikut:

Mahasiswa Unnes merupakan bagaian dari masyarakat yang menggunakan fasilitas internet. Berbagai macam kebutuhan yang di akses mahasiswa melalui internet bukan hanya untuk kebutuhan akdemis saja melainkan kebutuhan sosial juga menjadi salah satu hal yang membuat mahasiswa selalu mengunka internet dalam berbagai kebutuhan.

Perubahan cara belanja mahasiswa Unnes salah satunya adalah adanya inovasi belanja yaitu *online shop*. *Online shop* memberikan perubahan belanja dari segi teknologi. Teknologi yang berkembang melahirkan inovasi belanja ini yang secara otomatis juga akan merubah berbagai pola perilaku mahasiswa dalam menanggapi perubahan tersebut.

Pola belanja tersebut yang ingin diketahui oleh penulis bagaimana fenomena *online shop* yang terjadi dikalangan mahasiswa Unnes dan faktor apa saja yang menyebabkan mahasiswa Unnes memilih *online shop* dalam memenuhi kebutuhan.



Gambar 1. Bagan Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. DASAR PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2007:4) metode kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian kualitatif lebih mementingkan pada penjelasan mengenai hubungan antara data yang diteliti, sasaran dalam penelitian kualitatif adalah prinsip-prinsip atau pola-pola yang secara umum dan mendasar, berlaku dan mencolok berdasarkan atas gejala-gejala yang dikaji.

Penelitian ini akan diambil data serta penjelasan mengenai *Online Shop* Sebagai Cara Belanja Mahasiswa Unnes secara umumnya. Harapannya penulis dapat menemukan jawaban-jawaban permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Penulis berinteraksi secara langsung dengan mahasiswa yang terlibat *online shop* maupun hanya sekedar tahu mengenai *online shop* dan mengetahui kondisi yang sebenarnya terjadi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penulis menggunakan metode kualitatif, yang berusaha melihat gambaran menyeluruh atau holistik dari objek penelitian serta menginterpretasikan data dengan cara memberi arti terhadap data yang

diperoleh. Penulis turun ke lapangan dan berada di lokasi penelitian untuk memperoleh data. Penulis bahkan melakukan pengamatan dengan cara tinggal ditempat kos atau kontrakan dari mahasiswa yang merupakan subjek penelitian ataupun informan hingga sehari-hari.

B. LOKASI PENELITIAN

Lokasi penelitian adalah objek penelitian dimana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi dimaksud untuk mempermudah dan memperjelas objek yang menjadi sasaran penelitian, sehingga permasalahan tidak terlalu luas. Lokasi dalam penelitian ini adalah lingkungan Unnes dan kawasan kos di sekitar kampus Unnes yang terletak di Desa Sekaran Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang. Alasan dipilihnya tempat kawasan sekitaran kampus Unnes sebagai lokasi penelitian pertimbangannya bahwa kos merupakan tempat kegiatan sosial mahasiswa sehingga memungkinkan penggunaan *online shop*.

C. FOKUS PENELITIAN

Penulis menggunakan fokus penelitian dengan tujuan adanya fokus penelitian akan membatasi, yang berarti bahwa dengan adanya fokus yang diteliti akan memunculkan suatu perubahan atau subjek penelitian menjadi lebih terpusat dan terarah karena sudah jelas batasannya. Fokus penelitian menyatakan pokok persoalan yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian. Penelitian yang akan dilakukan fokus penelitiannya yaitu:

- a. Fenomena *online shop* yang terjadi dikalangan mahasiswa
- b. Faktor yang menyebabkan *online shop* menjadi cara belanja dan sebagai pilihan mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan

D. SUMBER DATA PENELITIAN

Sumber data penelitian dimaksudkan untuk mengetahui dari mana data penelitian diperoleh peneliti dengan tujuan diadakannya penelitian ini. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data dari subjek dan informan penelitian serta data sekunder untuk melengkapi data primer.

1. Data Primer

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah mahasiswa Unnes yang menggunakan jasa *online shop* dalam pemilihan berbelanja akan tetapi tidak semua mahasiswa Unnes yang akan dijadikan sumber informasi melainkan hanya mereka yang memenuhi kebutuhan data dalam penelitian. Subjek penelitian dimaksudkan untuk memperoleh data yang memang dibutuhkan dalam penelitian ini mengenai informasi tentang *online shop* sebagai cara belanja di kalangan mahasiswa Unnes. Berikut daftar subjek dalam penelitian ini adalah :

Tabel 1. Daftar Subjek Penelitian

No	Nama	Jenis kelamin	Semester	Jurusan
1	Ayu N.F	Perempuan	6	Ilmu Hukum
2	Agustina	Perempuan	8	Pend. Sos & Ant
3	Sophiana R. P	Perempuan	10	Pend.Bahasa Prancis
4	C.Alfa P	Laki-laki	8	Ilmu Hukum
5	Nanang A.P	Laki-laki	8	Pend.Sos&Ant
6	Reza P.N	Laki-laki	10	PJKR

(Sumber : Pengolahan data Primer April 2013)

Berdasarkan tabel di atas, subjek penelitian yaitu mahasiswa Unnes dari 5 jurusan dan 4 fakultas yang berbeda yang dapat memenuhi kebutuhan informai yang dibutuhkan dalam penelitian. Subjek penelitian di atas terbukti bahwa mahasiswa tersebut masih aktif melakukan pembelian melalui *online shop*. Penulis menggunakan subjek penelitian tersebut karena subjek penelitian yang diteliti dapat memenuhi kebutuhan atas rumusan masalah yang diajukan peneliti dari berbagai subjek penelitian yang sudah diwawancarai.

Informasi untuk mendapatkan subjek penelitian yang terdiri dari berbagai fakultas dan jurusan tersebut dimulai pada saat penulis bercerita mengenai persoalan yang sedang marak di lingkungan mahasiswa Unnes kepada teman penulis pada kesempatan interaksi yang dilakukan pada saat duduk santai di kopian. Penulis

mendapatkan subjek penelitian oleh berbagai informasi yang diberikan oleh berbagai sumber dari lingkungan kos, kampus hingga lingkungan sosial penulis.

Awal pertemuan penulis dengan subjek penelitian di mulai dari perbincangan penulis didalam kos kepada teman kos. Perbincangan santai dan akrab memberikan informasi tentang apa yang dilakukan sebagian anak kos di lingkungan. Ayu N.F adalah orang pertama yang bercerita tentang pengalamannya berbelanja menggunakan *online shop*. Interaksi yang terjalin antara penulis dengan Ayu N.F memudahkan penulis untuk menggali informasi yang di butuhkan. Informasi mengenai aktivitas Ayu sehari-hari hingga latarbelakang kehidupan Ayu diceritakan dengan sangat terbuka kepada penulis.

Subjek penelitian berikutnya adalah Agustina yang merupakan teman kampus penulis yang bercerita mengenai pengalamannya menggunakan jasa *online shop* secara terbuka dan terperinci. Agustina memberikan informasi yang mendalam mengenai pengalamannya menggunakan *online shop* karena Agustina sebelumnya sudah mengetahui bahwa penulis ingin meneliti fenomena *online shop*. Agustina juga memberikan informasi mengenai teman yang menggunakan jasa *online shop* yaitu Nanang A.P dan Reza P.N

Perkenalan yang sangat singkat namun memberikan kesan tersendiri bagi penulis karena Nanang dan Reza sangat terbuka akan informasi yang di berikan kepada penulis. Cerita Nanang dan Reza

mengenai pengalaman menggunakan jasa *online shop* bercerita secara mendalam mengenai kecintaannya menggunakan jasa *online shop*. Perkenalan selanjutnya oleh Sophiana R tidak sengaja yaitu pada saat penulis melakukan Praktik Pengalaman Lapangan di SMA N 1 BOJA. Sophiana sering bercerita mengenai pengalamannya menggunakan jasa *online shop* sehingga penulis tertarik dengan Sophiana untuk menggali lebih dalam mengenai pengalaman Sophiana dalam memanfaatkan jasa *online shop*.

b. Informan

Informan pendukung dalam penelitian ini diperoleh dari informasi yaitu dari beberapa teman satu kos mahasiswa yang menggunakan *online shop*, teman dekat seperti kekasih dan teman kampus mahasiswa yang memakai *online shop*. Informan dipilih dari beberapa orang yang betul-betul dipercaya dan mengetahui objek yang diteliti secara mendalam, sehingga informan bisa membantu peneliti untuk memberikan keterangan yang dibutuhkan sesuai dengan data yang ada dilapangan. Informan dalam penelitian ini diantaranya : Orang-orang yang mengenal dekat dengan subjek penelitian (teman kos, teman kuliah, atau bahkan teman dekat/pacar).

Tabel 2. Daftar Informan Penelitian

No	Nama	Sm str	FkIts	Status
1	Maya L.D.S	8	FH	Teman Kampus Ayu
2	Dewi K	8	FBS	Teman Kampus Sophi
3	Lia K	8	FIS	Teman Dekat/pacar Alfa
4	Rizky K.Y.P	8	FIS	Teman Kos Reza
5	Catur	-	-	Petugas layanan jasa pengiriman

(Sumber : Pengolahan Data Primer April 2013)

Informan merupakan orang yang secara langsung berinteraksi pada kehidupan sehari-hari dengan subjek penelitian. Informan dalam penelitian yang merupakan teman satu kos dan teman kampus para subjek penelitian beberapa teman dekat dan teman kampus subjek penelitian mendapatkan beberapa informasi yang dapat dipertimbangkan. Pertimbangan dilakukan agar data dan informasi yang diperoleh tidak hanya sebelah saja namun dapat dibuktikan keabsahannya. Maya L. D. S merupakan teman kampus Ayu N.F. Dewi K adalah teman kampus Sophiana R.P yang merupakan subjek penelitian. Lia Kristianti adalah teman dekat C. Alfa dan Rizky K.Y merupakan teman kos Reza N.F.

Catur merupakan petugas toko layanan jasa pengantaran barang yang sudah menjadi langganan mahasiswa dalam mengirim barang. Catur menerangkan bahwa beberapa tahun belakangan

sekitar 2 tahun sering kali mengirimkan barang ke wilayah Unnes khususnya mengirim barang kepada para mahasiswa Unnes.

Penulis mendapatkan informasi mengenai petugas jasa pengiriman barang tersebut dari Tina yaitu salah satu mahasiswa yang menjadi subjek penelitian penulis. Tina mengungkapkan bahwa sering menggunakan jasa layanan pengiriman tersebut karena selain biaya murah juga pengiriman barang cepat dan memuaskan.

Informasi dan data yang diperoleh dari hasil wawancara kepada informan adalah mengenai *online shop* sebagai cara belanja di kalangan mahasiswa Unnes yang dapat dilihat pada saat wawancara berlangsung, pengetahuan para informan mengenai maraknya *online shop* di kalangan mahasiswa Unnes.

2. Data Sekunder

Data sekunder berupa foto-foto yang dihasilkan sendiri dengan kamera digital, catatan hasil wawancara, rekaman hasil wawancara yang diperoleh peneliti saat melakukan wawancara dengan subjek dan informan penelitian serta data-data lain yang dijadikan bahan tambahan untuk mendapatkan data objek penelitian. Foto yang terkait dengan penelitian ini misalnya foto lokasi penelitian, foto subjek dan foto informan penelitian, foto transaksi *online shop*, foto barang pembelian melalui *online shop*.

Dokumen foto yang penulis gunakan untuk mendukung penelitian ini yaitu foto pribadi yang dihasilkan oleh penulis sendiri pada saat

proses observasi dan kegiatan penelitian atau saat wawancara berlangsung, diantaranya foto ketika mahasiswa Unnes melakukan transaksi pembelian melalui *online shop* dan melalui akses *handphone* pribadi atau dengan menggunakan alat seperti laptop.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Observasi

Penulis melakukan pengamatan langsung di lingkungan kampus dengan cara melihat, mendengar, mencatat dan penginderaan lainnya. Pelaksanaan observasi dalam penelitian ini dilakukan pada tanggal 20 februari 2013 sampai 15 maret 2013 di kos subjek penelitian, di kampus, juga di tempat kopian yang menyediakan jasa *wifi*. Observasi ini dilakukan oleh penulis untuk menambah dan melengkapi data yang dibutuhkan oleh penulis. Penulis dapat secara langsung mengamati, melihat, mendengar keadaan langsung yang ada di lapangan. Penulis melakukan pengamatan langsung kepada para pengguna jasa *online shop* yang merupakan mahasiswa Unnes.

Penulis melakukan pengamatan langsung mengenai fenomena *online shop* sebagai cara belanja mahasiswa yang disebabkan oleh *online shop*. Kehidupan sosial pada tempat tinggal dan tempat sosial lainnya seperti kampus. Proses observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara : (a) melihat dan mengamati sendiri kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana adanya, dan (b) mencatat peristiwa dalam situasi

yang berkaitan dengan pengetahuan yang langsung diperoleh dari data yang dilihat. Observasi yang dilakukan meliputi berbagai kegiatan yang dilakukan subjek penelitian misalnya kegiatan apa saja yang dilakukan di dalam kampus dan di luar kampus serta mengamati berbagai aktivitas didalam kos sebagai tempat sosial yang paling lama.

Hasil observasi yang dilakukan penulis kepada subjek penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang tertarik dan aktif menggunakan jasa *online shop* adalah mereka yang terlalu sibuk dengan aktivitas di dalam dan di luar kampus juga karena mereka sanggup berlama-lama bermain dengan internet sehingga disadari atau tidak dapat memengaruhi pola konsumsi mahasiswa.

2. Wawancara

Data yang di peroleh agar sesuai dengan pokok permasalahan yang diajukan, maka dalam wawancara digunakan pedoman wawancara, yaitu berupa pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar menghindari jawaban yang meluas. Pertanyaan dibuat berdasarkan poin-poin permasalahan dalam penelitian sehingga wawancara dapat terlaksana dengan sistematis.

Wawancara dalam penelitian dilakukan dalam bentuk wawancara terstruktur dan wawancara bebas. Wawancara terstruktur dilakukan untuk memperoleh gambaran identitas dan latar belakang informan. Pelaksanaan pengumpulan data di lapangan, penulis menggunakan teknik wawancara secara mendalam. Pelaksanaan wawancara tidak hanya akan dilakukan

sekali atau dua kali, melainkan berulang-ulang kali dengan intensitas yang tinggi. penelitian ini digunakan dua teknik wawancara yaitu: pertama wawancara terbuka. Suatu teknik wawancara yang dilakukan dengan terbuka akrab dan penuh kekeluargaan. Pelaksanaan wawancara ini penulis menemui langsung subjek penelitian dan informan sesuai lokasi dan waktu yang disepakati, sedangkan untuk memperoleh data yang sesuai dengan pokok permasalahan penulis menggunakan pedoman pertanyaan.

Penggunaan bahasa yang tidak terlalu formal ketika wawancara juga menjadi salah satu strategi guna mencari data penelitian yang seluas-luasnya tanpa terhalangi struktur bahasa yang terkadang secara formal mengikat dan tidak memberikan ruang bagi rasa kepercayaan diri untuk menjelaskan secara lugas. Penggunaan bahasa yang fleksibel seperti menggunakan bahasa Jawa dan bahasa Indonesia untuk memepermudah menggali informasi yang dibutuhkan peneliti.

Wawancara pertama dilaksanakan pada tanggal 10 april 2013 pukul 16.00 WIB kepada subjek peneitian yaitu saudara Ayu N. F, wawancara ini dilakukan pada saat Ayu (nama panggilan) berada di kos. Pemilihan jam di atur oleh Ayu mengingat subjek penelitian sangat sibuk dengan dunia kampus yaitu pada saat ini Ayu masih aktif dalam satu organisasi intra kampus yang setiap harinya berbagai aktivitas keseluruhan berada didalam kampus. Ayu mengungkapkan bahwa *online shop* sangat membantu untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan yang sering dikonsumsi pada jasa *online shop* adalah pembelian pakaian. Ayu juga

menegaskan bukan hanya pakaian yang menjadi kebutuhannya namun ada satu nilai yaitu agar dia tetap eksis dan tidak ketinggalan *update mode*.

Wawancara dengan teman kampus Ayu N.F yaitu Maya L.D.S yang dilakukan pada tanggal 12 April 2013 pada pukul 11.30 WIB saat jam makan siang. Wawancara dengan Ce May (nama panggilan) dilakukan di kantin FH mengingat Ce May masih aktif kuliah dan baru saja selesai kuliah dengan Ayu. Hasil wawancara perihal kaitannya dengan *online shop* , Ce May mengungkapkan bahwa teman kampusnya yang sudah akrab sejak semester 3 itu walaupun berbeda angkatan adalah teman kampusnya itu memiliki kesibukan yang berbeda dengan teman yang lainnya namun Ce May memuji temannya itu adalah Ayu walaupun tidak punya waktu untuk memanjakan diri Ayu tetap *fashion nable* tidak ketinggalan *update mode* pakaian bahkan seringkali Ayu memperlihatkan konsumsinya dengan Ce May melalui smartphonenya. Ce May juga sering diminta pendapat tentang apa yang akan di beli oleh Ayu melalui *online shop*.

Wawancara dengan Sophiana Rizki P pada tanggal 19 april 2013 pukul 15.00 WIB di gazebo Unnes tepatnya di depan perpustakaan pusat. Tempat itu di pilih Sophi (nama panggilan) alasannya karena Sophi ingin mendapatkan tempat yang segar dan nyaman. Wawancara dilakukan dengan mengobrol santai ditemani dengan jajanan kecil layaknya teman akrab yang sudah lama tidak bertemu. Hasil wawancara dengan mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa Prancis ini adalah kaitannya dengan *online*

shop, Sophi mengungkapkan bahwa dengan adanya *online shop* membantu Sophi untuk menghemat waktunya dalam berbelanja. Sophi juga menegaskan dengan adanya perubahan cara berbelanja ini Sophi juga dapat menambah teman di sosial media. Sophi menerangkan bahwa sebelumnya hanya sekedar coba-coba agar tidak ketinggalan informasi atau gagap teknologi namun lambat laun jasa *online shopping* ini menjadi ajang sosial baginya karena Sophi mendapatkan teman yang banyak dan informasi yang baru.

Pada hari yang sama tanggal 19 april 2013 peneliti mendapat kesempatan untuk bertemu dengan Dewi K mahasiswa jurusan Pendidikan Bahasa Jepang. Pada pukul 19.00 peneliti melakukan wawancara di kos Dedew (nama panggilan) yang sedang santai terlihat menonton televisi di ruang tamu. Dedew menjelaskan bahwa teman kampusnya Sophiana R.P terlalu sering menggunakan jasa *online shop* untuk kebutuhan pribadinya, sehingga terkadang tidak jarang menolak ajakan Dedew untuk berbelanja di Pasar atau Mall alasannya karena Sophi sudah terlanjur memesan kebutuhannya seperti pakaian di *online shop*. Dedew juga menambahi bahwa terkadang Sophi terlampu berlebihan dalam mengkonsumsi barang sehingga uang yang seharusnya digunakan untuk hal yang lain terpaksa digunakan untuk menuruti keinginannya untuk memesan barang melalui *online shop*.

Wawancara dengan Agustina mahasiswa Jurusan Pendidikan Sosiologi dan Antropologi angkatan 2009 ini dilakukakn pada tanggal 25

april 2013 pada pukul 16.00 WIB bertempat di kos Agustina. Hasil wawancara dengan Tina (nama panggilan) mengungkapkan bahwa daya pikat *online shop* bagi dirinya merupakan satu ketertarikan sendiri. *Online shop* memberikan warna sendiri bagi dirinya dalam pemilihan berbelanja, selain untuk memenuhi kebutuhannya *online shop* juga memberikan nilai kelas atau prestis bagi dirinya di lingkungan sekitar. Menurut Tina *online shop* bukan hanya sekedar pemilihan berbelanja namun ada satu ajang sosial didalamnya, Tina juga menambahi bahwa dengan dia menggunakan *online shop* ada kepuasan baginya untuk dikatakan bahwa ia adalah bagian dari masyarakat modern.

Wawancara selanjutnya dilakukan pada tanggal 11 Mei 2013 dengan C.Alfa pada pukul 13.00 WIB di kampus C1, wawancara dilakukan pada saat waktu senggang Alfa (nama panggilan) dengan suasana santai. Hasil wawancara dengan Alfa yaitu memaparkan bahwa Alfa menggunakan jasa *online shop* karena memiliki berbagai alasan diantaranya Alfa memiliki akses untuk menggunakan *online shop*, Alfa juga menegaskan pemilihan *online shop* dilatarbelakangi oleh ajakan teman dekatnya yaitu Lia Kristianti. Kebutuhan yang sering dikonsumsi Alfa adalah pakaian, dompet, dan sepatu. Awalnya hanya coba-coba namun lama kelamaan menjadi kecanduan. Alfa memilih toko yang sudah jelas terbukti memiliki nama atau brand yang jelas. Kejelian Alfa dalam memilih toko *online* terbukti dengan sekian banyaknya barang yang dikonsumsi tidak pernah mengecewakan Alfa.

Wawancara dengan Nanang A.P pada tanggal 12 Mei 2013 pada pukul 19.00 WIB di Kopi Lelet dengan suasana yang akrab santai Nanang (nama panggilan) mengutarakan berbagai pengalamannya mengenai berbelanja dengan menggunakan jasa *online shop*, Nanang menceritakan perkenalannya dengan *online shop* diawali dengan ajakan teman komunitasnya yaitu komunitas *Sketboard*. *Sketboard* bagi Nanang bukan hanya sekedar hobi namun sudah menjadi bentuk ajang sosial, oleh sebab itu Nanang berusaha mencari informasi yang update mengenai hobinya. Sejak adanya *online shop* nanag merasa sangat terbantu karena dapat dengan mudah mencari informasi tanpa harus berkunjung langsung ke toko. Nanang juga menambahi bukan hanya *skeatboard* saja yang ia konsumsi melainkan pakaian, sepatu, topi juga ikut dalam daftar konsumsi nanang dalam berbelanja *online shop*.

Wawancara dengan Reza P.N pada tanggal 13 Mei 2013 pukul 20.00 WIB di kedai kopi di area kampus dengan suasana akrab dan santai. Ezzak (nama panggilan) mengungkapkan berbagai hal mengenai pengalamannya dalam mengkonsumsi *online shop* dengan logat khas Banyumas. Ezzak termasuk mahasiswa yang memiliki satu hobi yang terbilang unik dan langka yaitu mengkoleksi Gundam (Robot rakitan). Hobi ini tergerak hati Ezzak untuk menggali informasi mengenai Gundam salah satu akses yang paling digemari Ezzak adalah menggunakan jasa *online shop*. Menurut Ezzak salah satu kiat agar tidak tertipu oleh jasa *online shop* adalah kejelian dalam pemilihan toko *online*.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini juga penulis lakukan, teknik pengumpulan data dengan dokumentasi dilakukan dengan memanfaatkan data-data yang telah ada di lokasi penelitian dan data yang tercatat di instansi yang terkait yang dapat digunakan untuk membantu menganalisa penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain data dan arsip mengenai lokasi penelitian yaitu Universitas Negeri Semarang , foto subjek dan informan penelitian, foto ketika melakukan transaksi *online shop* , foto pada saat subjek peneliti mencari informasi *online shop*. Foto tersebut dihasilkan sendiri oleh peneliti dengan kamera digital. Dokumentasi dalam penelitian ini juga penulis lakukan, penulis akan mengambil atau mengutip dokumen yang berhubungan dengan penelitian sehingga data tersebut dapat digunakan untuk mendukung kelengkapan data yang ada pada penelitian. Pengambilan dokumentasi dilaksanakan ketika masih dalam hal observasi penelitian hingga pelaksanaan penelitian itu sendiri. Pengambilan dokumentasi dilakukan pada 25 Februari 2013 hingga 16 Mei 2013

F. VALIDITAS DATA

Uji keabsahan data dalam penelitian sering ditekankan pada uji validitas. Validitas sangat mendukung dalam menentukan hasil akhir penelitian, oleh karena itu diperlukan beberapa teknik untuk memeriksa keabsahan data yaitu dengan menggunakan teknik triangulasi.

Triangulasi yang dipakai adalah triangulasi dengan sumber yang membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Patton dalam Moleong, 2009:178). Triangulasi data ini dapat dicapai dengan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.

Tindakan yang dilakukan peneliti adalah membandingkan hasil pengamatan mengenai fenomena *online shop* sebagai cara belanja mahasiswa Unnes dengan kondisi lapangan. Hasil pengamatan yang dilakukan penulis adalah penggunaan *online shop* bagi mahasiswa Unnes sudah begitu diminati hal itu terbukti ketika pada setiap kesempatan mahasiswa seringkali mengakses toko *online* di laptop atau *smartphone*. Berbagai kesempatan pula mahasiswa memeperbincangkan *online shop* disela obrolan pada interaksi yang terjalin di lingkungan sosial. Hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada subjek penelitian dan informan pendukung terbukti bahwa mahasiswa Unnes menerima dengan terbuka perubahan belanja ini. Cara belanja yang baru memberikan berbagai kemudahan yang dipaparkan oleh sebagian mahasiswa Unnes.

2. Membandingkan data yang diperoleh dari informan utama dengan berbagai pendapat dan perspektif informan lain.

Wawancara dilakukan dengan subjek penelitian untuk menggali

informasi yang dibutuhkan dengan sangat mendalam. Informasi yang dibutuhkan juga termasuk dengan informasi yang didapatkan dari para informan tambahan. Hasil wawancara para informan ini kemudian diakumulasikan dan dianalisis untuk membandingkan hasil wawancara dari berbagai informan dan informan tambahan lainnya.

Hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada subjek penelitian utama yaitu mengenai perilaku mahasiswa yang menggunakan jasa *online shop* memaparkan berbagai kegiatannya mengenai cara belanja baru dan faktor yang mendorong subjek peneliti menggunakan jasa *online shop* serta berbagai barang yang dikonsumsi melalui *online shop* dan kecintaan serta kekecewaan yang timbul pada penggunaan jasa *online shop*.

G. ANALISIS DATA

Analisis data dalam penelitian dilakukan secara induktif , yaitu dimulai dari lapangan atau fakta empiris yang diperoleh dengan cara terjun ke dalam lapangan.

1. Pengumpulan Data

Penelitian dilakukan dengan mencatat semua data secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi dan wawancara di lapangan. Pengumpulan data dilakukan mulai dilakukan pada tanggal 5 april 2013 hingga 5 mei 2013. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan para mahasiswa yang menggunakan

jasa *online shop* dalam pemilihan berkonsumsi dan para teman kos yang tinggal bersama juga teman kampus subjek peneliti. Kelengkapan data penelitian juga penulis peroleh dari buku, dan foto-foto yang didapatkan dari lapangan.

2. Reduksi Data

Reduksi data yaitu memilih hal-hal pokok yang sesuai dengan fokus peneliti. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data-data yang di reduksi, memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan dan mempermudah peneliti untuk mencari sewaktu-waktu diperlukan. Kegiatan reduksi ini telah dilakukan peneliti setelah kegiatan pengumpulan dan pengecekan data yang valid. Data ini akan digolongkan menjadi lebih sistematis, sedangkan data yang tidak perlu akan dibuang ke dalam bank data karena sewaktu-waktu data ini mungkin bisa digunakan kembali.

Hasil wawancara dengan sejumlah informan, observasi dan studi dokumentasi di lapangan, data yang peneliti peroleh masih luas dan banyak akan diolah sesuai dengan yang terjadi di lapangan. Peneliti menggolongkan hasil penelitian sesuai dengan sub permasalahan yang sudah dijabarkan pada rumusan masalah. Penjabaran mengenai fenomena *online shop* yang terjadi di lapangan, serta faktor yang melatarbelakangi mahasiswa memilih *online shop* dikelompokkan menurut fokus penelitian masing-masing.

3. Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data merupakan analisis dalam bentuk matrik, *network*, *cart*, atau grafis sehingga peneliti dapat menguasai data. Kegiatan ini dilakukan oleh peneliti dengan cara hasil dari reduksi yang sudah dilakukan tentang Fenomena *online shop* dan gaya hidup konsumsi di kalangan mahasiswa Unnes.

4. Pengambilan simpulan atau verifikasi

Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah usaha untuk mencari atau memahami makna, keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi. Verifikasi penulis lakukan setelah penyajian data selesai, dan ditarik kesimpulanya berdasarkan hasil penelitian lapangan yang telah dianalisis dengan teori. Hasil dari verifikasi tersebut penulis gunakan sebagai data penyajian akhir, karena telah melalui proses analisis untuk yang kedua kalinya, sehingga kekurangan data pada analisis tahap pertama dapat dilengkapi dengan hasil analisis tahap kedua agar diperoleh data penyajian akhir atau kesimpulan yang baik.

Ketiga komponen tersebut di atas saling interaktif, artinya saling mempengaruhi dan terkait. Langkah pertama dilakukan penelitian di lapangan dengan mengadakan observasi, wawancara, mengumpulkan dokumen-dokumen yang relevan dan mengambil foto yang dapat

merepresentasikan jawaban dari permasalahan yang diangkat. Tahap ini disebut dengan pengumpulan data. Pada tahap ini, data yang dikumpulkan sangat banyak, maka setelah itu dilakukan tahap reduksi data untuk memilah-milah data yang benar-benar dibutuhkan dalam penelitian ini. Data tersebut yang kemudian ditampilkan dalam pembahasan karena dianggap penting dan relevan dengan permasalahan penelitian. Setelah tahap reduksi selesai, kemudian dilakukan penyajian data secara rapi dan tersusun sistematis. Ketiga hal tersebut sudah benar-benar terlaksana dengan baik, maka diambil suatu kesimpulan atau verifikasi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Universitas Negeri Semarang

1. Gambaran Umum Lokasi

Universitas Negeri Semarang berada di Kelurahan Sekaran Kecamatan Gunungpati Kota Semarang. Universitas Negeri Semarang berada di Kelurahan Sekaran Kecamatan Gunungpati Kota Semarang.



Gambar 2. Gerbang Universitas Negeri Semarang
Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Universitas Negeri Semarang terdiri dari 8 Fakultas yaitu Fakultas Ilmu Pendidikan, Fakultas Bahasa dan Seni, Fakultas Ilmu Sosial, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Fakultas Teknik, Fakultas Keolahragaan, Fakultas Ekonomi, dan Fakultas Hukum. Masing-masing

Fakultas memiliki program studi pendidikan dan program studi murni, kecuali Fakultas Hukum yang hanya memiliki satu program studi murni. Dengan jumlah mahasiswa mencapai 27. 866 mahasiswa pada tahun 2013, berikut adalah data jumlah mahasiwa Unnes dari setiap fakultas hingga tahun 2013 :

Table 3. data mahasiswa Unnes tahun 2013

No	Fakultas	Mahasiswa
1	Ilmu Pendidikan	4127
2	Bahasa dan Seni	5096
3	Ilmu Sosial	2934
4	Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	3599
5	Teknik	3649
6	Ilmu Keolahragaan	3648
7	Ekonomi	3513
8	Hukum	1300
Jumlah		27866

Sumber: <http://statistik.unnes.ac.id/#divisiPenampil>

Unnes merupakan salah satu Universitas yang sudah mendeklarasikan sebagai Universitas yang mengusung visi konservasi dengan kata lain pelestarian lingkungan. Konservasi telah menjadi visi lengkapnya, Universitas konservasi bertaraf internasional yang sehat,

unggul, dan sejahtera. Universitas Negeri Semarang telah menjelma menjadi salah satu Perguruan Tinggi Negeri Unggulan dan terpadang di Jawa Tengah. Konservasi untuk selalu menjunjung tinggi prinsip perlindungan, pengawetan, pemanfaatan, dan pengembangan secara lestari terhadap sumber daya alam dan budaya luhur Bangsa. Unnes juga menempatkan konservasi sebagai wujud Tridarma perguruan tinggi, yakni pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

2. Gambaran Sosial Budaya Mahasiswa Unnes

Mahasiswa Unnes yang berada di kawasan Sekaran Gunung Pati Semarang merupakan mahasiswa yang berasal dari berbagai kota yang tersebar di kawasan Jawa Tengah. Tujuan utama para mahasiswa ini adalah untuk menempuh pendidikan. Sebagian besar mahasiswa Unnes adalah mahasiswa perantauan yang menuntut ilmu di kota Semarang dan berdomisili sementara di kota Semarang. Berbagai asal kota yang tersebar di Jawa Tengah dan provinsi lainnya memenuhi kursi mahasiswa Unnes. Beragam latar belakang kehidupan sosial, ekonomi, budaya bercampur menjadi satu dan memberikan warna tersendiri bagi mahasiswa.

Pola interaksi mahasiswa Unnes yang terdiri dari berbagai bahasa yang menyeluruh membuat keanekaragaman semakin nampak. Bahasa Indonesia hingga Jawa dan Jawa ngapak mewarnai pola interaksi mahasiswa Unnes. Latarbelakang ekonomi setiap mahasiswa juga akan mempengaruhi pola kehidupan dan pembentukan identitas diri di

lingkungan. Latarbelakang kehidupan yang berbeda antara mahasiswa satu dengan yang lainnya akan mempengaruhi cara mahasiswa berinteraksi dan bersosialisasi di lingkungan sekitar.

Pengaruh lingkungan sekitar atas mobilitas dari satu daerah menuju kota memberikan pergeseran diberbagai aspek. Aspek yang bergeser mulai dari perubahan cara berinteraksi dengan lingkungan hingga pola bersosialisasi di kehidupan sehari-hari. Pola tersebut meliputi cara mahasiswa memilih teman, memilih cara belajar, memilih berpenampilan hingga memilih kegiatan dalam kehidupan sehari-hari. Kampus adalah salah satu tempat dimana mahasiswa sering menempatkan diri untuk memberikan kesibukan bagi dirinya berkegiatan baik itu hanya untuk sekedar berdiskusi dengan teman atau bahkan berkegiatan untuk kepentingan pribadi.



Gambar 3. Aktivitas mahasiswa *online* di kampus
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Fasilitas *free hot spot area* di tiap kampus dan gedung memudahkan secara integrasi untuk urusan akademis dan memudahkan sivitas di Unnes untuk melihat perkembangan dunia maya secara *up date*. Aktivitas mahasiswa Unnes yang berada di kawasan kampus setiap harinya selalu berlalu lalang untuk memenuhi kepentingan masing-masing. Kegiatan perkuliahan, kegiatan intra kampus hingga kegiatan mahasiswa yang hanya sekedar bertatap muka dan berbincang dengan teman. Mahasiswa memanfaatkan fasilitas *wi-fi* untuk bergabung di dunia maya. Fasilitas *wi-fi* yang tanpa bayar alias gratis membuat mahasiswa senang untuk berlama-lama di depan laptop.

Kepemilikan laptop bagi sebagian mahasiswa juga memberikan kemudahan mahasiswa untuk mendapatkan fasilitas internet yang diberikan oleh kampus. Terlihat bahwa setiap harinya baik pagi, siang hingga malam dipadati oleh mahasiswa yang sedang mengakses internet, mahasiswa yang ingin mendapatkan kemudahan dalam akses internet.

Internet bagi mahasiswa sudah menjadi bagian dari kehidupan dari informasi mengenai akademis hingga kehidupan sehari-hari selalu berada dekat dengan mahasiswa. Fasilitas internet yang berada di dalam kampus, mahasiswa Unnes juga sering menggunakan internet di tempat-tempat penyedia internet seperti area warung coffe, tempat makan hingga *wifi* yang berada di kos. Internet bagi sebagian mahasiswa adalah salah satu kebutuhan yang bisa dikatakan kebutuhan sehari-hari.

B. Profil Mahasiswa Pengguna *Online Shop*

1. Ayu N.F

Ayu N.F adalah mahasiswa Unnes angkatan 2010 yang menempuh pendidikan di jurusan ilmu hukum. Menempuh pendidikan di Unnes selama 3 tahun lebih, Ayu memiliki berbagai cerita seputar kecintaannya di dunia hukum dan politik. Wanita kelahiran Bekasi tahun 1992 terlahir sebagai seorang kakak yang memiliki satu adik laki-laki yang saat ini duduk di bangku SMA di Brebes. Waktu kecil Ayu dihabiskan di kota metropolitan yaitu kota Bekasi.

Ayu seorang mahasiswa yang aktif dalam kegiatan intra kampus, tercatat sebagai anggota perkumpulan peduli hukum di salah satu organisasi kampus memberikan cerita menarik untuk di bagi. Keaktifan Ayu dalam kegiatan kampus terkadang membuat Ayu sedikit menggeser waktu istirahat dan waktu santainya untuk bersosialisasi dengan teman sekitar juga keluarga. Harga yang pantas untuk suatu pengalaman yang berharga pada saat Ayu bisa memberikan pemikiran mengenai kasus yang ingin di pecahkan dalam diskusi pada komunitasnya. Kegiatan yang di jalani Ayu memberikan manfaat bagi Ayu dalam akademis terbukti Ayu selalu mendapatkan nilai yang memuaskan.

Ayah yang bekerja di sektor Bulog dan menjadi salah satu pimpinan di bidang distribusi memiliki mobilitas tinggi sehingga Ayu selalu berpindah tempat tinggal. Sejak 6 tahun terakhir keluarga Ayu sudah menetap di kota Brebes. Ibu yang tinggal dirumah dan mengurus

suami juga anak memiliki kedekatan tersendiri terhadap anak-anak. Ayu mengaku kedekatannya dengan Ayah dan Ibu memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap pola kehidupan sehari-hari.

Latar belakang ekonomi keluarga Ayu bisa dikatakan menengah keatas, hal itu memberikan pola perilaku yang sedikit berbeda dengan mahasiswa Unnes yang rata-rata kelas menengah bawah. Berbagai kebutuhan yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari dapat dengan mudah dipenuhi oleh Ayu karena uang saku yang diberikan orangtua melebihi yang di butuhkan. Ayu mengaku bahwa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti pakaian, sepatu, tas sebelum mengenal *online shop* sering membeli di mall dan toko yang sudah menjadi langganan.

Sejak awal kuliah Ayu baru mengenal *online shop* dari berbagai informasi. Selama 3 tahun Ayu selalu menggunakan jasa *online shop* untuk membeli barang yang dibutuhkan. *Online shop* memberikan warna baru bagi Ayu dalam melakukan pilihan berbelanja hingga saat ini Ayu mengaku masih menggunakan jasa *online shop*.

2. Tina

Tina atau Agustina adalah mahasiswa jurusan pendidikan sosiologi yang berasal dari kota Pati Jawa Tengah. Mahasiswa angkatan 2009 lahir di Pati pada tahun 1991 berdomisili di Pati. Ayahanda Tina seorang wirausaha sukses yang memiliki usaha rumah makan di kota Pati. Ibu seorang rumah tangga yang setiap harinya mengurus keluarga dan

membantu usaha suami. Memiliki 4 saudara yang semuanya sudah menikah dan memiliki rumah serta usaha masing-masing.

Keluarga Tina memiliki usaha turun temurun yaitu usaha rumah makan yang memiliki anak cabang di kota Pati. Tina terlahir sebagai seorang anak terakhir yang berbagai macam kebutuhan dapat tercukupi dengan baik. Memiliki saudara yang sangat sayang kepada adik perempuan satu-satunya dalam keluarga membuat Tina dimanjakan oleh kasih sayang dan tentunya dengan materi yang diberikan orangtua juga saudara-saudara Tina. Latarbelakang ekonomi keluarga Tina bisa dikatakan menengah karena rata-rata uang saku yang diberikan orang tua lebih dari yang dibutuhkan.

Kebutuhan Tina selalu tercukupi baik itu kebutuhan kuliah dan kebutuhan pribadi. Tina mengaku sering berbelanja melalui *online shop* sejak semester 4. Tina melakukan pembelian melalui jasa *online shop* dengan menggunakan media *Blackberry* alasannya karena sangat praktis dan mudah dijangkau. Tahun 2010 Tina mengenal *online shop* dari teman yang sering menggunakan jasa tersebut. Tina mengaku sangat gemar melakukan transaksi pembelian dengan jasa *online shop* karena jasa ini memberikan berbagai kemudahan sehingga Tina sampai sekarang selalu melakukan transaksi pembelian dengan menggunakan jasa *online shop*. Tina juga mengaku bahwa ada peluang usaha baginya untuk mencoba berbisnis dengan berjualan baju dengan media *online shop*.

3. Sophiana

Mahasiswa kelahiran Tegal tahun 1990 bernama Sophiana R.P menempuh pendidikan di Universitas Negeri Semarang sejak tahun 2008 sampai sekarang. Mahasiswa jurusan Bahasa Prancis Fakultas Bahasa dan Seni ini berasal dari Tegal. Terlahir sebagai anak ketiga dari tiga bersaudara mendapatkan perhatian yang lebih dari orang tua dan saudara-saudara Sophi. Ayah seorang wirausaha yang memiliki usaha bengkel motor dan mobil di daerah Tegal.

Saudara pertama perempuan yang sudah menikah dan bekerja sebagai seorang guru dan saudara yang kedua laki-laki bekerja di bidang informasi dan teknologi di salah satu kantor ternama di kota Tegal. Satu-satunya anggota keluarga yang masih menjadi tanggung jawab orangtua hanyalah Sophi. Latar belakang ekonomi yang bisa dikatakan kelas menengah yang membuat kebutuhan Sophi dapat terpenuhi dengan baik.

Kebutuhan Sophi selalu terpenuhi baik itu untuk memenuhi kebutuhan kuliah ataupun pribadi. Kebutuhan pribadi seperti baju, tas, sepatu sebelum mengenal *online shop* Sophi membeli dengan cara konvensional dengan membeli lewat toko tau mall. Perkenalan Sophi dengan *online shop* dimulai sejak tahun 2010 pada saat Sophi memiliki BlackBerry. Kecintaan Sophi terhadap *online shop* sampai saat ini karena online shop menurut Sophi memberikan kepraktisan bagi penggunanya tersebut.

4. C. Alfa

Mahasiswa jurusan ilmu hukum yang bernama C.Alfa lahir di Jepara tahun 1991 bertempat tinggal di Jepara. Mahasiswa angkatan 2009 ini lahir dari seorang Ayah yang bekerja sebagai seorang Pegawai Negeri Sipil dan seorang Ibu yang bekerja sebagai seorang guru di kota Jepara. Terlahir sebagai seorang adik dari seorang saudara perempuan satu-satunya membuat Alfa menjadi pribadi yang santun.

Saudara perempuan yang sudah menikah membuat Alfa semakin di perhatikan oleh kedua orangtuanya terlebih lagi Alfa anak laki-laki yang menjadi tumpuan orang tua kelak dimasa tua. Alfa disayang dalam bentuk perhatian ataupun materi. Latar belakang ekonomi keluarga yang terbilang lebih membuat berbagai kebutuhan Alfa terpenuhi dari kebutuhan akademis hingga kebutuhan pribadi.

Alfa selalu memperhatikan penampilan baik itu dari pakaian hingga sepatu selalu menjadi perhatian utama bagi Alfa. Kebutuhan seperti pakaian sering dibeli Alfa melalui mall atau distro. Tahun 2011 Alfa baru mengenal *online shop* dari teman dekatnya. Alfa merasa sangat terbantu ketika menggunakan jasa *online shop* ini.

5. Nanang A. P

Mahasiswa yang lahir di Kendal tahun 1991 yang saat ini masih aktif sebagai mahasiswa jurusan pendidikan sosiologi dan antropologi. Mahasiswa angkatan 2009 yang berasal dari Sukorejo, Kendal terlahir sebagai seorang anak pertama. Memiliki saudara perempuan yang sudah

masuk di bangku perkuliahan pada tahun 2011. Memiliki kedua orangtua yang mapan dari segi ekonomi. Ayah bekerja sebagai seorang wirausaha dan ibu sebagai seorang guru.

Nanang memiliki riwayat hidup yang berpindah-pindah, sejak di bangku Sekolah Dasar Nanang kecil hidup bersama kedua orang tua. Lulus Sekolah Dasar Nanang melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di kota Malang. Anak dari saudara Ibu yang sudah masuk bangku kuliah memberikan contoh bagi Nanang untuk bergaul terhadap lingkungan sekitar. Nanang mengenal olahraga ekstrem dari saudaranya, olahraga yang dimaksud adalah *skeatboard*.

Nanang kembali ke kota asal dan melanjutkan kehidupan di kota Sukoharjo setelah 3 tahun menempuh pendidikan Sekolah Menengah Pertama dan menempuh pendidikan di kota Sukoharjo sampai sekarang. Nanang dan keluarga bisa dikatakan secara ekonomi menengah sehingga berbagai macam kebutuhan dapat dipenuhi dengan baik. Kebutuhan akademis atau bahkan kebutuhan non akademis seperti kebutuhan kehidupan sehari-hari dan kebutuhan tambahan dapat di penuhi dengan baik.

Perkenalan Nanang dengan *online shop* dimulai sejak di bangku Sekolah Menengah Umum. Kebutuhan yang harus dipenuhi membuat Nanang terkadang tidak dapat menjangkau ke toko atau mall karena keterbatasan waktu. *Online shop* bagi Nanang memberikan berbagai

manfaat baginya salah satunya adalah kepraktisan dan efisiensi waktu untuk mendapatkan barang yang diinginkan.

6. Reza P. N

Mahasiswa jurusan Pendidikan Jasmani dan Kerohanian ini lahir di Banyumas tahun 1990. Mahasiswa yang sangat menggemari olahraga karate ini berasal dari Banyumas. Mahasiswa angkatan 2008 yang saat ini masih aktif sebagai mahasiswa di Fakultas Ilmu Keolahragaan ini memiliki berbagai prestasi di bidang olahraga Karate. Terlahir dari seorang Ayah yang bekerja sebagai seorang Pelatih Karate di suatu dinas olahraga ini memiliki seorang saudara perempuan yang masih berusia 13 tahun. Memiliki seorang ibu yang bekerja sebagai seorang guru SMP di daerah Banyumas.

Anggota keluarga yang sangat kecil dan memiliki kemapanan dari segi ekonomi membuat Reza memiliki pribadi yang sangat royal terhadap kebutuhannya. Kebutuhan Reza seperti kebutuhan akademis dan kebutuhan pribadi dapat dicukupi dengan baik oleh keduaorangtua Reza. Reza saat ini juga menjadi pelatih karate di salah satu Sekolah Dasar di kota Semarang sebagai pelatih ekstrakurikuler yang memiliki penghasilan sendiri untuk mencukupi kebutuhan pribadinya.

Kondisi ekonomi yang bisa dikatakan mapan memberikan efek bagi konsumsi Reza. Kebutuhan kuliah dan pribadi selalu terpenuhi sehingga Reza tidak merasa kekurangan. Pakaian, tas, alat olahraga hingga buku dibeli Reza melalui toko dan mall. Tahun 2012 Reza baru

mengenal *online shop* dari temannya. Reza merasa dimudahkan terhadap informasi dan beberapa kemudahan yang didapat dari penggunaan jasa *online shop* ini. *Online shop* hingga saat ini masih menjadi andalan Reza untuk mendapatkan barang yang diinginkan terlebih lagi dengan informasi mengenai robot rakitan yang digemari Reza.

C. Fenomena *Online Shop* di Kalangan Mahasiswa Unnes

1. Presepsi mahasiswa tentang penggunaan *Online Shop*

Pendidikan yang tinggi akan serta merta mengubah pola kehidupan masyarakat. Pendidikan yang tinggi seperti halnya mahasiswa juga akan berdampak pada pola perilaku mahasiswa itu sendiri. Sama halnya dengan pola konsumsi mahasiswa akan berubah sesuai dengan apa yang menjadi bagian dari pola pembentukan nilai dan tatanan sosial yang sering disebut dengan gaya hidup. Mahasiswa akan lebih pintar untuk memilih dan memilah apa yang menjadi kebutuhan konsumsinya.

Penggunaan jasa *online shop* saat ini sedikit banyak mampu mengubah pola cara berkonsumsi mahasiswa, yang pada mulanya mengkonsumsi barang atau jasa adalah suatu kebutuhan yang harus dipenuhi karena berkaitan dengan aktivitas yang sesuai dengan fungsinya namun saat ini berubah atau beralih pada pola untuk membentuk suatu identitas yang didukung oleh objek sekitarnya atau komunitasnya.

Para pengguna *online shop* melihat hal utama salah satunya adalah pemenuhan kebutuhan kepuasan atau kesenangan, ketika sudah masuk

pada suatu perasaan kepuasan maka sudah menjadi barang tentu segala sesuatu akan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan kepuasan tersebut. Hal yang sama dengan pernyataan Mahasiswa Jurusan Ilmu Hukum semester 6 Ayu N.F (21 tahun) sebagai berikut :

“Kalau dibandingkan teman-teman saya sedikit lebih boros, karena kadang saya membeli *barang* yang kurang bermanfaat tapi karena saya suka ya udah”.

(Wawancara dengan Ayu N.F pada tanggal 10 April 2013)

Ayu mengaku bahwa perbandingan yang nampak adalah ketika mengkonsumsi barang yang berlebihan akan terlihat boros. Mahasiswa menjadi bagian yang berbeda di dalam suatu masyarakat maka mahasiswa akan merasa senang dan mencapai kepuasan.

Mahasiswa akan lebih senang jika dikatakan sebagai bagian dari masyarakat yang berbeda dan membentuk suatu norma sendiri yang diinginkan. Penggunaan *online shop* sebagai aktualisasi yang nyata ketika para pengguna *online shop* mendapat kepuasan baik itu secara lahiriah atau kepuasan secara keinginan. Hal yang sama di ungkapkan oleh Tina (22tahun) mahasiswa jurusan Pendidikan Sosiologi dan Antropologi.

“*Jane sih tuku neng toko langsung iso, tapi aku pengen e tuku online. ben ora di omong gaptek*”

(Sebenarnya membeli di toko bisa, tetapi saya ingin di *online*, Agar tidak dikatakan Gagap Teknologi)

(Wawancara dengan Tina pada tanggal 25 April 2013)

Mahasiswa memilih untuk memilih membeli *online* agar tidak dikatakan gagap teknologi. Mahasiswa akan merasa lebih nyaman jika mahasiswa dikatakan bagian dari manusia modern. Pembuktian dari manusia modern adalah salah satu cara dengan mengerti terhadap perubahan yang ada seperti perubahan cara berbelanja yang saat ini sering disebut dengan *online shop*.

Mahasiswa Unnes semester 8 Jurusan Ilmu Hukum C.Alfa (22tahun) menyatakan bahwa dengan mengkonsumsi barang dengan *online* Alfa merasa puas dan senang. Perkenalan yang singkat dengan *online shop* sudah menjadi kebutuhan baginya untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Berikut wawancara dengan Alfa:

“ Kalau gak beli *online* rasanya ada yang kurang, udah biasa soalnya”.

(Wawancara dengan C. Alfa pada tanggal 11 mei 2013)

Alfa menyatakan bahwa tindakannya mengkonsumsi barang *online* adalah suatu kebiasaan yang harus dilakukan karena sudah menjadi kebutuhan. Alfa mengaku sudah hampir 2 tahun mengkonsumsi barang lewat *online shop*. Awalnya juga sedikit takut untuk melakukan pemesanan lewat *online shop* namun dengan kejelian Alfa untuk mencari informasi mengenai alur, cara, dan kejelasan toko *online* membuat Alfa merasa puas dan senang mengkonsumsi barang lewat *online shop*. Alfa juga menceritakan selama hampir 2 tahun sekalipun belum pernah tertipu oleh jasa *online shop*.

Pemikiran mengenai sistem baru sebagai perubahan yang terjadi didalam masyarakat terbentuk karena adanya perbedaan keadaan sistem tertentu dalam jangka waktu yang berlainan (Piotr Szompka 1993:02). Konsep perubahan sosial mencakup tiga gagasan : (1) perbedaan; (2) pada waktu berbeda; (3) diantara keadaan sistem sosial yang sama.

Proses perubahan tersebut pada masalah ini adalah perubahan dari segi transformasi teknologi di bidang konsumsi atau pemenuhan konsumsi. Teknologi pada zaman sekarang merupakan bentuk dari suatu perubahan berkonsumsi yang tidak lepas dari sebagian kebutuhan masyarakat. Perubahan cara manusia berkonsumsi adalah salah satu bentuk perubahan perilaku sosial yang membuktikan bahwa manusia adalah makhluk yang dinamis. Presepsi mahasiswa terhadap *online shop* disadari atau tidak sudah menumbuhkan suatu sikap proaktif. Perubahan teknologi membawa dampak yang secara natural mengubah pola tindakan mahasiswa untuk selalu kritis dan aktif dalam menerima segala bentuk perubahan baik itu perubahan secara fisik maupun secara mental.

2. Pergeseran pola belanja

Perubahan teknologi komunikasi yang sangat cepat dan mengglobal telah memberikan perubahan secara signifikan. Jaringan sosial internet juga dapat mempengaruhi tingkat kebutuhan mahasiswa dalam kehidupannya. Kebutuhan dan kewajiban sebagai mahasiswa ialah belajar dan menuntut ilmu sesuai dengan tujuan awalnya. Perubahan lingkungan sosial juga tatanan kehidupan, mahasiswa mengubah pola

hidupnya sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh mahasiswa itu sendiri.

Mahasiswa mengekspresikan dirinya dengan mencari informasi terkait dengan tatanan kehidupannya dengan menggunakan teknologi internet. Perkembangan teknologi ini membawa banyak perubahan dalam gaya hidup mahasiswa. Internet memperkenalkan penggunaannya kepada dunia maya, beragam fasilitas ditawarkan mulai dari jejaring sosial, berita, video, foto hingga berbelanja dapat ditemukan melalui akses internet.

Pemilihan berkonsumsi lahiriah mahasiswa seperti pakaian, tas, sepatu, buku, dan kebutuhan lainnya dapat ditemukan melalui akses internet dengan *online shop* didapatkan dengan mudah. Penggunaan *online shop* bagi mahasiswa merupakan perubahan gaya hidup yang semula harus berdesak-desakan di pasar menjadi satu hal yang baru dan praktis. Perubahan tersebut memberikan perubahan suatu nilai yaitu nilai sosial yang semula jika bertransaksi di pasar menggunakan komunikasi secara verbal dalam bertransaksi, sebaliknya jika berbelanja melalui *online shop* proses bertransaksinya hanya melalui jaringan internet tanpa bertatap muka sehingga tidak adanya proses tawar menawar atau berkomunikasi verbal.

Belanja *online* atau *ritel online* adalah suatu bentuk perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk langsung membeli barang atau jasa dari penjual melalui internet tanpa jasa perantara. Istilah

lain untuk sebuah toko *online* adalah : *e-shop*, *e-toko*, toko internet, *web* toko, *web* store, toko *online*, dan toko virtual.

Online shopping or online retailing is a form of electronic commerce which allow consumers to directly buy goods or services from a seller over the Internet without intermediary service. Other names for an online shop are: e-shop, e-store, Internet shop, web-shop, web-store, online store, and virtual store. The concept of an online shop evokes the physical analogy of buying products or services at a bricks-and-mortar retailer or shopping center; the process is called business-to-consumer (B2C) online shopping.

(http://en.wikipedia.org/wiki/Online_shopping)

Belanja *online* atau *ritel online* adalah suatu bentuk perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk langsung membeli barang atau jasa dari penjual melalui internet tanpa jasa perantara. Istilah lain untuk sebuah toko *online* adalah : *e-shop*, *e-toko*, toko internet, *web* toko, *web* store, toko *online*, dan toko virtual. Konsep dari *shop* secara *online* membangkitkan analogi fisik membeli produk atau jasa di pusat perbelanjaan disebut business-to-consumer (B2C) belanja *online*.

Mahasiswa merupakan pengguna fasilitas internet yang hampir setiap hari akrab dengan teknologi tersebut. Pada saat ini beragam cara dapat di lakukan untuk mengakses internet bahkan fasilitas didalam *handphone* canggih yang menyediakan fasilitas internet dapat dengan mudah di akses dimanapun kapanpun. Fasilitas internet yang disajikan adalah dengan berbelanja *Online* atau dengan istilah lain *Online Shop*. Fenomena *online shop* di kalangan mahasiswa saat ini menjadi hal yang baru yang sedikit banyak mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa.

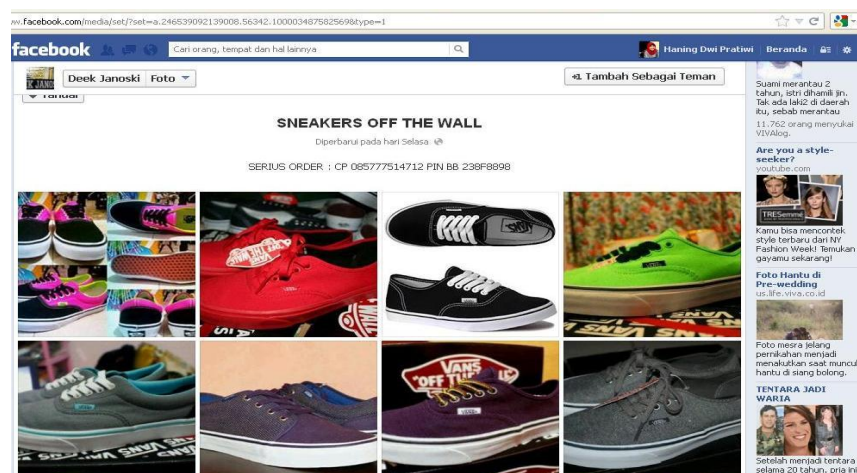
Namun hal itu tidak menyurutkan rasa ingin tahu mahasiswa mengenai *online shop*. Hal itu diperkuat dengan oleh pernyataan Ayu N.F (21 tahun) mahasiswa Unnes jurusan Ilmu Hukum :

“ *Online Shop* saat ini lagi buming banget, soalnya di toko *online* barangnya bagus-bagus, buat aku *online shop* sangat membantu dalam pemilihan berbusana. Karena biasanya barang yang ditawarkan selalu *update*”.

(Wawancara dengan Ayu N.F pada tanggal 10 April 2013)

Pernyataan Ayu membuktikan bahwa di kalangan mahasiswa Unnes *Online Shop* sudah begitu terkenal. Ayu menyatakan bahwa *online shop* sangat membantu untuk memilih mode berbusana karena di *online shop* barang selalu *update*.

Online shop memiliki cara sendiri dalam proses transaksinya. *Online shop* terlihat sangat rumit bagi para pemula penggunanya namun jika sudah terbiasa akan mudah. Sistem kepercayaan adalah salah satu syarat yang selalu di pergunakan dalam menggunakan *online shop*. Awalnya ketika akan melakukan transaksi berbelanja dengan menggunakan *online shop* akan disambut dengan visual yang menarik juga harga yang sangat menggiurkan. Berikut contoh gambar toko online yang dikunjungi :



Gambar 4. Salah satu *online shop* yang di kunjungi Nanang A. P
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar di atas merupakan salah satu contoh toko *online* yang sering di kunjungi oleh Nanang A.P mahasiswa Jurusan Pendidikan Sosiologi. *Facebook* adalah salah satu media sosial yang menghubungkan Nanang dengan toko *online* ini. Nanang mengaku sering mengunjungi *web site* ini memiliki beberapa alasan. Alasannya karena *web* tersebut menjual barang yang di inginkan oleh Nanang selain model barangnya juga kualitas barang tersebut oleh sebab itu kepercayaan terhadap toko *online* langganan terbentuk dengan sendirinya. Kepercayaan Nanang terhadap toko *online* tersebut tidak berhenti begitu saja.

Online shop sangat membantu untuk memperoleh informasi yang *update*. Salah satu nara sumber menceritakan tentang pengalamannya

berbelanja dengan menggunakan *online shop* yaitu dengan Nanang A.P (22 tahun) mahasiswa jurusan sosiologi & antropologi sebagai berikut:

“Pertamane aku golek i barang sing tak pengin i neng toko sing wis dadi lenggananku, nek wis cocok barang plus regone aku ngecek sik testimonial costumer neng bagian toko online kui, nah nek wis yakin karo barang e, langsung wae PM dinggo hubungan barang sing tak pesen alamat sing dituju plus perjanjian koyo biaya ongkir karo pembayarane. Nah nek uwis ono kesepakatan langsung order trus lanjut transfer uang menurut barang sing dipesen. Bar iku nunggu barang e mau nek wis barang e teko dinggo bukti crop foto barang sing wis di pesen plus nulis kesan ng testimonial sik ono ng toko online”.

(Pertama saya mencari barang yang yang saya inginkan di toko lengganan saya, setelah saya mendapatkan barang yang saya inginkan sebelum saya memesan saya memeriksa *testimonial* yang tersedia di toko *online* tersebut. Setelah saya yakin dengan barang naya saya langsung PM (*private message*) yang digunakan untuk berhubungan dengan toko *online* tersebut mengenai barang yang dipilih dan perjanjian jasa pengiriman. setelah itu saya memesan barang kemudian *transfer* sejumlah uang yang disepakati. Menunggu barang setelah barang sampai saya foto barang sebagai bukti barang sudah sampai dan kemudian saya menulis kesan di *testimonial* yang tersedia)

(Wawancara dengan Nanang A.P pada tanggal 12 mei 2013)

Nanang bercerita mengenai beberapa alur yang harus dilakukan untuk memilih barang di toko *online*. Kejelian dan kepercayaan dalam pembelian *online* harus di usung agar barang yang akan di beli sesuai dengan yang diinginkan dan tidak tertipu oleh toko *online* tersebut. Nanang mengaku tidak bosan bahkan cenderung senang mengkonsumsi barang di toko *online* karena di toko *online* mendapatkan berbagai

keuntungan diantaranya efisiensi waktu dan mendapatkan barang yang *update*.

Internet merupakan fasilitas teknologi yang saat ini sudah menjadi kebutuhan pokok bagi sebagian masyarakat. Mahasiswa adalah salah satu dari bagian dari masyarakat tersebut. Salah satu perubahan yang nampak dan menjadi topik perbincangan yang hangat adalah pola berbelanja dengan cara menggunakan fasilitas internet.

Fasilitas Internet sudah bisa dinikmati dengan mudah di *handphone/smartphone* yang praktis dan efisien, oleh sebab itu *online shop* menjadi semakin gencar di lingkungan masyarakat. Berbelanja tanpa mengeluarkan waktu dan tenaga banyak dapat diakses dengan mudah melalui *smartphone* yang canggih. Hal itu diperjelas dengan asumsi oleh mahasiswa jurusan Ilmu Hukum C. Alfa (22tahun) sebagai berikut:

“Awal perkenalanku ngerti Online Shop iku di ajaki Pacarku, nah kebetulan aku lagi ganti smartphone anyar. Awale aku mung coba-coba tuku barang online malah saiki dadi ketagihan”

(Awal perkenalan saya dengan *online shop* karena di ajak oleh Pacar, kebetulan saya baru ganti smartphone baru. Awalnya saya hanya sekedar coba-coba membeli *barang online* lama kelamaan saya menjadi ketagihan)

(Wawancara dengan C. Alfa *pada* tanggal 11 Mei 2013)

Pemaparan hasil wawancara yang dilakukan penulis dapat di tarik kesimpulan bahwa adapun perubahan dan pergeseran mengenai cara belanja adalah bentuk dari suatu perubahan sosial yang sama terhadap

konsep seorang ahli sosiologi. Pemikiran ini menambahkan dimensi penilaian kategori yang objektif dan lebih netral terhadap aspek kehidupan normatif (Piotr Szompka 1993:08) Pada dasarnya yang dimaksudkan dengan kemajuan adalah : (1) proses menjurus; (2) terus menerus membawa sistem sosial semakin mendekati keadaan yang lebih baik atau menguntungkan (kata lain menuju penerapan nilai pilihan tertentu berdasarkan etika seperti kebahagiaan, kebebasan, kesejahteraan, atau kepada prestasi masyarakat ideal dalam bentuk masyarakat utopia.

3. Munculnya Istilah khas khususnya komunikasi belanja.

Istilah-istilah khas yang terdapat pada jasa *online shop* hanya akan ditemui jika menggunakan jasa *online shop*. Pasar tradisional dan *modern* mungkin tidak akan menggunakan istilah-istilah yang ada pada *online shop* karena istilah tersebut merupakan trensenter komunikasi baru pada *online shop*. Komunikasi bahasa yang hanya dapat dikomunikasikan dengan sesama pengguna jasa *online shop*.

Hal itu di perjelas dengan pernyataan Reza P.N (23 tahun) sebagai berikut:

“Ya nek neng online shop kue ya ana istilah sing wis kudu dingerteni. Kaya COD, PreOrder, Ready, Ongkir dan sebagainya. Awale aku ya ora ngarti tapi siki wis paham”

(Ya kalau di *online shop* itu ada istilah yang harus diketahui. Seperti *COD, PreOrder, Ready, Ongkir* dan sebagainya. Awalnya saya tidak tahu tapi sekarang sudah paham)

(Wawancara dengan Reza tanggal 13 Mei 2013)

Perubahan pola interaksi terhadap penggunaan *online shop* juga merupakan salah satu kriteria dari proses sosial yang dinamis. Perubahan komunikasi dalam transaksi belanja merupakan salah satu bukti bahwa masyarakat selalu dinamis.

Komunikasi yang mengalami perkembangan yang semula komunikasi pada proses transaksi menggunakan komunikasi verbal menuju kepada komunikasi non verbal, yang sebenarnya tujuannya sama yaitu untuk mengkomunikasikan proses jual beli namun dengan perubahan zaman adapun pergeseran bahasa untuk berkomunikasi.

Pernyataan yang sama diungkapkan oleh Agustina mahasiswa angkatan 2009 jurusan Pendidikan Sosiologi dan Antropologi ini mengungkapkan bahwa terdapat istilah–istilah khas yang ada di *online shop*. Ungkapan Agustina sebagai berikut :

“Olshop kui due istilah boso sing rodo bedo misal nek ngundang costumer cewek nganggo istilah sist”

(*online shop* itu punya istilah bahasa yang sedikit beda misal kalau memanggil costumer wanita pakai istilah sist)

(wawancara dengan Agustina pada tanggal 22 April 2013)

Adapun istilah yang digunakan dalam berkomunikasi menggunakan jasa *online shop*. Berikut adalah istilah yang khas yang sering digunakan dalam *online shop* antara lain:

Tabel. 4 Istilah khas dalam *online shop*

Istilah Khas	Arti
<i>Bookmark</i>	Lokasi penempatan sebuah <i>web page</i> untuk disimpan di browser, sehingga memudahkan saat mengunjungi toko <i>online</i> itu lagi.
<i>Landing Page</i>	Halaman <i>web</i> tujuan ketika sebuah link di klik. Landing Page berisi penjelasan tentang produk
<i>Cart</i>	Keranjang adalah sebutan <i>online shop</i> untuk menyimpan item produk yang dipilih
<i>Check Out</i>	Proses mengakhiri belanja disebuah <i>online shop</i> seperti halnya kasir
<i>Ebanking</i>	Elektronik bank yaitu layanan untuk memudahkan transaksi bank menggunakan media internet
<i>Paypal</i>	Media pembayaran yang digunakan untuk transaksi <i>online</i> di luar negeri
PM atau <i>Privat Messag</i>	digunakan untuk saling berkirim pesan antara penjual dan <i>costumer</i> / pembeli
<i>Live Chat</i>	Fasilitas yang terdapat disebuah <i>online shop</i> yang memberikan kesan
<i>COD. Cash On Delivery</i>	adalah layanan antar langsung produk ke tangan <i>costumer</i> .
<i>Rekber rekening bersama</i>	adalah pihak ketiga yang menjadi mediator pembayaran antara <i>costumer</i> dan penjual
<i>Testimonial</i>	Adalah arus balik dari <i>customer</i> yang pernah membeli atau mencoba produk yang ditawarkan
<i>Soldout</i>	adalah istilah yang digunakan untuk menunjukan barang yang dipilih <i>costumer</i> habis atau tidak tersedia
<i>PreOrder</i>	Istilah untuk mengungkapkan bahwa <i>costumer</i> harus menunggu barang yang di pesan sesuai dengan jumlah kuota pemesanan
<i>Ongkir</i>	singkatan dari <i>ongkos</i> kirim yang berarti adalah jasa pengiriman barang <i>online</i>
Agan atau Gan	Nama panggilan yang sering digunakan untuk <i>customer</i> laki-laki
Sister atau Sist	Nama panggilan yang sering digunakan untuk <i>customer</i> perempuan

4. Jenis-jenis komoditas yang dikonsumsi mahasiswa melalui *Online Shop*

Konsumsi barang melalui jasa *online shop* bagi mahasiswa saat ini sudah menjadi fenomena nyata yang ada pada kondisi mahasiswa Unnes. Sebagian mahasiswa mengetahui apa itu *online shop* walaupun tidak semua mahasiswa menggunakan jasa tersebut sebagai pemenuhan kebutuhan. Mahasiswa yang sudah merasa mendapatkan keuntungan yang didapat, akan tetap menggunakan *online shop* dalam memenuhi kebutuhannya. Komoditas barang yang sering di konsumsi para pengguna jasa *online shop* ini adalah sebagian besar untuk memenuhi konsumsi sandang. Pakaian salah satu yang sangat di minati para pengguna jasa *online shop*. Mahasiswa laki-laki atau perempuan komoditas barang-barang konsumsi hampir sama yaitu pakaian.

Pengakuan Reza (23 tahun) mengenai pengalamannya menggunakan jasa *online shop* untuk mendapatkan konsumsi yang diinginkan terbukti mendapatkan hasil yang sesuai dengan keinginan. Hobi mengkoleksi Gundam bagi Reza adalah suatu kesenangan dan pemeentukan identitas diri, Reza ingin memuaskan keinginannya untuk selalu membeli Gundam dalam berbagai varian karena menurut Reza jika memiliki lebih banyak gundam akan merasa percaya diri didalam suatu komunitasnya yaitu komunitas yang mendukungnya para pecinta gundam.

Komoditas barang yang sering di konsumsi Reza lewat *online shop* adalah Gundam yaitu robot rakitan yang berasal dari Jepang. Gundam bagi Reza bukan sekedar hobi namun sudah menjadi kebutuhan baginya untuk memuaskan keinginan. Reza N.F juga mengkonsumsi barang lewat *online shop* misalnya pakaian bahkan *handphone* juga di belinya lewat *online shop*. Berikut pernyataan Reza N.F :

“Akeh barang-barangku sing tuku meng online shop, sing paling akeh kuwe ya Gundam tapi saiki ya kaya pakaian be aku ya goleti ne meng online shop, kie BB ne ya tuku ne maring olshop”

(Banyak barang-barang saya yang dibeli di *online shop*, paling banyak itu Gundam tapi sekarang seperti pakaianpun saya juga membeli lewat *online shop*, ini BB juga beli lewat *online shop*)

(Wawancara dengan Reza P.N pada tanggal 13 mei 2013)

Berbagai macam barang yang sering dikonsumsi oleh sebagian mahasiswa yang menggunakan *online shop* antara lain:

Table 5. Barang konsumsi subjek penelitian

No	Nama Subjek	Barang-barang yang di konsumsi
1	Ayu N.F	Pakaian, aksesoris kecantikan, jam tangan
2	Agustina	Pakaian, lulur mandi, sandal, sepatu, tas.
3	Sophiana R.P	Pakaian, Jam Tangan, Tas, sandal, boneka
4	Christoper Alfa P	Pakaian, dompet, tas
5	Nanang A.P	Pakaian, alat-alat skateboard, topi
6	Reza P. N	Gundam, Handphone, pakaian, sepatu

Tabel diatas merupakan barang-barang yang dibeli melalui *online shop*. Beberapa barang sangat terlihat dominan yang sering dikonsumsi menggunakan jasa *online shop* adalah pakaian. Pakaian adalah barang yang sangat diminati oleh para pengguna jasa *online shop* ini, alasannya karena lebih praktis dan menghemat waktu serta dapat dengan mudah dilihat mode dan harga yang sesuai dengan minat calon pembeli.

Nanang A.P (22 tahun) mahasiswa jurusan Pendidikan Sosiologi & Antropologi mengaku kecintaannya pada olahraga *skateboard* (papan seluncur) mengubah pola cara konsumsinya terhadap barang. Nanang mengungkapkan pada awal perkenalannya dengan *online shop* terjadi pada 5 tahun silam. Mahasiswa yang menempuh pendidikan selama 8 semester di jurusan sosiologi & antropologi ini yang masa remajanya tinggal di kota Malang menceritakan mengenai pengalamannya tentang olahraga yang digemarinya yaitu *skateboard*. Lingkungan yang membentuk Nanang mencintai olahraga ekstrem tersebut, karena awalnya di lingkungan tempat tinggalnya banyak para pecinta *skateboard* latihan dengan kebiasaan seperti itu menjadikan Nanang tertarik dengan olahraga tersebut. Olahraga yang terbilang mahal ini memerlukan peralatan yang tidak murah dan mudah didapat oleh karena itu pada awalnya Nanang ingin mencari toko yang menyediakan peralatan papan seluncur namun tidak mudah ditemukan yang menjadi keinginannya.

Pilihan akhirnya adalah mencari barang tersebut dengan *online*. Nanang merasa mendapatkan berbagai kemudahan yang diberikan *online shop*. Hal itu di perjelas dengan ungkapannya sebagai berikut:

“Aku ki awale mung arep golek i alat-alat skateboard tapi saiki malah wis seneng tuku barang kebutuhan kuliah koyo pakaian neng online, akeh untunge kanggo aku. Ora perlu adoh-adoh neng toko gari klik barang wis teko”

(Awalnya saya hanya ingin mencari papan seluncur tapi sekarang menjadi suka membeli barang kebutuhan kuliah di *online*, karena banyak keuntungan. Tidak perlu jauh ke toko tinggal klik barang sudah sampai)

(Wawancara dengan Nanang A.P pada tanggal 12 Mei 2013)

Nanang menambahi dengan adanya *online shop* sangat membantunya dalam membeli barang dan baginya *online shop* bermanfaat. Nanang juga mengaku belum pernah sekalipun tertipu dengan barang yang di belinya melalui *online shop*.



Gambar 5. Nanang A. P. dengan barang belanjannya melalui *online*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar diatas adalah gambar Nanang dengan barang belanjannya yang di beli melalui *online shop*. Gambar di atas adalah sepatu *skateboard* dan T-Shirt serta bukti pembayaran transaksi Nanang pada saat mengirim sejumlah uang pada penjual *online*.

Nanang juga menyatakan bahwa konsumsi yang saat ini sering dibelinya dengan menggunakan *online shop* adalah pakaian, namun tidak menutup kemungkinan barang-barang yang lain juga akan dikonsumsinya jika itu membuatnya tertarik dan senang. Pernyataan Nanang mengenai pembeliannya dengan menggunakan jasa *online shop* sebagai berikut:

“Saiki barang-barang sing paling akeh tak tuku neng soko online shop kui ora mung skateboard tapi kaos, ya kadang sepatu mbi topi. Perwulan mesti aku order”

(Sekarang barang yang sering saya beli melalui *online shop* bukan hanya skateboard namun kaos, tapi kadang sepatu sama topi, Setiap bulan pasti saya Order)

(Wawancara dengan Nanang A.P pada tanggal 12 mei 2013)

5. Jenis transaksi dalam *Online Shop*

Online shop adalah satu cara pembelian baru yang menggunakan internet dalam proses jual belinya. Proses jual belinya menggunakan alat bantu internet dan menggunakan sistem kepercayaan. Pada proses transaksi adal beberapa cara yang di gunakan dalam proses jual beli *online shop* antara lain:

a. Transfer Langsung

Transaksi pembelian menggunakan *online shop* memiliki sedikit perbedaan dibandingkan dengan mode transaksi langsung. Berbagai alur yang harus dilalui dalam pembelian menggunakan *online shop* dari pemilihan toko sampai negoisasi harga. Pembelian barang melalui *online shop* dengan cara transfer langsung dapat dilakukan setelah melakukan negoisasi dengan pihak penjual, maka selanjutnya calon pembeli diharuskan membayar harga barang yang sudah disepakati termasuk dengan biaya ongkos kirimnya. Bukti pengiriman dan penerimaan barang akan diterima setelah transaksi pembayaran.

Mode transaksi langsung ini adalah yang sering dilakukan dan sangat diminati. Selain praktis juga lebih efisien waktu karena tidak harus meluangkan waktu yang lama. Berikut adalah salah satu bukti penerimaan barang melalui transfer langsung yang dikirim melalui salah satu jasa pengiriman yang ada di Indonesia:



Gambar 6. Contoh bukti penerimaan barang langsung lewat JNE
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar di atas merupakan salah satu bukti penerimaan barang yang diterima oleh salah satu narasumber dalam penelitian ini yaitu dengan saudara Agustina (22 tahun). Agustina mengungkapkan bahwa barang yang sering dibeli menggunakan jasa *online shop* ini adalah dengan cara transfer langsung dan menggunakan jasa pengiriman. Ungkapan Agustina sebagai berikut:

“Aku ki sering nek tuku neng online kui transfer langsung, JNE salah sijine jasa sing sering tak nggo. Luwih cepet dan dipercaya’

(Saya seringnya membeli barang di *online* transfer langsung, JNE salah satu jasa yang sering saya pakai, lebih cepat dan terpercaya)

(Wawancara dengan Agustina pada tanggal 25 april 2013)

Ungkapan Agustina membuktikan bahwa penggunaan jasa *online shop* lebih ditekankan pada sistem kepercayaan, selain itu juga ada sisi lain yang di minati oleh para pengguna jasa *online shop* ini ialah kepraktisan dalam membeli barang yang diinginkan.

Tina menambahkan bahwa jasa pengiriman barang juga sangat berperan dalam proses pembelian *online*. Jasa pengiriman barang yang terpercaya dan cepat juga menjadi alasan Tina untuk selalu menggunakan jasa pengiriman barang tersebut dalam proses pengiriman barang. Tina menceritakan selalu menggunakan jasa pengiriman barang disalah jasa pengiriman ternama di kota Semarang tersebut sehingga memberikan informasi tambahan untuk memperoleh data penelitian.

Catur (25 tahun) adalah salah satu petugas jasa pengiriman barang yang sering mengirim barang di wilayah Unnes salah satu mahasiswa yang sering mendapat kiriman barang *online* adalah Tina. Penulis mendapatkan informasi mengenai petugas pengiriman jasa barang dari Tina yang sering melakukan transaksi pengiriman barang. Ungkapan Catur mengenai salah satu customer pengiriman barang sebagai berikut:

“Ya kalau mbak Tina ini sering sekali mendapat barang kiriman mbak, kadang bisa sebulan sekali kadang juga lebih. Sudah 2 tahun ini mbak Tina selalu menjadi pelanggan kami”.

(Wawancara dengan Catur pada tanggal 20 agustus 2013)



Gambar 7. Wawancara dengan petugas layanan jasa antar barang
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar di atas merupakan gambar pada saat penulis melakukan wawancara untuk memperoleh informasi data mengenai

pengiriman barang yang dilakukan oleh jasa pengiriman kepada para pengguna jasa pengiriman. Petugas memaparkan bahwa beberapa tahun terakhir sering mengirim barang di daerah Unnes dan sering ditunjukkan untuk para mahasiswa Unnes.

b. COD (*Cash On Delivery*)

Model transaksi *online shop* tidak hanya transfer langsung namun ada cara lain yaitu dengan *COD (Cash On Delivery)* dengan istilah lain bertemu langsung dengan calon penjual atau pembeli dan membayar langsung barang yang sudah disepakati. Beberapa perbedaan yaitu barang yang dijual di iklankan melalui toko *online*. Toko *online* ini berfungsi sebagai jembatan atau alat yang menghubungkan antara penjual dan pembeli.

Calon pembeli melihat barang yang akan dibelinya melalui toko *online* kemudian setelah terjadi kesepakatan antara calon penjual dan pembeli dengan proses negosiasi maka calon penjual dan pembeli akan bertemu langsung dengan di tempat yang disepakati pula. Pada penggunaan COD ini biasanya toko *online* yang ditawarkan berada disekitar calon pembeli. Pertemuan berlangsung pada saat kesepakatan terjalin antara penjual dan pembeli.

Para pengguna jasa *online shop* juga meminati proses transaksi menggunakan COD ini karena dengan cara ini dapat

dengan langsung melihat barang yang akan dibelinya. Salah satu pengguna dengan transaksi COD adalah Reza Priyana Nurfahmi (23 tahun) mahasiswa jurusan PJKR angkatan 2008 ini mengaku bahwa COD adalah salah satu cara yang ia pernah lakukan dalam memperoleh barang di dalam *online shop*.

Minatnya dalam menggunakan *online shop* untuk memenuhi konsumsinya berawal dari hobinya mengoleksi Gundam. Gundam pertama yang dimiliki dibeli lewat *online shop*. Akses informasi yang ada pada *online shop* menggugah hati Reza untuk membeli Gundam lewat *online shop*, keterbatasan toko yang menyediakan Gundam membuat Reza selalu membeli Gundam lewat *online shop* baik melalui *COD* atau transfer. Berikut pernyataan Reza mengenai pembeliaanya melalui *online shop* dan menggunakan transaksi melalui COD sebagai berikut:

“Tuku barang neng online kue iso nggo COD , neng COD kue iso ndeleng langsung barange regane juga iso di nego,kue ketemu langsung karo sing dodolan barang”.

(Membeli barang di online itu bisa menggunakan COD, di COD itu bisa melihat langsung barang harga dan bisa di tawar. Bertemu langsung dengan penjual barang tersebut)

(Wawancara dengan Reza N.P pada tanggal 13 mei 2013)

6. Pemanfaatan barang –barang *online shop*

Fasilitas internet juga memudahkan berbagai hal yang diinginkan dapat dengan mudah dicari kapanpun dan di manapun. *Online shop* adalah salah satu fasilitas yang disajikan. Peluang usaha yang ada pada *online shop* juga menggiurkan bukan hanya mengkonsumsi barang dengan menggunakan jasa *online shop* namun ada sebagian mahasiswa yang menjadikan peluang usaha seperti yang dituturkan oleh mahasiswa Unnes jurusan Sosiologi & Antropologi Agustina (22 tahun) sebagai berikut:

“Aku saiki due usaha cilik-cilikan, awale aku tuku barang online nah soyo suwe kok lumayan nek aku nyoba dodolan. Lumayan kanggo sangu tambahan.nek aku seneng ya kadang barang daganganku tak nggo dewe”

(Saya sekarang punya usaha kecil-kecilan , awalnya saya membeli barang *online* lama kelamaan lumayan kemudian saya mencoba berjualan. Untungnya buat tambahan uang saku. Kalau saya suka terkadang barang dagangan saya pakai sendiri)

(Wawancara dengan Agustina pada tanggal 25 April 2013)

Perilaku konsumsi mahasiswa secara tidak sadar akan dialami oleh pengguna jasa *online shop*. Para mahasiswa ini awalnya hanya sekedar coba-coba namun lama kelamaan menjadi kecanduan. Mahasiswa juga memilih jasa *online shop* karena ada alasan yang pasti yaitu barang yang diinginkan terkadang susah di cari di toko terdekat jalan yang praktis ditempuh adalah memanfaatkan jasa *online shop*. Selain itu adapun kiat –

kiat agar tidak tertipu dengan barang yang ditawarkan toko *online*. Salah satunya adalah dengan kejelian mencari informasi yang jelas.

Reza P.N Mahasiswa Unnes jurusan PJKR dengan Logat Banyumas memperlihatkan koleksi Gundam yang di beli melalui *online shop* sebagai berikut:



Gambar 8. Koleksi Gundam Reza yang di beli melalui *Online Shop*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

“ Online Shop kanggo aku ya wis akeh manfaate, soko online shop aku iso goleti rega lan barang sing anyar. Maneh sing jenenge Gundam kui ora ana neng toko sembarangan. Tapi ya kui kudu jeli golet informasi aja sembarangan order nek urung pasti”.

(Online shop bagi saya sudah memberikan banyak manfaat, dari online shop saya bisa mencari harga dan barang yang baru. Apalagi yang namanya Gundam itu tidak semua toko ada. Tapi harus jeli mencari informasi sebelum order”).

(Wawancara dengan Reza P.N pada tanggal 13 Mei 2013)

Para pengguna jasa *online shop* ini memanfaatkan barang-barang yang dibelinya melalui *online shop* digunakan untuk berbagai aktivitas, salah satunya adalah digunakan untuk berpenampilan, untuk memuaskan hobi.

Pendapat yang sama diungkapkan oleh Ayu Nurul Farida mahasiswa angkatan 2010 ini menegaskan bahwa pemanfaatan barang yang dibelinya melalui *online shop* digunakan untuk mencari *brand* pakaian yang hanya ada di *online shop*, pernyataannya sebagai berikut:

“Aku tuh beli baju di *olshop* ya karena pengen aja punya baju yang merk nya Big Jill dan Zhara soalnya merk itu adanya di *olshop* doang”

(Wawancara dengan Ayu pada tanggal 10 April 2013)

Pemanfaatan *online shop* ini digunakan Ayu untuk mencari *brand* yang ternama dan yang menjualnya hanya ada di *online shop*. Oleh sebab itu *online shop* dipilih dan dicari Ayu untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkannya.

7. Permasalahan yang muncul dalam berbelanja *Online Shop*

Pengalaman cerita Sophiana Rizki P (23 tahun) mengenai kesan ketika menggunakan jasa *online shop*. Menurutnya *online shop* memberikan warna baru dalam mengkonsumsi barang. Sophi yang dahulu mengkonsumsi barang dengan langsung mengunjungi toko atau pasar sekarang sudah sering menggunakan *online shop* untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Mahasiswa jurusan pendidikan

bahasa Prancis yang sudah mengenal *online shop* sejak 2 tahun lalu ini mengaku dalam setiap bulan pasti membeli barang lewat toko *online* dan hampir 20 % kiriman orang tua dibelanjakan untuk kepentingan pribadinya, namun selama 2 tahun itu Sophi menceritakan beberapa kali tertipu dengan barang yang dibelinya lewat *online shop*.

Menurut Sophi alasannya pernah tertipu karena Sophi terkadang tidak mencari informasi yang jelas mengenai toko *online* yang akan di kunjunginya. Menurutnya kejeliannya dalam mencari informasi masih sangat kurang, dikarenakan Sophi sudah terlanjur suka dan kemudian langsung mememesannya. Berikut penuturannya:

“Aku juga pernah tertipu kok sama barang kiriman *online*, aku minta warna hijau malah dikasih warna biru, itu belum seberapa malah pernah dulu pas awal-awal tahu *online shop* udah transfer tapi barang gak sampai untung cuma aksesoris kamar”

(Wawancara dengan Sophiana R.P pada tanggal 19 april 2013)

Online Shop saat ini merupakan warna baru pemilihan berbelanja bagi sebagian mahasiswa, bukan hanya menjadi suatu pemenuhan kebutuhan akan tetapi ada faktor yang lebih dominan. Sebagian mahasiswa memilih untuk menggunakan jasa *online shop* karena berbagai alasan yang dipaparkan oleh beberapa narasumber. Pada awalnya ajang coba-coba dan selanjutnya menjadi suatu kebutuhan baik itu kebutuhan lahiriah dan bahkan batiniah. Mahasiswa mengaku menggunakan jasa *online shop* dengan berbagai alasan hanya untuk

sekedar ajang coba-coba, pemenuhan kebutuhan yang dibutuhkan, memenuhi kepuasan sesaat, sebagai ajang eksistensi diri dilingkungan sekitar sampai menjadi ajang peluang bisnis.

Pemaparan hasil wawancara dengan berbagai subjek penelitian dapat disimpulkan bahwa fenomena *online shop* di kalangan mahasiswa khususnya Unnes sudah menjadi pokok perbincangan yang hangat. *Online shop* bukan hanya sekedar pilihan berbelanja namun sebagai bukti bahwa adanya pergeseran dan perubahan cara belanja mahasiswa Unnes dalam memanfaatkan teknologi yang ada.

Perubahan cara belanja dengan menggunakan internet adalah bentuk dari satu perubahan dibidang teknologi. Piotr Sztompka (1993: 7-8) Perkembangan sosial yang melukiskan perkembangan potensi yang terkandung dalam sistem sosial. Konsep perkembangan sosial ini memuat tiga ciri yaitu: (1) menuju kearah tertentu dalam arti keadaan sistem tak terulang sendiri disetiap tingkatan; (2) keadaan sistem pada waktu berikutnya mencerminkan tingkat lebih tinggi dari semula; (3) perubahan dipicu oleh kecenderungan yang berasal dari dalam sistem (misalnya : penambahan penduduk yang diikuti oleh peningkatan kepadatan, penanggulangan kontradiksi internal menciptakan kehidupan yang lebih baik, menyalurkan kreativitas ke arah inovasi yang berarti).

D. Faktor Penyebab Mahasiswa memilih *Online Shop* dalam berbelanja

Mahasiswa sebagai salah satu pelaku konsumsi dalam pemanfaatan jasa *online shop*. Mahasiswa menggunakan jasa *online shop* bukan tanpa sebab, ada faktor pendukung yang menyebabkan mahasiswa menggunakan jasa *online shop*. Kebutuhan akan berkonsumsi bagi mahasiswa sudah menjadi kebutuhan bukan hanya untuk mengkonsumsi secara manfaat namun konsumsi tatanan nilai baru yang membuat mahasiswa mengkonsumsi barang tersebut.

Konsumsi akan runtuh ketika pelaku konsumsi tidak dikelilingi obyek eksternal atau pendukung yang menjadi ekspresi dari kecenderungannya, kekuatannya dan cara pemenuhan akan pemenuhan kebutuhan. Pemikiran mengenai konsumsi masih pada tataran pemenuhan kebutuhan baik barang ataupun jasa, yang didalamnya adanya keikutsertaan keinginan, harapan, tujuan, nilai sosial, efisiensi, kemajuan dan dukungan di sekeliling pelaku konsumsi (sebagian dari objek penelitian mengungkapkan bahwa mereka mengkonsumsi *online shop* karena ada faktor pendukung dari lingkungan).

Faktor-faktor penyebab mahasiswa mengkonsumsi barang melalui *online shop* diantaranya sebagai berikut:

a. Efisiensi Waktu

Online shop bagi sebagian mahasiswa memiliki warna baru untuk memenuhi kebutuhan. Keuntungan yang disajikan dalam *online shop* adalah efisiensi waktu. Menghemat waktu dalam membeli kebutuhan

atau berkonsumsi ini dipilih sebagian mahasiswa dalam memanfaatkan *online shop*.

Mahasiswa yang aktif dalam kegiatan intra kampus di jurusan Ilmu hukum fakultas hukum semester 6 ini Ayu Nurul Farida(21 tahun) berusaha mencari alternatif lain untuk memenuhi konsumsinya dengan menggunakan *online shop*. Ayu memaparkan keuntungannya dalam menggunakan *online shop* sebagai berikut:

“Aku suka sama *online shop* tuh soalnya menghemat waktu, aku kan sibuk waktuku banyak dikampus. Males juga jauh-jauh ke mall”

(Wawancara dengan Ayu N.F pada tanggal 10 April 2013)

b. Akses yang mendukung

Pada intinya adalah ketika akses mendukung untuk melakukan suatu hal maka sangat mudah untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Asumsi itu juga diperkuat oleh pernyataan Sophiana Rizky P (23 tahun) mahasiswa Unnes jurusan Pendidikan Bahasa Prancis sebagai berikut:

“*Tuku barang Online iku gampang, opo meneh nek kita duwe akses e semisal BB mesti luwih gampang. Tinggal golek i barang sing di pengin i trus mlbu neng toko online order, transfer, barang wis tekan kos*”.

(Membeli barang dengan *online* itu gampang, apalagi kita punya alat untuk mengakses contohnya BlackBerry. Tinggal mencari barang yang diinginkan kemudian masuk ke toko *online order, transfer*, barang sudah sampai kos)

(Wawancara dengan Sophi pada tanggal 19 April 2013)

Menurut Sophi berbelanja dengan menggunakan jasa *online shop* lebih mudah, barang yang diinginkan dapat dengan mudah didapatkan dan kita hanya menunggu tanpa harus membeli langsung ke toko. Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa fenomena *online shop* bagi mahasiswa sudah menjadi hal yang wajar dan umum. Ketika mahasiswa sudah diberikan fasilitas yang memudahkan untuk mengakses segala yang diinginkan mahasiswa akan memanfaatkannya dengan maksimal.

Online shop bisa dikatakan sebagai supermarket elektronik, dimana segala macam kebutuhan yang diinginkan dapat dengan mudah di cari dan didapatkan. Hal itu membuat *online shop* memiliki tempat sendiri di hati sebagian mahasiswa. Visual yang menarik akan membuat mata dimanjakan oleh tampilan awal barang yang disajikan oleh *online shop*. Barang yang biasanya sulit ditemukan di toko atau di mall dengan menggunakan *online shop* dapat di cari dengan mudah. Hal tersebut diperkuat oleh ungkapan Reza Priyana Nurfahmi (23 tahun) mahasiswa jurusan PJKR yang saat ini masih aktif menggemari koleksi Gundam (robot rakitan) ungapannya sebagai berikut:

“Ya arep pie maning, barang sing tak goleti kadang ora ana neng toko biasa, jalan siji-sijine ya golet online”.

(Mau gimana lagi, barang yang saya cari terkadang tidak ada di toko biasa, jalan satu-satunya ya mencari *online*)

(Wawancara dengan Reza Priyana Nurfahmi pada tanggal 13 mei 2013)

Pernyataan Reza menegaskan *online shop* adalah alternatif baginya untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Sebenarnya Reza juga ingin membeli barang langsung di toko yang menjual barang yang diinginkannya, namun karena keterbatasan toko Reza harus memanfaatkan toko *online* untuk memenuhi konsumsinya.

c. Sebagai pemenuhan kebutuhan

Bagi sebagian mahasiswa yang tinggal merantau di kota tempatnya sekolah memiliki berbagai macam konsumsi yang harus dipenuhi. Konsumsi tersebut menuntut untuk dipenuhi agar terjadi keseimbangan, namun saat ini konsumsi yang dimaksud bukan lagi sekedar memenuhi kebutuhan yang berfungsi. Konsumsi yang sebenarnya menurut kajian ekonomi adalah mengkonsumsi barang sesuai dengan kebutuhan, dari kacamata sosiologis konsumsi yang dimaksud bukan hanya sekedar konsumsi untuk memenuhi kebutuhan atau pemenuhan kebutuhan akan tetapi konsumsi kepuasan dan keinginan.

Kaitannya *online shop* dengan konsumsi keinginan dan pemenuhan kepuasan adalah pada kondisi dimana *online shop* sebagai alat untuk melancarkan aksi pemenuhan kepuasan semata. Jika tidak mengkonsumsi barang lewat *online* maka ada rasa tidak puas pada dirinya. Konsumsi keinginan disini terbukti oleh beberapa pendapat bahwa *online shop* dapat memberikan kepuasan bagi sebagian penggunaannya. Namun adapun faktor keinginan disana yaitu dengan

menggunakan online maka ia sudah mengkonsumsi kebutuhan keinginan.

Online shop merupakan salah satu fasilitas berbelanja di dunia yang disajikan untuk memenuhi kebutuhan manusia. *Online shop* memberikan warna sendiri bagi pemenuhan berkonsumsi. *Online shop* pada kenyataannya juga memberikan satu nilai yaitu nilai eksistensi diri di lingkungan sekitar. Konsumsi mengekspresikan posisi sosial dan identitas seseorang dalam kehidupan sosial masyarakat terjadi karena telah banyaknya cara untuk memenuhi kebutuhan akan suatu nilai yaitu gengsi. Konsumsi tidak lagi sekedar objek tetapi juga makna- makna sosial yang tersembunyi di baliknya.

Konsumsi barang tersebut dapat memberikan makna kepada pelaku konsumsi. Pernyataan Ayu mahasiswa jurusan Ilmu hukum angkatan 2010 mengungkapkan bahwa:

Beli barang *online* tuh sebenarnya sama kaya beli di toko, tapi saya lebih suka *online* sih berasa puas gitu, abisnya temen-temenku juga gitu. Jaman sekarang kan serba *online* jadi ya buat aku wajar banget kalo *olsop* itu pilihan.

(Wawancara dengan Ayu pada tanggal 10 April 2013)

Topik perbincangan penggunaan *online shop* digunakan bagi sebagian mahasiswa untuk tetap ada dilingkungan sekitar. Pengakuan diri terhadap lingkungan sekitar bahwa untuk menjadi bagian dari mahasiswa yang tidak ketinggalan informasi adalah dengan mengkonsumsi *online shop*.

Mahasiswa tidak sadar bahwa konsumsi yang dilakukan adalah pola pembentukan yang dirancang oleh para produsen yang pada saat ini adalah adanya kelimpahan barang dan jasa juga suatu pola perubahan cara mengkonsumsi barang dan jasa. Bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan yang seharusnya memiliki nilai fungsi namun ada nilai yang di usung dari tindakan konsumsi yaitu konsumsi nilai kepuasan dan kesenangan.

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *online shop* di kalangan mahasiswa Unnes memberikan berbagai perubahan cara belanja. *Online shop* sudah banyak menggantikan model belanja konvensional menjadi *online shop*. *Online shop* memberikan berbagai kemudahan sehingga dari 6 subjek penelitian terbukti bahwa 4 diantaranya menggunakan *online shop* untuk memenuhi kebutuhan. Mahasiswa perempuan dalam menggunakan jasa *online shop* sebagai cara belanja lebih menekankan pemenuhan kebutuhan untuk membeli barang-barang seperti : pakaian, tas, sepatu dan kebutuhan pribadi lainnya. Mahasiswa laki-laki dalam menggunakan jasa *online shop* dalam memenuhi kebutuhan lebih menekankan pada konsumsi pemenuhan hobi seperti pembelian robot rakitan, alat olahraga dan pakaian yang dibutuhkan. Penggunaan *online shop* bukan hanya memberikan kemudahan namun adapula timbulnya masalah dalam penggunaannya yaitu adanya kekecewaan mahasiswa dalam menggunakan jasa *online shop* karena barang yang diinginkan tidak sesuai yang dikehendaki.

B. SARAN

Penulis dapat memberikan saran kepada para mahasiswa Unnes yang cenderung memilih *online shop* dalam memenuhi kebutuhan yaitu bahwa *online shop* memberikan berbagai kemudahan yang instan dalam transaksinya, selain itu juga sebagai bahan pertimbangan sebagian mahasiswa Unnes membuktikan bahwa *online shop* juga menimbulkan kekecewaan karena barang yang diinginkan tidak sesuai yang dikendaki. Kewaspadaan terhadap penggunaan *online shop* sebaiknya menjadi bahan pertimbangan bagi semua pihak yang menggunakan *online shop* sebagai cara belanja untuk pemenuhan kebutuhan.

Saran yang di berikan kepada para pengguna jasa *online shop* adalah dengan menggunakan situs resmi yang terpercaya dan memilih kualitas barang yang tinggi ketika melakukan transaksi *online shop*. *Online shop* memberikan berbagai kemudahan dalam proses transaksinya oleh sebab itu disarankan kepada para pengguna jasa *online shop* harus lebih jeli memanfaatkan jasa tersebut dan memilih barang yang dapat digunakan secara fungsi barang tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baudrillard, J. 2004. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta : Kreasi Wacana Yogyakarta.
- Damsar. 2002. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Krisnawati, Yuke dan Fajrianti. 2010. *Analisis Perbedaan Tingkat Intensi Membeli Melalui Media Internet (Online Shopping) Ditinjau dari Tipe Gaya Hidup pada Konsumen Pengguna Internet*. Dalam INSAN Vol.12 No.03 2010 (online) (<http://scholar.google.co.id> diakses 10 Maret 2013)
- Lury, Celia. 1998. *Budaya Konsumen*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Moleong, Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Rosdakarya.
- Prastyo, Ardy. 2009. *Gaya Hidup Tekhnoseksual Dalam Tinjauan Perilaku konsumen” (studi kasus pada pria pekerja bidang teknologi informasi dan komunikasi di Semarang*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ilmu Sosial.
- Purnomo, Paulus. 2010. *Perubahan Perilaku Konsumtif Masyarakat Sekitar Swalayan (studi kasus masyarakat sekitar swalayan ADA Kudus*. Skripsi. Semarang. Fakultas Ilmu Sosial.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Soedjatmiko,Haryanto.2008. *Saya Berbelanja maka Saya Ada*. Yogyakarta: JalaSutra
- Storey, John.2006. *Culture Studies Dan Kajian Budaya Pop*.Yogyakarta: JalaSutra
- Sztompka.Piotr.2005. *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarata:Prenada Media
http://en.wikipedia.org/wiki/Online_shopping (diunduh tanggal 4 januari 2013)

LAMPIRAN-LAMPIRAN

INSTRUMEN PENELITIAN

Penelitian yang akan penulis kaji berjudul ”*Online Shop* Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa Unnes ” .Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mendiskripsikan fenomena *online shop* di kalangan mahasiswa Unnes
2. Mengetahui faktor yang melatarbelakangi mahasiswa Unnes memilih *online shop* dalam menentukan konsumsinya

Penulis memohon kerjasamanya untuk memberikan informasi yang valid, dapat dipercaya dan lengkap. Informasi yang telah diberikan akan dijaga kerahasiaannya. Atas kerjasama dan informasinya, saya ucapkan terima kasih.

Peneliti

Haning Dwi Pratiwi.

PEDOMAN PENGUMPULAN DATA PENELITIAN
”ONLINE SHOP SEBAGAI CARA BELANJA DI KALANGAN
MAHASISWA”

A. Tujuan Observasi : mengetahui fenomena *online shop* di kalangan mahasiswa Unnes sebagai cara belanja baru

B. Observer : mahasiswa Unnes

C. Observee : mahasiswa Unnes yang menggunakan jasa *online shop* dan serta teman satu kos.

D. Pelaksanaan Observasi :

1. Hari/tanggal :

2. Jam :

3. Nama observee :

E. Aspek-aspek yang diobservasi :

A. Gambaran umum mengenai kondisi kos, kampus dan tempat yang menyediakan layanan internet

B. Gambaran umum mengenai *online shop*, meliputi : barang yang di konsumsi, proses transaksi pembayarannya

PEDOMAN PENGUMPULAN DATA PENELITIAN
”ONLINE SHOP SEBAGAI CARA BELANJA DI KALANGAN
MAHASISWA”

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah objek penelitian dimana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi dimaksud untuk mempermudah dan memperjelas objek yang menjadi sasaran penelitian, sehingga permasalahan tidak terlalu luas. Lokasi dalam penelitian ini adalah Universitas Negeri Semarang yang terletak di Desa Sekaran Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang. Alasan dipilihnya tempat lingkungan sekitaran kampus Universitas Negeri Semarang sebagai lokasi penelitian pertimbangannya bahwa kos merupakan tempat kegiatan sosial mahasiswa sehingga memungkinkan penggunaan *online shop*.

Serta kampus Unnes yang menyediakan fasilitas publik berupa *hotspot wi-fi* yang memudahkan mahasiswanya menggunakan internet tanpa harus membayar. Dan juga kehidupan di sekitaran kampus Universitas Negeri Semarang yang dekat dengan kehidupan mahasiswa yang banyak menyediakan kebutuhan terhadap akses informasi dan hiburan dalam dunia maya.

PEDOMAN WAWANCARA

1. Identitas Subyek Penelitian

Nama :

TTL :

Alamat asal :

Alamat kos :

Umur :

Jurusan/ Fakultas :

Semester :

2. Daftar Pertanyaan

Subyek Penelitian : Mahasiswa yang menggunakan *online shop*

A. Fenomena *Online Shop* di Kalangan Mahasiswa Unnes

1. Tahukah anda mengenai jasa pembelian *online*? Menurut anda apa itu *online shop*?
2. Apakah Anda pernah berbelanja melalui jasa online? Jika pernah bagaimana pengalaman anda saat melakukannya?
3. Mengapa Anda memilih *online shop* dalam pemilihan berbelanja?
4. Pendapat anda tentang pembelian melalui jasa *online* ?
5. Siapa yang memeperkenalkan anda dengan *online shop*?
6. Kapan anda mengenal *online shop*?
7. Dimanakah biasanya Anda menggunakan Internet untuk mengakses pembelian melalui *online shop*?

8. Tujuan apa saja yang inginkan ketika anda memilih *online shop* dalam berbelanja?
9. Seberapa petingkah *online shop* bagi pemilihan berbelanja anda?
10. Keuntungan apa sajakah yang anda dapatkan ketika anda menggunakan jasa *online shop*?
11. Perubahan apa sajakah yang begitu nampak ketika anda menggunakan jasa *online shop*?
12. Bagaimana pengaruh kebutuhan konsumsi anda terhadap jasa online shop?
13. Kepuasan seperti apa yang anda dapatkan dalam berbelanja menggunakan jasa *online shop*?
14. Selain anda mendapatkan barang yang anda inginkan nilai apalagi yang anda dapatkan dalam berbelanja menggunakan jasa *online shop*?
15. Bagaimana perbedaan secara umum menurut anda antara mahasiswa yang menggunakan jasa *online shop* dengan mahasiswa biasa yang tidak menggunakan jasa *online shop* tersebut?

B. Perilaku Konsumsi Mahasiswa Unnes yang Diaktualisasikan melalui *Online Shop*

1. Kebutuhan apa saja yang anda konsumsi dalam menggunakan jasa *online* ?
2. Apa yang anda beli ketika berbelanja melalui jasa *online shop*?
3. Bagaimana perasaan anda ketika menggunakan *online shop* untuk memenuhi konsumsi anda?

4. Berapa kali anda dalam satu bulan membeli barang dengan menggunakan *online shop*?
5. Berapa prosentase dari kiriman orang tua yang anda gunakan gunakan untuk membeli barang dengan menggunakan jasa *online* dalam satu bulan ?
6. Berapa banyak uang yang anda keluarkan dalam satu bulan untuk membeli barang yang anda inginkan di *online shop*?
7. Apakah *online shop* bagi anda memiliki sebuah perubahan gaya hidup konsumsi anda? Jika iya mengapa demikian?
8. Bagaimana pengaruh jasa *online shop* tersebut terhadap perasaan anda mengenai kepuasan yang anda dapatkan dan nilai prestis bagi anda?
9. Apakah pola konsumsi anda menjadi berubah setelah anda mengenal *online shop* ?
10. Bagaimana perubahan yang anda rasakan setelah anda menggunakan jasa *online shop* ?

C. Faktor yang menyebabkan munculnya perilaku konsumsi mahasiswa Unnes melalui *online shop*

1. Sebelum ada *online shop* dimana anda sering membeli kebutuhan konsumsi?
2. Setelah ada *online shop* apa yang anda rasakan?
3. Siapa yang mengenalkan anda dengan *online shop*?
4. Apakah anda juga memperkenalkan *online shop* bagi teman atau

orang terdekat anda?

5. Apakah ada saling tukar informasi antar teman yang menggunakan *online shop* dalam pemilihan berbelanja?
6. Hal-hal apa yang membuat anda tertarik menggunakan jasa *online shop* dalam pemilihan berbelanja?
7. Menurut anda apa saja kelebihan dalam pemilihan berbelanja menggunakan jasa *online shop*?
8. Selain kelebihan adakah kekurangan dalam berbelanja menggunakan *online shop*?
9. Menurut anda apa yang mendorong anda memilih jasa *online shop* dalam berbelanja?

PEDOMAN WAWANCARA

1. Identitas Subyek Penelitian

Nama :

TTL :

Alamat asal :

Alamat kos :

Umur :

Jurusan/ Fakultas :

Semester :

2. Daftar Pertanyaan

Informan : Teman Kos dan Teman Kampus

1. Pendapat anda tentang *online shop* ?
2. Taukah anda tentang *online shop*? Jika tahu ceritakan pengalaman anda
3. Apakah anda pernah menggunakan jasa *online shop* dalam berbelanja?
4. Bagaimanakah aturan dalam menggunakan jasa *online shop*?
5. Bagaimana perbedaan secara umum menurut antara mahasiswa yang menggunakan *online shop* dengan mahasiswa biasa yang tidak menggunakan jasa tersebut ?
6. Apakah anda terpengaruh terhadap penggunaan jasa *online shop* dalam pemilihan berbelanja?

7. Bagaimana pola perilaku belanja teman yang menggunakan *online shop*?
8. Apakah pola hidup konsumsi pengguna *online shop* menjadi berubah setelah mengenal *online shop*? Jika iya perubahan apa yang nampak?
9. Bagaimana pengaruh jasa tersebut terhadap penggunaan waktu, biaya, dan energi yang digunakan para pecinta *online shop*?
10. Ceritakan perubahan para pengguna *online shop* ketika dalam kehidupan sosial sehari-hari ?
11. Bagaimana kesan dan pesan anda terhadap para pecinta *online shop* ?

DAFTAR SUBJEK PENELITIAN

1. Nama : Ayu Nurul Farida
 Tempat, Tanggal lahir : Bekasi, 18 Oktober 1992
 Alamat : Ds. Pruwatan 03/10 Bumiayu, Brebes
 Usia : 21 tahun
 Jurusan : Ilmu Hukum / FH
 Semester : 6

2. Nama : Sophiana Rizky Pungkisari
 Tempat, Tanggal lahir : Tegal, 8 Februari 1990
 Alamat : Ds. Tembok Luwung 26/06 Adwierna, Tegal
 Usia : 23 tahun
 Jurusan : Pend. Bahasa Prancis / FBS
 Semester : 10

3. Nama : Agustina
 Tempat, Tanggal lahir : Pati, 20 Agustus 1991
 Alamat : Ds. Sunberejo 001/003 Jaken, Pati
 Usia : 22 tahun
 Jurusan : Pend. Sosiologi & Antropologi / FIS
 Semester : 8

4. Nama : Cristoper Alfa
 Tempat, Tanggal lahir : Jepara, 16 Februari 1991
 Alamat : Lebuawu 02/03 Pecangaan, Jepara
 Usia : 21 tahun
 Jurusan : Ilmu Hukum / FH
 Semester : 8

5. Nama : Reza Pruyana Nurfahmi
 Tempat, Tanggal lahir : Banyumas, 06 September 1990
 Alamat : Ds. Aji Barang 01/10 Ajibarang, Banyumas
 Usia : 23 tahun
 Jurusan : PJKR / FIK
 Semester : 10

6. Nama : Nanang Adi Purwoko
Tempat, Tanggal lahir : Kendal, 12 Januari 1991
Alamat : Kebumen, 03/01 Sukorejo, Kendal
Usia : 22 tahun
Jurusan : Pend.Sosiologi & Antopologi / FIS
Smester : 8

DAFTAR INFORMAN PENDUKUNG

1. Nama : Maya Liana Dian S
Tempat tanggal lahir : Purwodadi, 2 September 1991
Alamat : Jambu 02/02 Wirosari, Grobogan
Usia : 22
Jurusan / Fakultas : Ilmu Hukum / Fakultas Ilmu Hukum

2. Nama : Dewi Krisnawati
Tempat tanggal lahir : Banjarnegara, 25 Oktober 1991
Alamat : Gembongan 03/01 Sigaluh, BanjarNegara
Usia : 22 tahun
Jurusan / Fakultas : Akutansi / Fakultas Ekonomi

3. Nama : Lia Kristiani
Tempat tanggal lahir : Pati, 14 Desember1991
Alamat : Keboromo 05/06 Tayu, Pati
Usia : 22 tahun
Jurusan / Fakultas : Pend.Sosiologi & Antropologi/ FIS

4. Nama : Rizki Kartika Yoga.P
Tempat tanggal lahir : Cilacap 9 Juli 1991
Alamat : Pesawahan 02/01, Binangun,Cilacap
Usia : 22 tahun
Jurusan / Fakultas : Pend.Sosiologi & Antropologi/ FIS

5. Nama : Catur
Usia : 25 tahun
Alamat : Semarang