

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perubahan teknologi yang sangat cepat dan mengglobal telah memberikan berbagai perubahan secara signifikan. Teknologi lahir dari pemikiran manusia yang berusaha untuk mempermudah kegiatan-kegiatannya yang kemudian diterapkan dalam kehidupan. Kini teknologi telah berkembang pesat dan semakin canggih seiring dengan perkembangan zaman sehingga terjadi penambahan fungsi yang semakin memanjakan kehidupan manusia.

Fungsi teknologi tersebut dapat dirasakan didalam berbagai bidang mulai dari transportasi, industri, informasi dan komunikasi. Oleh sebab itu gaya hidup masyarakat saat ini ikut berubah karena pengaruh dari perkembangan teknologi, salah satu yang paling mencolok dari perkembangan teknologi di bidang informasi dan komunikasi adalah internet.

“Internet ialah suatu sistem global dari seluruh jaringan komputer yang dihubungkan menggunakan standar *Internet Protocol Suite* (TCP/IP) untuk melayani miliaran pengguna di seluruh dunia”<sup>1</sup>. Internet merupakan bentuk dari perkembangan teknologi yang berperan penting untuk mengenalkan kita pada dunia maya. Internet merupakan kependekan dari *interconnection-networking*, dengan adanya internet ini tentu akan semakin memudahkan proses “globalisasi” di dunia.

---

<sup>1</sup> Anandya Cahya Hardiawan, *Pengaruh Kepercayaan Kemudahan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian secara Online*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), h. 1

“*Online shop* merupakan kegiatan jual beli atau perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk dapat langsung membeli barang atau jasa dari penjual melalui media internet menggunakan sebuah web browser”<sup>2</sup>. *Online shop* merupakan bentuk perubahan yang di sajikan oleh internet dari segi inovasi dalam berbelanja. Istilah *online* memiliki pengertian sebagai jaringan yang terhubung di internet, sedangkan *shop* berasal dari bahasa Inggris yang berarti belanja. Istilah tempat berbelanja melalui internet disebut juga sebagai *Online Shop*.

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 melalui *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.

Belakangan ini *online shop* menjadi topik perbincangan oleh sebagian kalangan remaja, dikarenakan *online shop* memberikan kemudahan untuk melakukan transaksi dalam berbelanja. Remaja adalah bagian masyarakat yang sangat dekat dengan persoalan akses informasi terutama dunia internet.

---

<sup>2</sup> Haning Dwi Pratiwi, *Online Shop* sebagai Cara Belanja di Kalangan Mahasiswa Unnes, (Semarang: Universitas Semarang, 2013), h. 6

Dari penelitian yang didapatkan melalui observasi dan wawancara terhadap dua remaja Desa Pangauban Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung yang menjadi data awal penelitian menyatakan bahwa Kebanyakan para remaja berbelanja lebih memilih *online*, dengan alasan belanja *online* lebih memudahkan dalam bertransaksi. Berikut kutipan wawancara bersama Ibnu dan Rina :

Menurut saudara Ibnu: *Online Shop* adalah salah satu trend di era milenial ini, *online shop* merupakan bentuk perkembangan teknologi dalam proses jual beli dimana produsen dan customer bisa melakukan transaksi tanpa batasan waktu dan tempat, karena *online shop* memungkinkan seseorang yang kurang atau tidak sempat mendatangi penjual untuk tetap bisa melakukan transaksi jual beli. Bahkan suatu produk cenderung akan tertinggal oleh kompetitornya jika tidak ikut main segmen *online shop* ini.<sup>3</sup>

Menurut saudara Rina: Belanja *online* memudahkan dalam bertransaksi, tidak membuat susah harus keluar rumah untuk mencari barang yang dibutuhkan hanya dengan melihat tampilan yang ditawarkan saja dan ketika melakukan belanja *online shop* sering menghabiskan uang yang tidak pernah terduga, hampir setengah dari uang saku digunakan untuk melakukan *online shopping*.<sup>4</sup>

Berdasarkan penuturan dari Ibnu dan Rina dapat diketahui bahwa *online shop* memberikan kemudahan salah satunya tidak harus keluar rumah untuk mencari barang yang dibutuhkan hanya dengan melihat tampilan yang ditawarkan saja, selain mudah dalam bertransaksi harga yang di tawarkan lebih murah dari pada harga barang yang di jual secara konvensional. Tidak sedikit remaja yang tertarik dengan tampilan yang justru membuat para remaja lebih banyak boros.

Dari sekian banyaknya *online shop* yang ada di Indonesia, produk yang diproduksi dan dipasarkan lebih banyak produk *fashion*. Hal ini dikarenakan Mode pakaian selalu bergerak mengikuti arus dan gaya yang menjadi *trend*

---

<sup>3</sup> Ibnu Haidar (Remaja Pengguna *Online Shop*), Hasil Wawancara: Desa Pangauban, Kamis 26 Oktober 2017.

<sup>4</sup> Rina Nuraeni (Remaja Pengguna *Online Shop*), Hasil Wawancara: Desa Pangauban, Selasa 24 Oktober 2017.

selebritis. Sudah menjadi rahasia umum gaya berpakaian para selebriti menjadi acuan bagi sebagian besar remaja dalam berpakaian. Selebriti sering berpakaian dengan menampilkan model terbaru. Bahkan pengaruh dari teman juga dapat memacu untuk tidak mau kalah dan ingin buru-buru mengikuti salah satu *trend fashion* terkini. Hal inilah yang memberikan dampak yang luar biasa terhadap remaja, mereka selalu ingin mengikuti perkembangan zaman yang ada. Selain *fashion*, yang sedang gencar diminati oleh kebanyakan para remaja yaitu dalam hal makanan atau kuliner, bukan hanya sekedar rasa namun tampilan atau penyajian yang unik serta menggiurkan menjadikan remaja merasa penasaran ingin mencoba makanan tersebut.

Dari fenomena di atas, lantas membuat para remaja tidak terkecuali remaja Desa Pangauban Kabupaten Bandung selalu ingin berbelanja, terutama bidang *fashion*, makanan *dan lain sebagainya*. Mereka tidak peduli dengan barang yang belum mereka lihat secara langsung, hal ini memicu remaja di desa tersebut menjadi pecandu belanja. Mereka melakukan pembelian tidak didasari dengan kebutuhan, mereka hanya mementingkan keinginan atau hawa nafsu dan juga hanya ikut-ikutan *trend* sedang digemari saat ini. Seperti halnya sekarang sedang maraknya dalam hal fashion *skinny skirt, blazer jeans*, dan lain-lain. Atau dalam hal makanan yang sedang kekinian seperti *banana royal, mango float* dan lain sebagainya. Banyak dari mereka yang sudah mempunyai produk-produk tersebut. Jika ditelusuri lebih dalam, produk yang mereka beli belum sepenuhnya mereka butuhkan, banyak dari mereka hanya ikut-ikutan teman yang gaya pakaiannya

lebih wah, atau bisa juga mereka hanya menumpuk produk-produk *fashion* dan makanan agar terlihat mewah dan terkesan tidak ketinggalan zaman.

Hal ini akan menimbulkan suatu perubahan, yang dulunya mereka apa adanya dalam mengonsumsi suatu barang, sekarang menjadi konsumen yang konsumtif bahkan perilaku ini akan menjadi gaya hidup belanja mereka. Namun dengan adanya *online shop* tersebut tidak seluruhnya memberikan dampak tentang perubahan gaya hidup konsumtif remaja, di sisi lain masih ada beberapa remaja yang tidak terjangkau atau tidak tertarik dengan adanya fenomena *online shop* beberapa tahun belakangan ini. Hal ini dikarenakan mereka tidak mempercayai *online shop*, mereka beranggapan bahwa produk-produk yang ada dalam toko maya tersebut merupakan produk atau barang bias, yang tidak diketahui asal usulnya dan tidak diketahui kejelasannya (bagus atau tidak dan cacat atau tidak).

Sebuah gaya hidup biasanya mencerminkan sikap individu, nilai-nilai atau pandangan dunia. Oleh karena itu, gaya hidup adalah sarana untuk menempa suatu kesadaran diri untuk menciptakan budaya dan simbol-simbol yang berhubungan dengan identitas pribadi. Hal ini merujuk pada cara orang-orang berusaha menampilkan individualitas mereka dan cita rasa mereka melalui pemilihan barang-barang tertentu, individu secara aktif menggunakan barang-barang konsumsi seperti pakaian, rumah, furniture, kendaraan, liburan, dan makanan. Itu semua mencerminkan gaya hidup pribadi masing-masing orang.<sup>5</sup>

Gaya hidup konsumtif didukung oleh banyak hal, antara lain seperti menjamurnya *mall* ataupun pusat perbelanjaan. Semua barang dari kebutuhan anak, remaja, hingga dewasa tersedia. Mulai dari kebutuhan primer, sekunder, sampai barang-barang yang memanjakan selera dikemas dan dipajang dengan menarik di pusat perbelanjaan ini.

---

<sup>5</sup> Aditya Perdana, *Gaya Hidup Konsumtif Buruh Studi Deskriptif di Desa Setiajaya Kecamatan Cabangbungin Kabupaten Bekasi*, (Bandung: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, 2015), h.1

Indikator lain yang mendukung pola hidup konsumtif ini adalah semakin mudahnya masyarakat berbelanja tanpa harus pergi ke pusat perbelanjaan yakni belanja melalui toko *online*. Sekarang ini banyak bermunculan sarana toko *online* di media sosial, bahkan di *facebook* dan *instagram* toko *online* sudah meraja lela. Selain fenomena di atas, kondisi atau status tiap individu juga berperan dalam mempengaruhi gaya hidup konsumtif ini. Ada beberapa faktor yang mendukung gaya hidup konsumtif ini, antara lain faktor ekonomi, pendidikan, dan pergaulan.

Ekonomi, perilaku konsumtif lebih banyak terjadi di kalangan masyarakat dengan strata ekonomi menengah ke atas. Namun hal ini tidak mutlak, karena tidak sedikit pula yang berekonomi pas-pasan mengikuti gaya hidup ini.

Pendidikan, semakin tinggi pendidikan semakin luas wawasan dan pengetahuan seseorang, hal ini dapat memicu perilaku konsumtif. Dengan kondisi seperti ini, mereka tentu lebih 'melek' dan tahu barang bagus. Mereka membeli barang bukan lagi semata karena fungsinya, tetapi sudah lebih ke selera untuk meningkatkan harga diri.

Pergaulan, pergaulan juga mempunyai pengaruh signifikan dalam gaya hidup seseorang, ada kecenderungan agar seseorang dapat diterima di lingkungannya, ia akan membuat citra diri sesuai dengan lingkungan tersebut. Tuntutan gaya hidup agar sesuai dengan lingkungan pergaulan, dapat menjadi penyebab perilaku konsumtif.

“Menurut Rosandi perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang membeli dan tidak didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan karena adanya keinginan, yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Dalam hal ini

manusia lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan dan cenderung di kuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan material semata.”<sup>6</sup>

Salah satu fakta perilaku konsumtif yang dapat di lihat yaitu perubahan gaya hidup di kalangan remaja Desa Pangauban Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung, Gaya hidup remaja pedesaan pada masa dahulu selalu diidentikkan dengan gaya hidup yang dipengaruhi oleh nilai agama dan budaya setempat, misalnya saja dalam hal berpakaian terkesan sederhana dan tidak mengikuti mode karena belum terlalu berkembangnya media massa di pedesaan. Dalam pilihan hiburan, mereka umumnya menyukai musik atau lagu tradisional dari daerahnya, serta menyukai film dalam Negeri.

Namun, seiring perkembangan arus urbanisasi dan penetrasi media *internet*, keunikan gaya hidup tadi semakin memudar. Bahkan kini sulit untuk membedakan identitas remaja Desa dan Kota bila hanya sekedar melihat gaya hidupnya saja. Remaja desa, dengan berbagai perubahan dalam gaya hidupnya yang cenderung berperilaku konsumtif jelas merupakan sesuatu yang sangat menarik untuk dikaji. Fenomena yang dipaparkan diatas melatarbelakangi peneliti untuk meneliti lebih dalam, Untuk itu perlu diadakanya penelitian mengenai belanja *online* yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif di kalangan remaja.

---

<sup>6</sup> Dini Fitriani, *Gaya Hidup Shopping Mall sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif Remaja di Perkotaan Penelitian pada Konsumen Remaja Pengunjung Mall Cihampelas Walk*, (Bandung: Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, 2015), h. 2

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas, maka identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Masyarakat Desa Pangauban Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung yang mulai mengalami perubahan gaya hidup.
2. Remaja di Desa Pangauban Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung cenderung sudah mengenal internet dan menggunakan *gadget* untuk melakukan *online shop*.
3. Mayoritas Remaja di Desa Pangauban Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung memilih belanja *online* karena lebih memudahkan dan harganya lebih murah.
4. Remaja zaman sekarang khususnya di Desa Pangauban Kabupaten Bandung mengikuti *trend* atau *passion* dunia sehingga cenderung berperilaku konsumtif.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah-masalah yang akan dibahas, adalah sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi terjadinya gaya hidup *shopping online* pada remaja Desa Pangauban Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung?
2. Bagaimana perilaku konsumtif remaja Desa Pangauban Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung dalam *shopping online*?



#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin di capai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Faktor apa saja yang mempengaruhi terjadinya gaya hidup *shopping online* pada remaja Desa Pangauban Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumtif remaja Desa Pangauban Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung dalam *shopping online*.

#### 1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang menjadi fokus kajian penelitian ini dan tujuan yang ingin dicapai, maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan pada umumnya dan disiplin ilmu sosiologi pada khususnya, terutama dalam bidang kajian sosiologi komunikasi mengenai peran teknologi komunikasi sebagai *agent* perubahan pemilihan berbelanja *online* dan sosiologi ekonomi mengenai perilaku konsumsi masyarakat. Serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian sejenis. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang nyata terhadap teori-teori yang berkaitan dengan persoalan tersebut.

## 2. Kegunaan Praktis

Manfaat praktis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada para remaja yang berkonsumsi melalui *online shop* di Desa Pangauban Kecamatan Katapang Kabupaten Bandung mengenai beberapa persoalan yang akan timbul dari pemilihan berkonsumsi. selain itu agar mereka tidak terlena dengan adanya teknologi yang semakin canggih kemudian melenyapkan ketradisionalan dalam pemilihan berbelanja.

### 1.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir dalam penelitian ini didasarkan pada asumsi-asumsi bahwa remaja memiliki pola gaya hidup konsumtif paling tinggi. Masa remaja memiliki ciri tertentu yang membedakan periode sebelumnya dan sesudah. Ciri-ciri masa remaja adalah masa yang penting, periode peralihan, periode perubahan, masa remaja adalah masa bermasalah, usia menimbulkan ketakutan, sebagai pencari identitas, tidak realitas, dan masa ambang dewasa. Bahwa dalam masa remaja inilah masa para remaja lebih memperhatikan penampilan misalnya pakaian, sepatu, kosmetik dan lain sebagainya. Dengan adanya gaya hidup yang modern adanya swalayan-swalayan yang tumbuh menjamur akan mendorong adanya gaya hidup konsumtif. Karena adanya dorongan harga diri masing-masing individu.

Remaja dapat berperilaku konsumtif, karena adanya keterbukaan pada media massa (*mass media exposure*). Kemudahan dalam mengakses pada media massa dan iklan menarik yang tersebar dimana-mana membuat para remaja mudah terbujuk oleh produk yang ditawarkan dalam iklan sehingga remaja

berperilaku konsumtif. Salah satu indikator yang mempengaruhi remaja dalam berperilaku konsumtif adalah membelanjakan uang secara berlebihan pada kebutuhan sekunder. Remaja yang berperilaku konsumtif akan secara tidak sadar atau tidak memiliki alasan yang tepat untuk membeli suatu barang. Kaum remaja hanya tertarik kepada barang tersebut hanya untuk sementara. Walaupun para remaja tidak membutuhkannya, remaja tetap membelinya. Hal tersebut mungkin karena mereka melihat orang lain membelinya atau menganggap barang tersebut dapat meningkatkan statusnya di hadapan orang lain.

Gaya hidup *shopping online* adalah gaya hidup seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidup hanya dari berbelanja *online*. Masyarakat modern, kini tidak terlepas dari kebutuhan yang konsumtif. Produsen dapat dengan mudah menjangkau konsumen dengan bantuan media massa dan tingkat ekonomi yang cukup tinggi. perilaku konsumtif perlu diwaspadai karena dapat memberikan dampak-dampak negatif, seperti hidup boros. Karena zaman yang semakin modern, teknologi yang canggih serta ilmu pengetahuan sudah berkembang pesat, masyarakat pun sudah terpengaruhi oleh *lifestyle* masa kini seperti contohnya berbelanja tanpa harus bertatap muka antara pembeli dan penjual. Seolah-olah budaya *online shop* mempunyai legitimasi sehingga membuat parameter. Seperti apakah *lifestyle* remaja masa kini. Remaja masa kini seperti di hegemoni dengan kebudayaan *online shop* tersebut.

*Online Shop* telah dapat memenuhi seluruh kebutuhan masyarakat mulai dari makanan, pakaian, alat rumah tangga, hingga hiburan. Semuanya di peroleh hanya dengan menjelajahi internet. Gaya hidup *online shop* dapat diidentifikasi

dengan mengukur frekuensi belanja seseorang seberapa banyak uang yang di keluarkan untuk belanja. Intinya adalah apa yang para remaja beli, bagaimana para remaja mendapatkan uang untuk belanja. Walaupun perilaku tersebut mudah diobservasi namun alasan dibaliknya sering menjadi subjek dari penelitian.

Penelitian ini menggunakan teori konsumsi klasik dipelopori oleh Karl Marx, Marx Weber, Dan George Simmel. Karl marx mengatakan bahwa hasil produksi tidak secara langsung terkait dengan kebutuhan masyarakat, barang produksi adalah komoditas yang mendahulukan nilai tukar dari pada nilai guna. Weber, etika protestan bukan hanya menghabiskan barang konsumsi sebagaimana yang dilakukan masyarakatnya saat itu. Namun, pada investasi dan kerja keras. Weber tampak ingin semakin memperjelas dan memperkokoh kapitalisme dengan bentuk investasi kembali keuntungan produksi. Tokoh berikutnya adalah george simmel yang menekankan interaksi pertukaran terutama dalam perekonomian. Munculnya uang sebagai alat tukar dan munculnya perkotaan memunculkan model baru dalam mengkonsumsi.

Teori utama (*grand theory*) menggunakan teori konsumsi Jean Baudrillard. Dimana menurut Baudrillard pola konsumsi masyarakat modern ditandai dengan bergesernya orientasi konsumsi yang semula ditujukan sebagai “kebutuhan hidup”, menjadi “gaya hidup”. Dengan perubahan zaman kini pola konsumsi masyarakat pun mengalami perubahan, konsumsi masyarakat sekarang khususnya yang remaja lakukan tak lagi berorientasi pada kebutuhan hidup namun gaya hidup. Seperti yang di gambarkan pada skema di bawah ini:

Gambar 1.1 Alur Pikir Konsep Penelitian

