

**BELANJA “ONLINE” SEBAGAI CARA BELANJA DI  
KALANGAN MAHASISWA  
(Studi Kajian Budaya Di Universitas Malikussaleh,  
Lhokseumawe, Aceh)**

Nurhayati

Prodi Antropologi FISIP Universitas Malikussaleh

Abstrak

Artikel ini membahas tentang belanja online di kalangan mahasiswa. Lokasi artikel ini adalah di kampus Bukit Indah, Universitas Malikussaleh. Faktor-faktor dominan yang menyebabkan pemilihan cara berbelanja secara online yaitu karena adanya faktor kebutuhan dan faktor prestige, selanjutnya dalam berbelanja secara online sebagian mahasiswa berperilaku konsumtif karena lebih cenderung mengkonsumsi nilai tanda atau prestige. Hal tersebut membuktikan bahwa teori masyarakat konsumsi Baudrillard dialami oleh para informan. Mereka dalam memilih cara berbelanja secara online memiliki intended meaning (makna yang dimaksudkan) kepada suatu objek yang dituju dan dalam kegiatan belanja secara online banyak mengkonsumsi nilai tanda daripada nilai guna. Metode analisis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yang melihat fenomenologis yang terdiri atas observasi dan wawancara mendalam pada mahasiswa Unimal yang aktif belanja online. Observasi untuk melihat fenomena belanja online di kalangan mahasiswa Universitas Malikussaleh dan mengetahui faktor yang mendorong mahasiswa Unimal memilih cara belanja dengan menggunakan online. Hasil artikel ini menunjukkan bahwa bentuk gaya hidup konsumtif mahasiswa dalam berbelanja secara online meliputi dua nilai yang sangat menonjol yaitu simulakra dan nilai tanda.

Kata Kunci: Belanja online, Mahasiswa, Aceh

## **Pendahuluan**

Dalam penelitian ini menggambarkan bahwa belanja online sebagai pemenuhan kebutuhan dengan menggunakan online, baik itu untuk kebutuhan kuliah ataupun kebutuhan pribadi. Belanja online memberikan berbagai perubahan termasuk barang-barang yang dikonsumsi hingga perbedaan proses transaksi yang digunakan. Kemudahan yang disajikan dalam berbelanja yaitu efisiensi waktu, tanpa harus bertatap muka pelanggan bisa membeli barang yang diinginkan, ataukah demikian dengan para mahasiswa Universitas Malikussaleh yang berminat belanja online sebagai cara belanja ataukah hal lain yang membuat para mahasiswa Universitas Malikussaleh memilih cara belanja ini.

Dalam Sari (2015: 03) mengatakan bahwa, belanja online (online shopping) merupakan sarana atau toko untuk menawarkan barang dan jasa lewat internet sehingga pengunjung online dapat melihat barang-barang di toko online. Konsumen bisa melihat barang-barang berupa gambar atau foto-foto atau bahkan juga video. Sari, (2015: 03) mengutip Hasugian menyebutkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kompas menunjukkan pada tahun 2012 mahasiswa memiliki minat untuk berbelanja online dengan angka sebesar 19,9%. Umumnya mahasiswa melakukan belanja online bukan didasarkan pada kebutuhan semata, melainkan demi kesenangan dan gaya hidup sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros atau yang yang lebih dikenal dengan istilah perilaku konsumerisme.

Para pengguna jasa jual beli online ini dapat dengan mudah melihat pilihan barang dan harga yang akan dibelinya. Keunggulan pembelian secara online ini proses belanja lebih praktis dan mudah di lakukan. Berbagai kesempatan di lingkungan sosial mahasiswa Universitas Malikussaleh sering kali memperbincangkan mengenai belanja online. Belanja online menjadi topik perbincangan untuk menjalin komunikasi antara mahasiswa satu dengan yang lainnya. Perbincangan seputar belanja online untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa memberikan keingintahuan penulis lebih mendalam mengenai apa yang membuat mahasiswa Universitas Malikussaleh memilih belanja online dalam memenuhi kebutuhan.

Penggunaan online bagi mahasiswa Universitas Malikussaleh memberikan perubahan belanja yang semula harus berdesak-desakan di pasar menjadi satu hal yang baru dan praktis. Pemenuhan kebutuhan

melalui belanja online untuk sebagian mahasiswa yang selalu menjadikan tanda tanya besar. Apakah dengan belanja online mahasiswa merasa mendapatkan kemudahan yang di tawarkan ataukah hal lain yang membuat mahasiswa Universitas Malikussaleh memilih cara belanja dengan online. Penulis tergugah untuk lebih jauh mengetahui apa yang melatarbelakangi belanja online ini menjadi pilihan belanja mahasiswa Universitas Malikussaleh untuk memenuhi kebutuhan.

Penelitian Murdani tulisannya mengemukakan bahwa gaya hidup kawula muda di Kota Lhokseumawe telah berubah seiring memasuki era modern, yang dimana para remaja menjadikan diri mereka sebagai insan kota yang menjadi tuntutan hidup mereka di zaman yang modern. Tuntutan kehidupan kota sangat antusias, sehingga dengan kehadiran Harun Square mempengaruhi pola perilaku para individu terutama dalam berbagai macam gaya hidup yang telah merubah mereka ke zaman yang kekinian. Kajian Murdani yang dilakukannya bertumpu pada kehadiran Harun Square dan berdampak pada kemunculan perilaku gaya hidup kumsumtif kawula muda di Kota Lhokseumawe. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan bertumpu pada gaya hidup konsumsi mahasiswa terhadap perubahan penggunaan teknologi yaitu dengan berbelanja menggunakan online.

Penelitian Novitasani memperlihatkan bahwa perubahan yang terjadi pada mahasiswa Urbanisasi di Universitas Negeri Surabaya adalah gaya hidup meliputi cara berpakaian yang cenderung memilih produk branded, kebiasaan nongkrong, dan gaya bahasa yang cenderung logat bahasa Surabaya. Kondisi demikian terjadi karena proses pergeseran budaya dari daerah yang cenderung sederhana menjadi budaya kota. Budaya kota yang identik dengan kehidupan mall dan sering nongkrong, mendorong perubahan bukan hanya pada cara berpakaian namun juga pola kebiasaan mahasiswa daerah. Kajian penelitian Novitasani memfokuskan pada faktor yang mempengaruhi perubahan gaya hidup kalangan mahasiswa yang berasal dari desa. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis bertumpu pada gaya hidup konsumtif mahasiswa terhadap perubahan penggunaan teknologi yaitu dengan berbelanja menggunakan layanan online.

Menurut Don Slater (1997), konsumsi adalah bagaimana manusia dan aktor sosial dengan kebutuhan yang dimilikinya berhubungan dengan sesuatu (dalam hal ini material, barang simbolik, jasa atau pengalaman) yang dapat memuaskan mereka. Berhubungan dengan sesuatu yang dapat memuaskan mereka dapat dilakukan dengan berbagai cara seperti

menikmati, menonton, melihat, menghabiskan, mendengar, memperhatikan, dan lainnya (Damsar, 2011: 113).

Analisis budaya perihal konsumsi bermula dengan kapitalisme yang digunakan oleh Karl Marx yang merupakan suatu transisi dari produksi yang digerakkan oleh kebutuhan menuju produksi yang digerakkan oleh keuntungan. Selain itu, di dalam masyarakat kapitalisme, para buruh membuat barang-barang demi mendapatkan upah. Mereka tidak memiliki barang-barang itu; barang-barang itu dijual di pasar dengan perolehan keuntungan. Oleh karena itu, untuk mendapatkan barang-barang, para buruh harus membelinya dengan uang. Jadi para pekerja menjadi 'konsumen' (Storey, 2008: 144).

'Ideologi konsumerisme' bisa dilihat sebagai salah satu strategi pengalihan. Salah satu contoh mengenai pencaharian yang tiada akhir, pergerakan hasrat metonimik yang tak ada habisnya. Janji yang dibuatnya adalah bahwa (seperti cinta) konsumsi adalah jawaban bagi semua problem kita, konsumsi bakal membuat kita utuh lagi, konsumsi akan membuat kita penuh kembali, konsumsi akan membuat kita lengkap lagi, konsumsi akan mengembalikan kita pada kondisi 'imajiner' yang diliputi kebahagiaan (Storey, 2008: 146). Menurut Baudrillard, ciri khas masyarakat konsumsi adalah universalitas serba serbi dalam komunikasi massa, maksudnya informasi yang disajikan oleh media dibuat dramatis dengan cara spektakular dan dikemas dengan berbagai tanda (Baudrillard, 2004: 17).

Di tengah perkembangan masyarakat modern menuju post-modern, selain ditandai dengan munculnya masyarakat informasi dan masyarakat konsumsi, juga ditandai oleh perkembangan gaya hidup masyarakat yang lebih banyak dikendalikan oleh kekuatan industri budaya. Masa ketika masyarakat mulai memasuki era post-modernisme sesungguhnya adalah era di mana yang namanya keinginan dan kebutuhan telah menjadi sesuatu yang baur, cair, tidak jelas, dan semakin sulit dibedakan satu dengan yang lain. Ketika gengsi masyarakat lebih mengedepankan, berbelanja menjadi sebuah gaya hidup, berbagai fasilitas perbelanjaan tumbuh pesat, sehingga menggoda masyarakat untuk membeli apa pun yang diinginkan (Suyanto, 2013: 106).

Di era post-modernisme, sudah semakin jamak terjadi masyarakat membeli barang dan jasa sekedar karena nilai kemanfaatannya atau karena didesak kebutuhan yang tidak bisa ditunda, melainkan karena dipengaruhi gaya hidup, demi sebuah citra yang diarahkan dan dibentuk oleh cara berfikir

masyarakat konsumen yang acap kali telah terhegemoni oleh pengaruh iklan, tayangan infotainment, majalah fashion dan berbagai bentuk industri budaya populer lain (Suyanto, 2013: 107).

### **Metode Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang menghasilkan data deskriptif. Pendekatan penelitian kualitatif deskriptif, dimana dalam metode ini menyajikan secara langsung hakekat peneliti dan informan, serta lebih mudah memahami fenomena yang terjadi dilapangan. Lokasi penelitian ini berlokasi di kawasan kampus Universitas Malikussaleh khususnya para mahasiswa yang aktif berbelanja online serta waktu observasi yang dilakukan oleh peneliti selama di lapangan adalah dua bulan. Dalam penelitian ini, dapat digunakan berbagai cara penggalan data seperti observasi dan wawancara. Peneliti mengamati secara langsung kampus Unimal khususnya di kawasan kampus Bukit Indah, mewawancarai mahasiswa Unimal yang aktif belanja online. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara ditemukan 6 informan yang dipilih.

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

Kampus utama Universitas Malikussaleh berlokasi di Jl. Medan-Banda Aceh, Cot Tengku Nie, Reuleut, Kab Aceh Utara. dan kampus lainnya berada di tiga lokasi yaitu di Bukit Indah, Cunda dan Lancang Garam, yang menjadi lokasi dalam penelitian penulis mengenai Belanja Online Sebagai Cara Belanja di Kalangan Mahasiswa Universitas Malikussaleh yaitu di Bukit Indah di Jalan Bukit Indah, kampung Padang Sakti, Kecamatan Muara Satu, Kota Lhokseumawe. Universitas Malikussaleh terdiri dari beberapa program pendidikan yaitu diantaranya FKIP, Fakultas Pertanian, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Fakultas Teknik, Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, dan PSPD. Masing-masing Fakultas memiliki program studi pendidikan. Jumlah mahasiswa keseluruhan mencapai 14.301 mahasiswa pada tahun 2016/2017.

#### **Kondisi Sosial Aktivitas Kemahasiswaan di Universitas Malikussaleh**

Pola interaksi mahasiswa Unimal yang terdiri dari berbagai bahasa yang menyeluruh membuat keanekaragaman semakin nampak. Bahasa Indonesia, bahasa Aceh, Batak, Melayu hingga Jawa nampak mewarnai

pola interaksi mahasiswa Universitas Malikussaleh. Latar belakang ekonomi setiap mahasiswa juga akan mempengaruhi pola kehidupan dan pembentukan identitas diri di lingkungan. Latar belakang kehidupan yang berbeda antara mahasiswa satu dengan yang lainnya akan mempengaruhi cara mahasiswa berinteraksi dan bersosialisasi di lingkungan sekitar. 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, mulai dari kegiatan perkuliahan, hingga kegiatan mahasiswa yang hanya sekedar bertatap muka dan berbincang dengan teman, berdiskusi dengan teman, selfie-selfie dengan menggunakan smartphone masing-masing. Mahasiswa juga memanfaatkan fasilitas wi-fi di area kampus, seperti mengakses kebutuhan perkuliahan dan mengakses kebutuhan pribadi seperti mengakses website media sosial/media online seperti Facebook, grup BBM, Instagram, Lazada dan lain sebagainya baik melihat barang-barang maupun belanja di online tersebut. Fasilitas wi-fi yang tanpa bayar alias gratis membuat mahasiswa senang untuk berlama-lama di depan laptop atau gadget. Namun tidak semua mahasiswa yang memanfaatkan wi-fi di kampus, ada sebagian mahasiswa yang menggunakan sim card pribadi, serta menggunakan internet di tempat-tempat penyedia internet seperti area warung cafe, dan wifi yang berada di kos.

Kepemilikan laptop bagi sebagian mahasiswa juga memberikan kemudahan mahasiswa untuk mendapatkan fasilitas internet yang diberikan oleh kampus. Terlihat bahwa setiap harinya baik pagi, hingga siang 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 Unimal juga sering menggunakan internet di tempat-tempat penyedia internet seperti area kampus, area warung cafe, tempat makan hingga wifi yang berada di kos.

Informan penelitian bercerita mengenai beberapa alur yang harus dilakukan untuk memilih barang di media 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. Berbelanja di online 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. Untuk memenuhi kebutuhan pribadi nya, lima informan kunci dalam penelitian ini cenderung lebih banyak membeli baju.

Facebook adalah salah satu media sosial yang paling banyak dikunjungi oleh mahasiswa Unimal, termasuk mahasiswa yang menjadi informan penelitian penulis. Riska mahasiswa Ilmu Komunikasi (salah seorang informan kunci) mengaku sering mengunjungi website Yuni Olshop yang berlokasi di Kota Lhokseumawe, karena memiliki beberapa alasan. Alasannya karena web tersebut menjual barang yang diinginkan oleh Riska, selain model barangnya juga berkualitas, oleh sebab itu kepercayaan terhadap toko online langganan terbentuk dengan sendirinya. Kepercayaan Riska terhadap toko online tersebut tidak berhenti begitu saja.

### **Fenomena Belanja Online di Kalangan Mahasiswa Unimal**

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti mempunyai keterkaitan dengan gagasan Baudrillard mengenai masyarakat konsumsi. Berdasarkan gagasan Baudrillard mengenai masyarakat konsumsi Baudrillard mengajukan dua alat bantu analisa yaitu nilai guna dan analisa bantu baru berupa nilai tanda. Di bawah ini adalah penuturan dari Aminah (21 tahun) sebagai berikut :

“Kalau dibandingkan dengan teman-teman saya sedikit lebih boros, karena kadang saya membeli barang yang kurang bermanfaat tapi karena barangnya update dan saya suka ya udah enggak masalah”. (Wawancara dengan Aminah 27 Maret 2017)

Pernyataan di atas, Minah menunjukkan bahwa pemilihan cara berbelanja secara online bersifat konsumtif. Konsumtif merupakan penimbunan dan perhitungan atas kelebihan yang melampaui keperluan, atau pengeluaran yang melampaui batas diri. Terkait dengan pernyataan informan di atas dengan penjelasan Baudrillard bahwa kegiatan pemilihan cara berbelanja secara online yang dilakukan informan selain sebagai penunjang kebutuhan akan barang juga terdapat alasan barang update. Agar bisa selalu update tentu saja Minah harus mengeluarkan banyak uang. Hal inilah yang termasuk dalam pengeluaran yang melampaui batas. Bahkan dalam pengakuannya Minah mengatakan bahwa ia membeli barang yang

kurang bermanfaat/kurang dibutuhkan, tetapi karena barang yang dibeli secara online memiliki nilai tanda yaitu bagus maka ia memutuskan untuk membelinya. Jadi, Minah dalam hal ini dapat dikatakan memiliki gaya hidup konsumtif karena dalam kegiatan belanjanya ada prestige yang ingin di capai yaitu agar terlihat selalu update barang terbaru.

Mahasiswa tertarik mengkonsumsi produk fashion di online karena untuk mengikuti trend anak muda zaman sekarang, apalagi dengan didukung oleh banyaknya penjual online yang berasal dari kalangan mahasiswa sendiri. Pola konsumsi yang tinggi cenderung konsumtif. Untuk itu semakin maraknya produsen yang menjual barang melalui online akan lebih meningkatkan mahasiswa untuk melakukan transaksi melalui online dalam memenuhi kebutuhannya. Penggunaan online sebagai aktualisasi yang nyata ketika para pengguna online mendapat kepuasan baik itu secara lahiriah atau kepuasan secara keinginan. Hal yang sama di ungkapkan oleh Nuri (20 tahun)

“Sebenarnya membeli di toko malas perginya. Saya kan kuliahnya masih penuh kak, lebih baik online saja mudah dan cepat, di online itu modelnya boleh memilih. Terus teman-teman kan mengira kalau Saya ini update terus, kalau online barangnya memang cepat kak, update terus. Kadang di pasaran belum ada di online sudah ada makanya Saya suka., lebih enak beli di online, karena teknologi kan sudah canggih. Jadi tinggal pesan di online saja, lebih mudah dan praktis” (Wawancara dengan Nuri 30 Maret 2017)

Baudrillard mengatakan bahwa saat ini yang dikonsumsi masyarakat tidak hanya nilai guna, tetapi juga nilai tanda. Adanya pergeseran dari nilai guna ke nilai tanda ini di sebut dengan simulasi yang menghasilkan ruang simulakra. Hal ini sesuai dengan apa yang ditunjukkan oleh Nuri, Dia memang mengaku butuh untuk berbelanja secara online karena tidak punya waktu keluar untuk membeli di pasar atau di mall, tetapi selain itu juga ada hal lain yang membuatnya memilih membeli jilbab secara online, yaitu agar dianggap update agar bisa menjadi trend.. Perilaku Nuri ini menunjukkan adanya perilaku konsumsi nilai guna yang bergeser pada nilai tanda, yaitu selain membeli barang secara online karena tidak ada waktu tetapi juga ada faktor prestige yang ingin di capai dalam hal ini yaitu agar dapat menjadi trend.

Sarah (22 tahun) menyatakan bahwa dengan mengkonsumsi barang dengan online. Sarah merasa puas dan senang. Perkenalannya dengan

media online sudah menjadi kebutuhan baginya untuk mendapatkan barang yang diinginkan. Berikut wawancara dengan Sarah:

“Belanja online udah lumayan sering, awalnya belanja baju yang murah seharga Rp 60-80, tapi pas sampai bajunya kecewa. Karena bajunya tipis. Jadi sekarang saya pesan baju yang berkualitas di media sosial Facebook, nama olshop nya Istiqamah Culacula, enggak masalah harganya lumayan mahal yaitu sekitaran Rp 100-150 yang penting hasilnya memuaskan”. (Wawancara dengan Sarah 30 Maret 2017)

Riska mengatakan bahwa penggunaan belanja online penting. Berikut ini pengakuan Riska mahasiswa Ilmu Komunikasi (22 tahun) tentang penggunaan belanja online:

“Kalau belanja online itu banyak pilihannya, bisa lihat daftar harganya langsung, jadi bisa disesuaikan dengan kondisi uang juga. Belanja online penting bagi Riska karena lebih tau tentang informasi tentang baju yang kekinian di kalangan remaja”. (Wawancara dengan Riska 03 April 2017)

Pendapat Riska di atas menunjukkan bahwa dalam membeli barang secara online itu penting karena lebih banyak mengetahui tentang informasi mengenai baju yang kekinian di kalangan remaja,. Artinya di online selalu menawarkan barang terbaru dengan berbagai macam pilihan sehingga membuatnya selalu update. Memilih berbelanja secara online karena ingin menjadi trendseter. Dapat disimpulkan jika ia selalu mengikuti perkembangan produk di online maka ia akan lebih cepat mendapatkan produk terbaru yang bisa dipakai, maka akan berfikir dengan begitu akan menjadi trendseter karena menjadi yang pertama memakai produk keluaran terbaru.

Lingga (22 tahun) mengatakan bahwa selama menggunakan jasa online banyak kepuasan yang didapatkan. Berikut ini pengakuan dari Lingga:

“Saya senang belanja online, biasanya sering belanja di Lazada, karena selain puas dalam pelayanan walaupun kadang pernah pesanan barang saya telat, puas juga dalam pemakaian sih. Terdapat label harga, barangnya menarik, dan banyak pilihan dengan adanya pemasangan iklan. Namun saya belanja tergantung life style yang diinginkan”. (Wawancara dengan Lingga 03 April 2017)

Dapat disimpulkan secara garis besar online ini sangat mendorong adanya gaya hidup konsumtif pada informan penelitian. Hal ini terlihat dari bentuk-bentuk perilaku konsumtif yang ditunjukkan informan dalam berbelanja secara online dengan dianalisis menggunakan teori Jean Paul Baudrillard. Tidak dipungkiri bahwa sebenarnya gaya hidup konsumtif yang dimiliki oleh informan ini dipengaruhi karena faktor keuangan yang dimiliki. Kondisi keuangan sangat menunjang hobi atau kebiasaan yang dilakukan, dalam hal ini adalah kegiatan berbelanja secara online.

Menurut Baudrillard konsumsi masyarakat saat ini memiliki tiga nilai yaitu nilai guna, nilai tanda, dan simulakra. Data yang diperoleh menunjukkan adanya ketiga nilai tersebut. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan mengaku melakukan belanja secara online karena adanya faktor prestige yang lebih mendominasi dari pada faktor kebutuhan. Hal ini jika dikaitkan dengan teori masyarakat konsumsi bawaan Jean Baudrillard tentu sudah mengarah pada perilaku konsumtif.

### **Media Online atau Media Sosial yang digunakan Oleh Mahasiswa**

Online shop atau toko online merupakan sarana atau toko yang menawarkan barang dan jasa lewat internet. Konsumen pada online shop dapat melihat barang-barang secara langsung baik dalam bentuk gambar atau foto-foto dan dalam bentuk video. Biasanya, barang-barang yang dijual oleh online shop merupakan barang-barang yang limited edition serta biasa belum ada di toko-toko atau pasaran. Sehingga, kondisi yang demikian ini semakin membuat mahasiswa tertarik untuk kemudian berbelanja online:

Berdasarkan penelitian penulis, banyak dari mahasiswa Unimal yang hanya menggunakan toko online di Facebook, Instagram dan BBM. Namun hal itu menyurutkan rasa ingin tahu penulis mengenai media online manakah yang digunakan oleh daftar informan dalam penelitian ini. Hal itu diperjelas oleh pernyataan Aminah (20 tahun) mahasiswa Unimal jurusan Psikologi:

“Minah udah satu tahun lebih menggunakan jasa online Daraa\_atjeh shop (BBM) dan Cut Olshop (Facebook) untuk beli baju, sepatu dan tas kak. Karena udah nyaman dan udah menumbuhkan rasa kepercayaan juga dengan penjual, jadi lebih gampang interaksinya”(Wawancara dengan Minah 27 Maret 2017).

Nuri mahasiswa semester 4 jurusan Teknik Informatika menjelaskan bahwa dirinya menggunakan media sosial di via BBM. Berikut ini penjelasan dari Nuri (20 tahun):

“Saya kak kenal belanja online waktu SMA kelas tiga, waktu itu sering belanjanya di media sosial Facebook. Tapi sejak udah kuliah udah seringnya di via BBM. Penjual olshop di via BBM ini kebetulan teman sendiri. Jadi mendingan pilih online shop yang sudah menjadi teman dan kenalan, disamping lihat juga dari post komen, jadi lebih enakan sih enggak gampang ditipu”(Wawancara dengan Nuri 28 Maret 2017).

Riska mahasiswa Ilmu Komunikasi (22 tahun) mengaku sangat gemar belanja di Yuni Olshop yang ada di media sosial Facebook. Alasan Riska memilih belanja di Yuni Olshop tersebut karena merasa puas dengan hasil barang yang dikonsumsi melalui online. Berikut ini pengakuan dari Riska:

“Saya sering mengunjungi di media sosial Facebook (Yuni Olshop) yang lokasinya di Lhokseumawe. Karena ngerasa puas dengan hasil barang saya beli, dan enggak pernah ditipu sebab awalnya pernah lihat testimonial (bukti pesan dan kesan dari pelanggan) orang-orang yang pernah punya pengalaman belanja ditempat yg sama”(Wawancara dengan Riska 03 April 2017).

Tashifun mahasiswa Manajemen semester delapan menjelaskan bahwa dirinya kerap kali berbelanja di media sosial via BBM (Melda Melisa olshop). Walaupun online shop yang menjadi langganannya tersebut berlokasi di Kuala Simpang, tidak membuat Tashifun ragu untuk mengkonsumsi barang di online shop tersebut. Berikut ini penjelasan dari Tashifun:

“Saya suka belanja di via BBM, nama olshop nya Melda Melisa Olshop. Walaupun jauh sih enggak masalah, yang penting selama ini nyaman belanja disitu, penjualnya jujur, selalu dikasi diskon karena udah langganan” (Wawancara dengan Tashifun pada tanggal 03 April 2017).

Berikutnya ada Lingga yang menjelaskan tentang kegemarannya belanja baju kemeja dan sepatu di media online Lazada. Berikut ini pernyataan dari Lingga (20 tahun):

“Lingga lebih mengandalkan belanja di Lazada dibandingkan dengan media online lain, karena awal pertamanya memang belanja di Lazada, jadi udah kseringan dan ketagihan aja belanja disitu, enggak mau pindah ke yang lain. Karena di tempat lain belum tentu bisa lebih puas sih! Kalau

di Lazada barang yang ditawarkan menarik, banyak pilihan produk yang diinginkan, pelayanan yang membuat Lingga merasa puas juga”(Wawancara dengan Lingga pada tanggal 03 April 2017).

### **Jenis-Jenis Barang yang dikonsumsi Mahasiswa Melalui Belanja Online**

Saat ini, media sosial berupa instagram, Facebook, BBM memang sedang menjadi fenomena di kalangan muda-mudi. Karena media sosial tersebut paling banyak dikunjungi oleh mahasiswa Unimal untuk mencari barang-barang yang diinginkan. Banyak toko online seperti sekarang ini yang menawarkan berbagai produk yang dibutuhkan, mulai dari pakaian, tas, sepatu hingga peralatan rumah tangga .

Berikut ini ada Aminah menceritakan tentang menggunakan media online dalam memenuhi kebutuhan yang diinginkan. Berikut ini ungkapan Minah tentang barang yang dibelinya:

“Minah kalau belanja di online paling senang belanja baju, sepatu dan tas. Kalau celana sih enggak pernah kak, karena takut enggak muat. Paling beli celana sama jilbab di toko atau di pasaran”(Wawancara dengan Aminah pada tanggal 27 Maret 2017).

Pengakuan Nuri (20 tahun) mahasiswa Teknik Informatika mengenai penggunaan jasa online untuk mendapatkan konsumsi yang diinginkan terbukti mendapatkan hasil yang sesuai dengan keinginan. Suka membeli baju, tas, dan sepatu bagi Nuri adalah suatu kesenangan dan kepuasan. Pakaian bagi Nuri sudah menjadi kebutuhan baginya untuk memuaskan keinginan. Berikut pernyataannya:

“Banyak barang-barang yang Nuri beli di online kak, paling ya baju, tas, dan sepatu. Tapi barang-barang lain belinya di toko-toko, kayak lipstick, celana, jilbab dan jam. Karena di olshop langganan Nuri ini barang yang dijual ya cuma baju, tas dan sepatu aja kak”(Wawancara dengan Nuri pada tanggal 30 Maret 2017).

Sama halnya juga dengan Sarah yang suka membeli baju, tas, sepatu dan jilbab. Bagi Sarah memuaskan keinginannya untuk selalu membeli baju, tas, sepatu dan jilbab adalah suatu yang sangat menyenangkan. Sarah mengungkapkan tentang barang yang dikonsumsi melalui belanja online. Berikut ini ungkapan Sarah:

“Saya belanja online itu seperti baju, sepatu, jilbab bermotif dan tas. Untuk kebutuhan yang lain seperti rok, celana jeans dan alat make up belanja di toko. Karena di olshop Istiqamah Culacula tempat langganan Sarah itu celana, rok, lulur dan alat make up pict nya sikit, dan engga ada yang menarik, karena memang lebih dominan baju, sepatu dan tas sih yang dijual”(Wawancara dengan Sarah pada tanggal 30 Maret 2017).

Lingga mengaku bahwa dirinya gemar mengoleksi baju kemeja dan sepatu yang dibelinya melalui media online Lazada. Berikut ini pengakuan Lingga:

“Paling saya kalau belanja seringnya baju kemeja dan sepatu di Lazada. Tapi kalau kebutuhan yag lain belanja di toko-toko Lhokseumawe. Karena kalau yang lain udah biasa beli di toko, kayak celana dan jam, udah ada langganan. Belum pernah coba beli di Lazada”(Wawancara dengan Lingga pada tanggal 03 April 2017).

Berbeda dengan Lingga, Tashifun justru berbelanja di media sosial grup BBM lebih sering belanja baju untuk pacarnya, jarang belanja baju untuk dirinya. Berikut ini pengakuan dari Tashifun:

“Barang-barang yang saya beli di media sosial BBM ya baju pacar, kalau untuk beli baju sendiri sih jarang, paling sesekali beli baju jersey club bola. Kalau ada waktu paling beli baju, celana dan sepatu sendiri di toko Batuphat atau toko Lhokseumawe. Karena kalau beli langsung bisa tau ukuran”(Wawancara dengan Tashifun pada tanggal 03 April 2017).

Dapat disimpulkan bahwa barang-barang yang dibeli melalui online yang sangat terlihat dominan adalah pakaian. Pakaian adalah barang yang sangat diminati oleh para pengguna jasa online ini, alasannya karena lebih praktis dan menghemat waktu serta dapat dengan mudah dilihat mode dan harga yang sesuai dengan minat calon pembeli. Tapi menurut pengakuan dari semua informan, tidak semua barang/produk yang menjadi kebutuhannya dibeli di online. Mereka mengaku sebagian barang yang diinginkan dibeli secara manual di toko atau di pasaran karena masing-masing informan memiliki alasan tertentu seperti yang sudah dipaparkan di atas.

## **Jenis Transaksi Dalam Belanja Online**

### *Transfer Langsung*

Transaksi pembayaran menggunakan online memiliki sedikit perbedaan dibandingkan dengan mode transaksi langsung. Pembayaran barang

melalui online 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 pengirimannya. Bukti pengiriman akan diterima setelah transaksi pembayaran.

Riska mengungkapkan bahwa barang yang sering dibeli menggunakan jasa online Lazada adalah dengan cara transfer langsung. Ungkapan Riska sebagai berikut:

“Dua minggu yang lalu saya membeli barang di Lazada dan setelah saya memilih barangnya lalu saya transfer langsung uangnya melalui kartu kredit milik saya, prosesnya cepat dan gampang”(Wawancara dengan Riska pada tanggal 03 April 2017).

Hal yang sama juga dilakukan oleh Sarah mahasiswa EKP, Sarah mengungkapkan bahwa barang yang biasanya dirinya beli melalui jasa media sosial Instagram adalah dengan cara transfer langsung. Berikut ini pengakuan dari Sarah:

“Pas liat koleksi jilbab yang ada di Instagram menarik, saya langsung chat owner (penjual) untuk pesan barang yang saya inginkan. Lalu owner jelasi tentang sistem pembayaran, karena lokasi toko online berada di Banda Aceh, jadi saya langsung transfer dengan menggunakan kartu kredit milik saya”(Wawancara dengan Sarah 30 Maret 2017).

Lingga mahasiswa Arsitektur (22 tahun) juga menceritakan tentang transaksi pembayaran yang dilakukan selama berbelanja di media online Lazada. Berikut ini pengakuan dari Lingga:

“Setiap barang yang saya pesan, seperti baju kemeja atau sepatu, saya langsung mentransfer uang melalui kartu kredit, prosesnya cepat enggak ribet sih!”(Wawancara dengan Lingga 03 April 2017).

#### *COD ( Cash On Delivery)*

Model transaksi online 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 melauai 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 negoisasi 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 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 Nuri (20 tahun) mahasiswa jurusan Teknik Informatika angkatan 2015 ini mengaku bahwa COD adalah salah satu cara yang ia pernah lakukan dalam memperoleh barang di dalam online.

Minatnya dalam menggunakan online untuk memenuhi konsumsinya seperti baju, tas, sepatu dan jilbab. Berikut pernyataan Nuri mengenai pembeliaanya melalui online dan menggunakan transaksi melalui COD sebagai berikut:

“Membeli barang di online itu biasa menggunakan COD, bertemu secara langsung dengan penjual, kebetulan penjualnya pun teman kampus saya. Kemudian kalau melalui COD lebih tau kejelasan tentang barang diskon. Di COD kadang saya memilih barang PO, kadang milih barang ready juga. Alasan milih barang PO biasanya barang-barang PO itu barang terbaru. Tapi kadang juga milih barang ready kalau ada diskon besar-besaran”(Wawancara dengan Nuri 30 Maret 2017).

Sama halnya seperti Minah mahasiswa Psikologi, dalam proses transaksi pembayaran, Minah telah melakukan kesepakatan bertemu terlebih dahulu dengan owner (penjual) yaitu bertemu secara langsung, Minah membayar DP (Down Payment) yaitu melakukan sistem pembayaran yang tidak langsung dibayar secara lunas. Berikut ini pengakuan dari Minah:

“Dalam proses pembayaran, Minah janji bertemu dulu dengan penjualnya. Kadang kalau barang yang Minah pesan ready (barang sudah ada di tangan penjual), maka pembayarannya Minah kasih lunas. Sebaliknya, kalau barang yang Minah pesan masih PO (Pre Order) yang artinya barangnya harus diimpor dulu dari distributornya dalam jangka waktu tertentu. Maka pembayarannya Minah kasih DP dulu, jika barang sudah sampai sesuai yang dijanjikan oleh penjual, maka pembayarannya

lunas. Minah lebih sering sistem PO, karena PO pembayarannya DP dulu, nyampe barang 1-2 minggu ke depan. Kalau ready kan barang sudah ada, pembayaran pun harus lunas, jadi uang enggak mencukupi. Minah senang dengan sistem pembayaran COD ini, karena lebih terpercaya, mudah, enggak pernah tertipu". (Wawancara dengan Minah pada tanggal 27 Maret 2017)

Pengguna dengan transaksi COD berikutnya adalah Riska (22 tahun) mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2013. Berikut ini pengakuan Riska tentang sistem pembayaran COD yang pernah ia lakukan:

"Sistem pembayaran yang biasa Riska gunakan kalau belanja di media sosial Facebook ya DP nya langsung kasih ke penjualnya, sebagai tanda jadi, agar barang yang Riska pesan tidak diambil oleh orang lain. Alasan Riska menggunakan sistem COD karena jarak toko online dekat, mudah dijangkau yaitu berada di Lhokseumawe, dan lebih tau sih informasi dari penjualnya tentang kualitas bahannya, ukurannya secara lengkap serta informasi kapan barang PO tersebut sampai". (Wawancara dengan Riska pada tanggal 03 April 2017)

### **Pilihan Pengiriman Barang**

Jasa pengiriman barang juga sangat berperan dalam proses pembelian online. Jasa pengiriman barang yang terpercaya dan cepat juga menjadi alasan seseorang untuk selalu menggunakan jasa pengiriman barang tersebut dalam proses pengiriman barang. Beberapa informan menceritakan selalu menggunakan jasa pengiriman barang yang terpercaya dan cepat sehingga memberikan informasi tambahan untuk memperoleh data penelitian.

Riska mahasiswi Ilmu Komunikasi mengungkapkan bahwa barang yang dibeli menggunakan jasa online ini adalah dengan menggunakan jasa pengiriman JNE. Ungkapan Riska sebagai berikut:

"Riska menggunakan jasa pengiriman JNE, karena lebih terpercaya". (Wawancara dengan Riska 18 Mei 2017)

Selanjutnya barang yang dibeli melalui online yang menggunakan jasa pengiriman JNE yaitu Lingga mahasiswa T. Arsitektur, berikut ini ungkapan Lingga :

“Saya biasanya beli di Lazada menggunakan jasa pengiriman JNE. Karena lebih terpercaya dan cepat sih!”(Wawancara dengan Lingga 18 Mei 2017).

Tashifun mahasiswa Manajemen menjelaskan tentang jasa pengiriman barang yang biasa digunakan adalah TIKI dan JNE. Berikut ini pemaparan Tashifun:

“Saya menggunakan jasa pengiriman barang TIKI dan JNE, sering menggunakan dua-duanya! Karena lebih terpercaya dan cepat”(Wawancara dengan Tashifun 18 Mei 2017).

Sementara itu, Sarah mahasiswi EKP lebih memilih jasa pengiriman barang TIKI. Berikut ini ungkapan dari Sarah (22 tahun):

“Sarah biasanya lebih milih pengiriman TIKI, lebih cepat sih!”(Wawancara dengan Sarah 18 Mei 2017).

Dapat disimpulkan bahwa beberapa informan tersebut memilih jasa pengiriman yang sudah menjadi andalannya karena penggunaan jasa online lebih ditekankan pada sistem kepercayaan.

## **Faktor Penyebab Mahasiswa Memilih Belanja Online dalam Memenuhi Kebutuhannya**

### *Efisiensi Waktu*

Belanja merupakan sebagai sebuah fenomena serta aktivitas, telah menjadi penting dalam kehidupan setiap mahasiswa saat ini. Perkembangan internet, menjadikan aktivitas belanja menjadi jauh lebih nyaman, karena belanja online telah mengambil bentuk yang relatif memudahkan bagi beberapa penggunanya. Belanja online bagi sebagian mahasiswa memiliki warna baru untuk memenuhi kebutuhan. Keuntungan paling produktif dari belanja online adalah bahwa hal itu memungkinkan seseorang untuk mengakses banyak item dari merek yang berbeda dan efisiensi waktu. Menghemat waktu dalam membeli kebutuhan atau berkonsumsi ini dipilih sebagian mahasiswa dalam memanfaatkan belanja online.

Mahasiswa yang memiliki kesibukan di luar kampus seperti mahasiswa semester 8 ini Tashifun (22 tahun) berusaha mencari alternatif lain untuk memenuhi konsumsinya dengan menggunakan online. Tashifun memaparkan keuntungannya dalam menggunakan online shop sebagai berikut:

“Saya suka sama online shop tuh soalnya menghemat waktu, karena saya kan lumayan banyak aktivitas, waktu saya banyak di kampus, latihan bola, belum lagi ada pertandingan bola. Jadi jarang ada waktu untuk ke toko cari baju untuk pacar saya”(Wawancara dengan Tashifun pada tanggal 03 April 2017).

Beberapa manfaat langsung yang bisa dirasakan melalui belanja online seperti mengurangi waktu untuk berbelanja kebutuhan pribadi, mengurangi pengeluaran biaya transportasi baik pribadi maupun umum, kesulitan parkir, serta antrean pembayaran di kasir yang acapkali cukup panjang menjadikan alasan-alasan tersendiri berbelanja melalui online makin disukai. Banyak keuntungan yang bisa didapatkan ketika belanja di online, yaitu seperti yang dirasakan oleh mahasiswa Arsitektur ini, berikut penjelasan dari Lingga (22 tahun):

“Banyak keuntungan yang saya dapatkan ketika belanja online, lebih praktis, tidak banyak membuang waktu. Kalau beli di toko kan ada proses penawaran, tapi kalau di online harga sudah dipaparkan”(Wawancara dengan Lingga pada tanggal 03 April 2017).

### **Akses yang Mendukung**

Belanja online melalui media internet sebagai gaya hidup baru menggejala beberapa tahun terakhir seiring dengan makin murahnya biaya akses internet dan makin banyaknya provider yang menyediakan layanan akses internet cepat, dan didukung dengan fasilitas wi-fi di mana-mana, baik di kampus, dan di kantin. Bagaimanapun, belanja online menawarkan banyak kemudahan dan keuntungan ; konsumen tidak perlu lagi keluar rumah mengeluarkan biaya transportasi dan waktu untuk mendatangi toko yang diminati. Cukup dengan membuka komputer/laptop dan gadget, menyalakan akses internet dan membuka alamat portal belanja online yang dituju

Penelitian tentang “In-store Mobile Commerce During the 2012 Holiday Shopping Season” mendapatkan data bahwa selama musim belanja tahun 2012 , 58% dari pemilik smartphome berusia 18 tahun keatas menggunakan telpon seluler mereka untuk aktivitas yang terkait dengan belanja online, baik untuk mendapatkan ulasan ataupun rekomendasi barang yang akan dibeli, atau sekedar membandingkan harga dengan toko lain, maka konsumen sudah bisa menemukan barang-barang yang mereka butuhkan untuk dibeli.

Berdasarkan realita yang ada, dapat dikatakan belanja online saat ini sebagai salah satu alternatif yang ditawarkan dalam kehidupan modern selain juga sebagai sebuah gaya hidup. Oleh karena konsep belanja online menawarkan berbagai alternatif kemudahan, wajar jika para perempuan yang sibuk dengan berbagai aktivitas saat ini cenderung memanfaatkannya. Pada intinya adalah ketika akses mendukung untuk melakukan suatu hal maka sangat mudah untuk mendapatkan apa yang diinginkan. Asumsi itu juga diperkuat oleh pernyataan Tashifun (22 tahun) mahasiswa Manajemen sebagai berikut:

“Membeli barang dengan online itu gampang, apalagi kita punya alat untuk mengakses contohnya Handphone Android Samsung. Tinggal mencari barang yang diinginkan kemudian masuk ke toko online, order, transfer, barang sudah sampai”(Wawancara dengan Tashifun pada tanggal 03 April 2017).

Nuri mahasiswi (20 tahun) jurusan Teknik Informatika menjelaskan tentang alasan pemilihan belanja online yaitu selain mendapatkan kemudahan dan kepraktisan, banyak juga akses yang mendukung, seperti memiliki Handphone Android dan fasilitas wi-fi di kampus. Berikut ini asumsi dari Nuri:

“Alhamdulillah saya ada Handphone Android sehingga mudah untuk belanja di online. Dulu kan enggak pernah belanja online karena belum ada Handphone secanggih sekarang”(Wawancara dengan Nuri pada tanggal 30 Maret 2017).

Riska (22 tahun) mahasiswi Ilmu Komunikasi menyatakan dengan memiliki Handphone Android maka sangat mudah untuk terhubung ke online shop. Berikut ini penjelasan Riska:

“Dengan adanya Handphone Android dan wi-fi di kampus jadi lebih gampang untuk liat dan belanja barang/produk koleksi di online shop” (Wawancara dengan Riska pada tanggal 03 April 2017).

#### *Sebagai Pemenuhan Kebutuhan*

Bagi sebagian mahasiswa yang tinggal merantau di kota tempatnya menempuh pendidikan 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 sebenarnya bukan hanya

sekedar konsumsi untuk memenuhi kebutuhan atau pemenuhan kebutuhan akan tetapi konsumsi kepuasan dan 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 Nuri mahasiswi angkatan 2015 mengungkapkan bahwa:

“Kalau enggak belanja kayak ada yang kurang gitu kak! Terus kalau ada barang yang suka kalau enggak terpenuhi, jadinya kepikiran terus”(Wawancara dengan Nuri pada tanggal 30 Maret 2017).

Pola hidup Nuri disini yaitu mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan untuk mencapai kepuasan yang maksimal, sehingga perilaku Nuri ini salah satu termasuk perilaku konsumtif, yang cenderung ketagihan ingin membeli produk online. Karena mudah terbujuk dengan hal-hal yang menyenangkan, ikut-ikutan teman, dan cenderung boros dalam menggunakan uang.

Faktor penampilan tidak terlepas dari gaya hidup yang diterapkan oleh individu. Menurut teori Baudrillard perilaku Lingga ini adalah bentuk dari perilaku konsumtif karena dalam membeli produk secara online yang dikonsumsi adalah nilai tanda, karena dalam membeli produk secara online selain untuk memenuhi kebutuhannya ia juga ingin dianggap berkelas dan fashionable karena menggunakan produk ternama. Sedangkan alasan Minah memilih berbelanja secara online karena ingin tampil modis. Artinya, Minah selalu ingin mengikuti perkembangan fashion di online shop maka ia akan lebih cepat mendapatkan produk baru yang bisa dipakai, dan ini menunjukkan adanya status sosial yang ingin dicapai Minah.

## **Penutup**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terdapat bentuk perilaku konsumtif yang dialami sebagian mahasiswa Unimal. Pada bentuk gaya hidup konsumtif yang ditunjukkan sebagian mahasiswa dalam berbelanja secara online dapat dilihat dari faktor-faktor yang mendorong mereka dalam

memilih berbelanja jilbab secara online. Adanya nilai guna, simulakra, dan nilai tanda dalam berbelanja jilbab secara online mendorong sebagian mahasiswa Unimal untuk berperilaku konsumtif, namun yang cenderung dilakukan adalah berdasarkan nilai tanda dan simulakra. Karena hal ini sering dilakukan akhirnya menjadi sebuah bentuk gaya hidup. Perilaku konsumtif yang biasa dilakukan informan yaitu membeli produk secara online tanpa adanya pertimbangan yang mengarah pada faktor kebutuhan (nilai guna) dan justru lebih mengarah pada faktor prestige (nilai tanda) serta menunjukkan adanya simulasi yaitu percobaan bergesernya makna dari nilai guna yang berupa manfaat atau fungsi menjadi nilai tanda yang berupa simbol. Simulasi menghasilkan suatu ruang yang disebut simulakra, ruang tersebut berisikan realitas-realitas semu hasil pergeseran dari nilai guna ke nilai tanda. Konteks ini simulakra merupakan suatu rasa kepuasan maupun kebanggaan yang didapat informan ketika bisa membeli barang secara online yang dapat diekspresikan melebihi fungsi asli dari online shop itu sendiri.

## **Daftar Pustaka**

### *Buku*

- Baudrillard, Jean. 2004. Masyarakat Konsumsi. Yogyakarta: Kreasi Kencana.
- Damsar. 2011. Pengantar Sosiologi Ekonomi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Koentjaraningrat. 1990. Sejarah Teori Antropologi II. Universitas Indonesia (UI-Press).
- Moleong, J. Lexy. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prasetyo, Ristiyanti dan John J. O. I lhalauw. 2005. Perilaku Konsumen, Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sairin, Syafri. 2002. Pengantar Antropologi Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Storey, John. 2008. Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Szompka, Piotr. 2010. Sosiologi Perubahan Sosial. Jakarta: Prenada Media Group.
- Suyanto, Bagong. 2013. Sosiologi Ekonomi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

### *Jurnal dan Skripsi*

- Diana, Riska Nur. 2016. Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Unesa Akibat Adanya Online Shop Jilbab, Jurnal Kajian Moral dan Kewarganegaraan: Vol. 02 No. 04 <http://ejournal.unesa.ac.id/article/19176/41/article.pdf> (Diakses pada tanggal 10 September 2016).
- Murdani, 2016. Harun Square Dan Gaya Hidup Kawula Muda” (Studi Budaya Konsumerisme Di Kota Lhokseumawe), Skripsi. FISIP UNIMAL.
- Mursalin, Andi. 2016. Gadget Dan Gaya Hidup Anak Band (Studi Kasus Di Kota Lhokseumawe). Skripsi. FISIP UNIMAL.
- Novitasani, Latifah. 2014. Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswa Urban Di Unesa, Jurnal Paradigma: Vol. 02 No. 03 <http://ejournal.unesa.ac.id/article/12122/39/article.pdf>, (diakses pada tanggal 15 September 2016).
- Suhari, Yohanes. 2008. Keputusan Membeli Secara Online dan Faktor-Faktor yang mempengaruhinya, Jurnal Teknologi Informasi: Vol. 13 No. 2 <http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti1/article/download/79/74> (diakses pada tanggal 15 September 2016).
- Sari, Chacha Andira. 2015. Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Di Universitas Airlangga, Jurnal AntroUnairdotNet: Vol. 4 No. 2 <http://journal.unair.ac.id/filerPDF/auna97cbdaabbfull.pdf>, (diakses pada tanggal 15 September 2016).