

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Saat ini era globalisasi merupakan perubahan global yang melanda seluruh dunia. Dan keadaan dunia saat ini tentunya sangat berbeda dengan keadaan terdahulu. Perubahan ini sesungguhnya juga terjadi dengan pola hidup masyarakat zaman sekarang. Modernisasi telah banyak merubah kehidupan pada zaman sekarang, Perkembangan kebutuhan hidup manusia yang dipicu oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terus mengalami perubahan dari zaman ke zaman.

Penggunaan media internet berkembang dengan sangat cepat dan pesat menjadi bagian terpenting dalam bidang ekonomi dan dalam memenuhi kebutuhan manusia. Penggunaanya juga terus semakin meningkat tidak hanya dari kalangan remaja seperti pelajar sekolah dan mahasiswa, bahkan anak – anak, orang dewasa sampai kaum lanjut usia pun mulai menjadi pengguna aktif internet. Akibatnya, segala informasi yang bersifat positif maupun negatif dapat dengan mudah diakses seluruh pengguna aktif internet. Dan diakui atau tidak, perlahan – lahan mulai mengubah pola gaya hidup masyarakat dan membuat mereka menjadi konsumtif. Masyarakat modern saat ini bisa disebut masyarakat konsumtif yaitu Masyarakat yang terus menerus berkonsumsi.

Namun konsumsi yang dilakukan bukan lagi sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan–kebutuhan dasar dan fungsional manusia. Masyarakat

modern tidak cukup hanya mengkonsumsi sandang, pangan, dan papan saja untuk dapat bertahan hidup. Meskipun secara biologis kebutuhan makanan dan pakaian telah cukup terpenuhi, namun untuk kebutuhan dalam tatanan pergaulan sosial dengan sesama manusia lainnya, manusia modern harus mengkonsumsi lebih dari itu.

Salah satunya yaitu Internet, Menjadi salah satu konsumsi masyarakat yang menyediakan berbagai macam informasi yang bisa diakses dimana saja dan kapan saja. Internet juga membuat segala sesuatu menjadi lebih mudah dan praktis bahkan saat ini proses penjualan barang dan jasa telah dilakukan lewat internet melalui toko-toko online. Dengan adanya bisnis *online* zaman sekarang membuat sangat lebih mudah untuk dijalankan dan memberikan banyak keuntungan bagi konsumen begitu pula bagi penjual, dengan begitu bisnis online membuat ketertarikan dari berbagai pihak untuk memasarkan produk tersebut melalui internet. Kalau begitu cukup dengan adanya akses internet dan foto produk itu sendiri sudah dapat memasarkannya, usaha ini sudah dapat berjalan melalui *online*.

Semakin banyaknya jumlah toko *online* yang bermunculan serta penawaran berbagai produk yang menarik yang akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk secara *online*, sering dikenal dengan belanja *online* atau bisa disebut *Online Shop*. *Online Shop* merupakan cara belanja baru yang sudah sering kita dengar pada saat ini karena berkembang teknologi yang kian tidak terkendali, *Online Shop* pun sudah merajai sistem perekonomian Indonesia. Bahkan *Online Shop* dapat melampaui toko-toko *offline* lainnya. Memang benar jika dikatakan bahwa *Online Shop* dapat membangkitkan perekonomian negara,

namun jika dilihat dari segi sosial terdapat dampak-dampak moral yang luntur akibat adanya *Online Shop* tersebut. Oleh sebab itu, sebaiknya kita dapat memilah diri dalam bertindak.

*Online shop* memberikan kemudahan bagi penjualnya, selain itu memberikan kemudahan juga bagi pihak pembeli. Pembeli tidak perlu susah payah bergelut dengan lalu lintas, tidak perlu juga berjalan dari toko ke toko.

Melalui proses *online shop* ini pembeli tidak perlu bertatap muka langsung dengan para penjual, dengan mudah nya pembeli hanya tinggal mencari produk yang sedang diinginkan melalui social media. Lalu jika sudah terjadi kesepakatan dengan penjual, kemudia melakukan transaksi pembayaran.

Transaksi pembayaran masih dilakukan dengan cara *non-online*, seperti transfer antar bank atau menggunakan aplikasi yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara *online*.

Produk-produk yang banyak dijual di toko *online* menjadi menarik perhatian dan minat beli terutama pada kalangan mahasiswa sehingga akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian. Karena sebagian besar mahasiswa berada pada usia remaja, mereka cenderung untuk memiliki keingintahuan yang lebih akan hal - hal yang baru sehingga mereka tidak ragu untuk mencobanya. Biasanya remaja sangat mudah terpengaruh oleh rayuan iklan, mudah juga terpengaruh oleh perubahan serta cenderung boros.

Ketika terdapat hal-hal yang baru, mereka para mahasiswa tidak ragu untuk mencobanya karena kebutuhan atau rasa penasaran muncul. Contoh yaitu ketika terdapat model pakaian atau jenis makanan baru, mereka memiliki rasa

ingin tahu yang lebih besar dan cepat tertarik untuk membelinya. Hal ini bisa menjadi masalah ketika mereka menjadi mahasiswa dan kuliah di luar daerah. Keberadaannya yang jauh dari orang tua, membuat mereka harus mengatur pengeluaran sebaik mungkin karena orang tua tidak bisa memantau secara langsung pengeluaran yang dilakukannya.

Dengan banyaknya iklan-iklan toko *online* yang menawarkan berbagai kemudahan, maka akan menimbulkan keinginan dalam diri mahasiswa untuk membeli produk di toko *online* tersebut. Jika mereka tidak bisa menahan keinginan yang muncul dalam dirinya, maka ia cenderung memanfaatkan uangnya untuk membeli produk yang diinginkan dan belum tentu itu dibutuhkannya. Padahal seharusnya mahasiswa itu di tuntut untuk mampu memanfaatkan uang untuk memenuhi kebutuhan pendidikannya.

Pada toko-toko *online* yang ada di internet, tersedia berbagai pilihan produk yang dapat dibeli oleh konsumen seperti produk kecantikan, makanan, fashion, alat-alat elektronik atau gadget, dan sebagainya. Salah satu hal yang mendukung perubahan identitas diri remaja yaitu melalui penampilannya, produk fashion merupakan barang-barang yang dihasilkan dari suatu proses produksi baik berupa baju, celana, tas, sepatu, aksesoris lainnya yang dapat menunjang penampilan pemakaiannya. Namun ketika mereka sudah menjadi seorang mahasiswa, kebutuhannya menjadi semakin berkembang, bukan hanya sekedar fashion. Oleh karena itu, toko online menjadi salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan.

Mahasiswa pada umumnya menganggap bahwa Online shop ternyata telah membawa nilai yang mempengaruhi selera dan gaya hidup mahasiswa. Tetapi ada juga sebagian kecil yang merasa kesusahan dengan teknologi canggih ini. Ketergantungan mahasiswa dalam harus memiliki segala hal yang baru atau kategori terbaru sudah muncul di berbagai lapisan mahasiswa maupun masyarakat pula tidak peduli kaya atau miskin tua muda.

Menurut saya bukan dampak baik lagi yang akan diperoleh oleh bangsa ini jika hal ini menjadi ketergantungan utama tetapi hal buruk yang akan terjadi. Mahasiswa akan semakin konsumtif dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhannya, yang paling dikhawatirkan mahasiswa akan kehilangan jati dirinya sendiri karena memaksakan hal yang seharusnya tidak untuk dirinya dan sikap tersebut sangat jauh dari sifat mahasiswa yang sesungguhnya. Sikap yang seperti ini juga dikhawatirkan akan membunuh kreatifitas generasi penerus bangsa karena sesuatunya telah disediakan oleh teknologi. Pola gaya hidup konsumtif ini dapat kita lihat dalam kehidupan sehari-hari, bahwa orang selalu mementingkan gaya barang yang dibeli.

Masyarakat lebih memilih barang yang menurut mereka bagus, mewah dan bermerek tanpa memikirkan fungsi dan kegunaan dari barang tersebut. Nilai guna tidak lagi penting disini, nilai tanda atau sign value sebagai identitas sosial sangat dinomor satukan. Mereka memiliki pemahaman yang mementingkan kesukaan dan kemewahan dalam kehidupan tanpa melihat rambu larangan agama dan tata susila yang ada, kesenangan, kemewahan dan status sosial adalah hal utama bagi mereka.

Tetapi penting juga dalam hal ini, perilaku belanja *online* mengacu pada proses pembelian produk dan jasa melalui internet. Maka pembelian secara *online* telah menjadi alternatif pembelian barang ataupun jasa. Penjualan secara *online* berkembang baik dari segi pelayanan, efektifitas, keamanan dan juga popularitas.

Pada zaman sekarang berbelanja secara online bukanlah hal yang asing. Konsumen tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga saat berbelanja *online*, cukup dengan melihat website bisa langsung melakukan transaksi pembelian.

Perilaku pembelian *online* adalah proses membeli produk atau jasa melalui media internet. Proses pembelian *online* memiliki langkah yang berbeda seperti perilaku memiliki kekhasan dari proses membeli melalui media internet adalah ketika konsumen yang berpotensi menggunakan internet dan mencari-cari informasi yang berkaitan dengan barang atau jasa yang mereka butuhkan.

Juga pemasar (produsen) yang harus mengerti perilaku konsumennya akan mampu memperkirakan bagaimana kecenderungan konsumen untuk bereaksi terhadap informasi yang diterimanya, sehingga pemasar (produsen) dapat menyusun strategi pemasaran yang sesuai dengan berbagai kalangan. Oleh karena itu pebisnis online harus memiliki dan melakukan strategi yang tepat agar dapat membuat pengguna internet yang belum melakukan pembelian online tertarik melakukan pembelian secara *online* serta dapat mempertahankan pelanggan yang telah ia miliki. Strategi yang tepat dapat diciptakan dengan mengetahui terlebih dahulu perilaku belanja *online*.

Penyebab lain yang mendorong mahasiswa untuk belanja *online* adalah hanya karena mengikuti tren yang sedang berkembang saat ini. Semakin hari, semakin banyak produk-produk baru yang ditawarkan dari toko-toko *online* sehingga membuat mahasiswa tertarik untuk membeli barang tersebut. Ketika telah mendapatkan suatu produk yang sedang tren dan banyak diminati akan muncul rasa kepuasan tersendiri di dalam dirinya, misalnya produk fashion yang semakin berkembang pada saat ini. Para remaja ingin menunjukkan bahwa mereka dapat mengikuti mode atau fashion yang sedang tren dalam menunjang penampilan mereka dimuka public.

Berdasarkan beberapa penyebab yang telah diuraikan di atas, menunjukkan bahwa mahasiswa yang membeli barang bukan dari hanya karena memenuhi kebutuhan melainkan keinginan yang muncul dalam dirinya sendiri yang bisa membuat perilaku belanja *online* terjadi secara terus-menerus. Jika keinginan tersebut tidak bisa diatasi maka akan mengakibatkan tingginya intensitas seseorang untuk belanja *online*. Untuk mengatasi tingginya keinginan untuk belanja *online* yang dilakukan oleh mahasiswa, dibutuhkan kemampuan di dalam dirinya untuk mengatur dan mengarahkan keputusan pembelian. Pada setiap individu memiliki suatu mekanisme yang dapat membantu mengatur dan mengarahkan perilaku yaitu kontrol diri.

Untuk mengatasi tingginya keinginan untuk belanja *online* yang dilakukan oleh mahasiswa, dibutuhkan kemampuan di dalam dirinya untuk mengatur dan mengarahkan keputusan pembelian. Setiap individu memiliki suatu mekanisme yang dapat membantu mengatur dan mengarahkan perilaku yaitu kontrol diri.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Penulis menggunakan fokus penelitian dengan tujuan adanya fokus penelitian akan membatasi, yang berarti bahwa dengan adanya fokus yang diteliti akan memunculkan subjek penelitian menjadi lebih terpusat dan terarah karena sudah jelas batasannya. Fokus penelitian menyatakan pokok persoalan yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian. Berdasarkan masalah di atas fokus penelitian ini yaitu “Bagaimana perilaku Mahasiswa dapat ketergantungan belanja online shop”.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka pertanyaan penelitian yang peneliti susun adalah:

1. Bagaimana motif tujuan mahasiswa ketergantungan belanja online shop?
2. Bagaimana motif penyebab mahasiswa ketergantungan belanja online shop?

## **1.4 Maksud dan Tujuan penelitian**

### **1.4.1 Maksud Penelitian**

Maksud penelitian ini untuk menjawab fokus penelitian yaitu: “Perilaku Mahasiswa ketergantungan belanja online shop studi fenomenologi pada mahasiswa di Universitas Langlangbuana”.

### **1.4.2 Tujuan Penelitian**

Aapun tujuan penelitian ini untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu:

1. Dapat mengetahui motif tujuan mahasiswa ketergantungan online shop.
2. Dapat mengetahui motif penyebab mahasiswa ketergantungan belanja online shop.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat akademis yaitu:

1. Dapat berguna bagi perkembangan Program Studi Ilmu Komunikasi pada umumnya.
2. Mengembangkan kajian Ilmu Komunikasi dalam komunikasi pengguna Online shop
3. Mengembangkan komunikasi antarpribadi diantara penjual online dan konsumen online shop

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memahami perkembangan mahasiswa yang berada pada tahap perkembangan remaja akhir, khususnya dalam bidang pribadi sosial yaitu mengenai hubungan antara kontrol diri terhadap perilaku ketergantungan belanja online pada mahasiswa. Selain itu dapat digunakan sebagai bahan untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada mahasiswa yang mengalami permasalahan yang berhubungan dengan kontrol diri yang rendah.

Hasil dari penelitian ini bisa digunakan dan dimanfaatkan oleh berbagai pihak, diantaranya:

- a. Bagi Peneliti Penelitian ini dapat digunakan sebagai menambah wawasan dan pengetahuan tentang perilaku ketergantungan maupun kontrol diri serta gambaran dari para mahasiswa yang belum memiliki kemampuan dalam mengambil keputusan yang tepat dalam berperilaku belanja online.
- b. Bagi Subjek Penelitian ini diharapkan dapat jika akan membeli produk-produk online sebaiknya harus bisa membedakan mana sesuatu hal bersifat kebutuhan dan yang bersifat keinginan, sehingga bisa mempertimbangkan berbagai hal yang menjadi pokok utama dalam melakukan aktivitas belanja online. Oleh sebab itu sikap berlebihan dan perilaku konsumtif dalam belanja online dapat diminimalisir.
- c. Bagi Lingkungan Masyarakat Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pandangan untuk menyikapi dengan bijak terhadap penawaran toko-toko online yang semakin banyak bermunculan di internet.