

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Fokus utama penelitian ini adalah peran hiperrealitas *online shop* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam berbelanja *online*. Untuk mendapatkan gambaran mendalam tentang hal tersebut, peneliti akan mengidentifikasi gambaran *online shop* menampilkan hiperrealitas pada produknya dalam rangka menarik perhatian konsumen, faktor-faktor yang memengaruhi mahasiswa dalam berperilaku konsumtif, serta upaya mereka dalam mengontrol perilaku konsumtifnya. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Desain penelitian ini dipilih karena pendekatan kualitatif lebih dapat menggambarkan situasi-situasi sosial lebih jelas sehingga dapat menggali dan mengeksplorasi masalah penelitian secara mendalam dan deskriptif. Hal ini didukung dengan Creswell (2012) yang menunjukkan bahwa:

Penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema umum, dan menafsirkan makna data. (hlm. 4)

Penggunaan metode studi kasus dalam penelitian ini karena ingin menyelidiki atau menginvestigasi secara langsung suatu peristiwa atau kasus yang aktual secara intensif dan rinci seperti fenomena hiperrealitas *online shop* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini sesuai dengan apa yang dilaporkan Stake (dalam Creswell, 2012) bahwa:

Studi kasus merupakan strategi penelitian di mana di dalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu. Kasus-kasus dibatasi oleh waktu dan aktivitas, dan peneliti mengumpulkan informasi secara lengkap dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan. (hlm. 20)

Alasan penggunaan metode studi kasus dalam penelitian ini karena dengan metode studi kasus penelitian juga akan lebih fokus pada beberapa partisipan

Elga Desmaryanti, 2018

ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DALAM HIPERREALITAS ONLINE SHOP

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

seperti mahasiswa yang berperilaku konsumtif, dengan itu diharapkan dapat menggali informasi dan fakta dengan lebih akurat

3.2 Partisipan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti hanya melibatkan mahasiswi perempuan, hal ini disebabkan bahwa perempuan dipandang lebih cenderung konsumtif dibandingkan laki-laki. Hal ini didukung dengan penelitian Taylor (dalam Andika, 2004) yang menunjukkan bahwa “Remaja perempuan lebih banyak membelanjakan uangnya daripada remaja laki-laki”. Senada dengan Reynold (dalam Andika, 2004) menyatakan bahwa “Perempuan lebih banyak membelanjakan uangnya daripada pria untuk keperluan penampilan seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, dan sepatu”. Sehingga, berdasarkan hal tersebut, peneliti memfokuskan penelitian ini pada mahasiswi yang ada di Kota Bandung.

Penentuan partisipan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga peneliti tidak melibatkan seluruh populasi yang terdapat pada lokasi penelitian untuk menjadi partisipan penelitian. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* karena peneliti memilih partisipan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan yaitu, (1) Mahasiswi, (2) Masih berstatus mahasiswa pada Perguruan Tinggi di Bandung, (3) Subjek Berumur 18-26 tahun, (4) Mendapatkan uang saku >Rp.1.500.0000,- ; dengan uang saku tersebut mampu melakukan tindakan konsumsi yang berakhir konsumtif, (5) Melakukan tindakan konsumsi secara *online* 3-5 kali dalam satu bulan, (6) Tinggal di kost-kostan, dan (7) Belum bekerja.

Berikut ini adalah tabel informan pokok dan informan pangkal dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Daftar Informan Pokok dan Informan Pangkal

No	Informan Pokok	No	Informan Pangkal
		1.	Pemilik <i>Online Shop</i>
1.	Mahasiswa yang Berperilaku Konsumtif	2.	Teman Sebaya dari Informan Pokok
		3.	Alim Ulama

Sumber: Diolah oleh Peneliti 2018

Dalam penelitian ini, sebelum peneliti menentukan informan pokok sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, peneliti melakukan survei terlebih dahulu melalui bantuan *google forms* pada beberapa perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta yang ada di kota Bandung. Alasan peneliti melakukan survei hanya pada beberapa perguruan tinggi dikarenakan ruang lingkup lokasi penelitian yang cukup besar dan keterbatasan waktu dan tenaga yang dimiliki peneliti.

Perguruan tinggi negeri yang peneliti pilih dalam survei awal yaitu Institut Teknologi Bandung (ITB) dan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Sedangkan perguruan tinggi swasta yang dipilih yaitu Universitas Kristen Maranatha dan Universitas Pasundan. Pemilihan beberapa universitas tersebut dilihat dari biaya kuliah setiap semesternya.

Diketahui bahwa biaya kuliah per semester di ITB untuk program reguler mencapai Rp 10 juta untuk non-SBM (Sekolah Bisnis dan Manajemen), untuk biaya pendidikan SBM mencapai Rp 20 juta. Sementara untuk program non-reguler mencapai Rp 40 juta per semester. Selanjutnya di UPI biaya Uang Kuliah Tunggal (UKT) mencapai Rp 9 juta per semester tergantung jurusan. (Puspitasari, 2017)

Pada perguruan tinggi swasta seperti Universitas Kristen Maranatha biaya kuliah berkisar dari Rp 7 juta – Rp 40 juta per semesternya, tergantung jurusan. Sementara pada Universitas Pasundan, Dana Penyelenggaraan Pendidikan (DPP) berkisar dari Rp 8 juta – Rp 20 juta per tahun.

Setelah melakukan survei awal, hasil menunjukkan bahwa pada dari keempat perguruan tinggi terdapat kecenderungan mahasiswanya dalam bertindak konsumtif dalam berbelanja secara *online*. Dalam satu bulan kecenderungan mereka melakukan berbelanja secara *online* sebanyak 4-5 kali dengan jumlah uang bulanan yang berkisar dari Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000. Sehingga peneliti menetapkan untuk mencari partisipan sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan pada mahasiswa di Institut Teknologi Bandung, Universitas Pendidikan Indonesia, Universitas Kristen Maranatha, dan Universitas Pasundan. Berikut ini daftar identitas informan pokok dalam penelitian ini yang telah dipilih dari hasil survei awal yang telah dilakukan:

Tabel 3.2
Identitas Informan Pokok

No	Nama Informan (Nama senada)	Usia	Asal Perguruan Tinggi	Uang Saku Bulanan	Intentitas Belanja <i>Online</i>	Besar Biaya
1	Annisa	19	UNPAS	2.000.000	5x	500.000
2	Erika	21	UNPAS	2.000.000	5x	600.000
3	Rini	21	ITB	2.500.000	6x	800.000
4	Nabila	24	ITB	2.500.000	5x	700.000
5	Lydia	20	ITB	3.000.000	5x	1.000.000
6	Silvy	26	UPI	3.000.000	10x	5.000.000
7	Rahmi	25	UPI	2.000.000	5x	800.000
8	Maya	19	UPI	3.000.000	4x	600.000
9	Cyntia	20	MARANATHA	2.500.000	6x	700.000
10	Riska	21	MARANATHA	2.000.000	5x	600.000

Sumber: Hasil Wawancara (2018)

Selanjutnya, informan pangkal dalam penelitian ini terdiri dari 19 orang yang terdiri dari 7 orang pemilik *online shop*, 10 teman sebaya dari mahasiswi konsumtif, dan 2 alim ulama. Informan pangkal yang peneliti pilih ini merupakan informan yang dapat membantu peneliti dalam memperkuat hasil penelitian yang peneliti dapat dari informan pokok. Informan pendukung peneliti pilih agar dapat memberikan informasi tambahan kepada peneliti agar hasil penelitian yang peneliti dapatkan di lapangan lebih akurat. Berikut ini daftar informan pangkal dalam penelitian ini:

Tabel 3.3

Identitas Informan Pangkal Pemilik *Online Shop*

No	Nama Informan (Nama senada)	Usia	Lama Usia <i>Online Shop</i>	Asal <i>Online Shop</i>
1	Hera	34	1 tahun	Batam
2	Tika	24	1,5 tahun	Bandung
3	Mika	27	5 tahun	Batam
4	Rifki	33	1 tahun	Jakarta
5	Hani	29	2 tahun	Jakarta
6	Fitri	30	1 tahun	Bandung
7	Lisa	27	1,5 tahun	Solo

Sumber: Hasil Wawancara (2018)

Tabel 3.4

Identitas Informan Pangkal Teman Sebaya dari Mahasiswi Konsumtif

No	Nama Informan (Nama senada)	Usia	Asal Kampus	Teman dari (Nama senada)
1	Putri	19	UNPAS	Annisa
2	Gita	21	UNPAS	Erika
3	Diana	21	ITB	Rini
4	Desi	23	ITB	Nabila
5	Ninis	19	ITB	Lydia
6	Febri	23	UPI	Silvy
7	Riri	24	UPI	Rahmi
8	Ayni	19	UPI	Maya
9	Citra	20	MARANATHA	Cyntia
10	Ica	22	MARANATHA	Riska

Sumber: Hasil Wawancara (2018)

Tabel 3.5

Identitas Informan Pangkal Ulama

No	Nama Informan (Nama senada)	Usia	Asal Daerah
1	Andi	40	Cianjur
3	Hedi	44	Jambi

Sumber: Hasil Wawancara (2018)

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Bandung, Jawa Barat. Alasan peneliti memilih kota Bandung dikarenakan kota ini identik sebagai tren *fashion* yang paling menonjol di Indonesia. Selain itu, dikarenakan banyaknya keberadaan kampus di perkotaan ini sehingga kecenderungan mahasiswa di Bandung untuk selalu mengikuti tren *fashion* yang selalu dinamis, sehingga mereka dapat membuat penampilan kesehariannya menjadi lebih modis. Hal ini dapat mendorong mahasiswa melakukan tindakan konsumsi produk *fashion* secara berlebihan untuk memenuhi kebutuhan penampilan mereka agar selalu terlihat modis dan mengikuti tren *fashion*. Tindakan konsumsi mereka juga didukung dengan hadirnya berbagai *online shop* produk *fashion* yang semakin memudahkan mereka dalam mencari kebutuhan fashionernya.

3.4 Pengumpulan Data

Data-data yang diambil dalam penelitian ini bersumber pada penelitian pustaka (*Library Research*) dan penelitian lapangan (*Field Research*). Alasan peneliti menggunakan pengumpulan data ini dikarenakan penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menekankan pada pengumpulan data secara deskriptif dan mendalam, sehingga dengan cara observasi, wawancara mendalam, studi dokumentasi dan studi literatur ini dapat membantu dan memudahkan peneliti menemukan dan mengumpulkan data yang berkaitan dengan tema penelitian yaitu peran hiperrealitas *online shop* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Bandung. Untuk memperoleh data-data lapangan tersebut peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

3.4.1 Observasi

Observasi yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara mengamati kuantitas partisipan penelitian berbelanja online dalam kurun waktu satu bulan. Peneliti juga akan mengamati tampilan-tampilan foto produk *fashion* dari pemilik *online shop*, apakah adanya bentuk hipperrealitas dari tampilan-tampilan tersebut. Selain itu, peneliti juga akan mengobservasi hasil testimoni dari konsumen yang berbelanja *online* melalui aplikasi shoppe yang merupakan salah satu *online market place*.

3.4.2 Wawancara Mendalam

Pada penelitian ini peneliti menggunakan wawancara mendalam untuk memperoleh data. Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara dilakukan secara terbuka dan terstruktur dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada para pemilik *online shop* dan mahasiswa yang berperilaku konsumtif di Bandung sehingga informasi yang dikumpulkan cukup lengkap dan mendalam dalam menjawab rumusan masalah penelitian.

3.4.3 Studi Dokumentasi

Dokumentasi bertujuan untuk memperkuat atau mempertanggung jawabkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan. Alasan peneliti menggunakan teknik dokumentasi dalam penelitian ini untuk pengumpulan data yaitu karena dokumentasi merupakan sumber data yang stabil, menunjukkan suatu fakta yang telah berlangsung dan mudah diperoleh. Dokumentasi yang akan dilakukan peneliti pada saat penelitian dengan menggunakan catatan-catatan penting ketika wawancara berlangsung, merekam proses wawancara dengan alat bantu *handphone*, melakukan foto dokumentasi bersama partisipan, dan mendokumentasikan bukti pembelian *online* yang dilakukan oleh partisipan penelitian. Hal ini dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang hiperealitas *online shop* pada perilaku konsumtif mahasiswa guna memperkuat dan melengkapi data yang belum diperoleh melalui teknik wawancara dan observasi.

3.4.4 Studi Literatur

Studi literatur berguna untuk menunjang data-data yang telah dikumpulkan dilapangan sehingga dapat dianalisis menggunakan studi literatur yang ada. Studi literature yang dilakukan dalam penelitian ini dengan mencari literatur seperti buku-buku bacaan, artikel, jurnal-jurnal, tesis, dan lain sebagainya yang mengandung teori mengenai perilaku konsumtif, hiperrealitas, *online shop*, dan lain-lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.5 Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi instrumen utamanya adalah peneliti sendiri. Karena itu saya sebagai instrumen harus memahami dan menguasai secara mendalam mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini serta tinjauan-tinjauan teori mengenai hiperrealitas dan perilaku konsumtif sehingga saya dapat layak dan mampu melakukan penelitian ini. Selain itu sebagai peneliti, saya harus menyiapkan bahan-bahan interview, seperti membuat butir-butir pertanyaan yang disusun secara terarah dan sesuai dengan pedoman wawancara agar dapat mengungkap peran hiperrealitas *online shop* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Bandung.

3.6 Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman sebagai analisis data. Berikut ini akan dipaparkan mengenai tiga hal utama dalam analisis data menurut Miles dan Huberman (dalam Idrus, 2009, hlm. 148) yang menunjukkan bahwa:

1. Tahap reduksi data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyerdehanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lapangan. Reduksi data yang akan dilakukan pada penelitian ini berupa pensortiran atau pemilihan data-data pokok dan penting mengenai peran hiperrealitas *online shop* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang didapatkan peneliti melalui proses wawancara, observasi, dan dokumentasi agar menjadi lebih fokus pada tujuan penelitian.

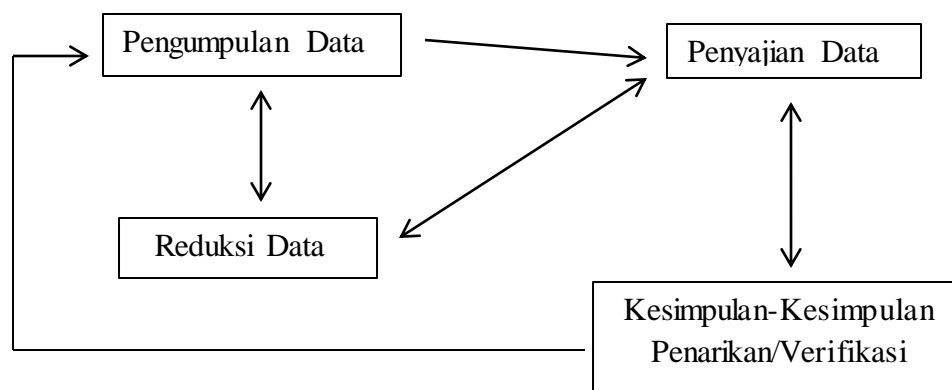
2. Tahap penyajian data

Penyajian data yang akan dilakukan dalam penelitian ini berupa hasil dari reduksi data yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga pada proses ini peneliti dapat menyajikan data dengan teks yang bersifat naratif ke dalam hasil penelitian dan dapat dianalisis menggunakan teori-teori perilaku konsumtif dan hiperrealitas sehingga dapat memungkinkan peneliti melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan.

3. Tahap penarikan kesimpulan/verifikasi

Verifikasi dan penarikan kesimpulan dimaknai penarikan arti dari data yang telah ditampilkan. Pemberian makna ini tentu saja sejauh pemahaman, analisis peneliti, dan interpretasi yang dibuatnya. Dalam penelitian ini, proses yang akan dilakukan mendorong peneliti untuk menarik kesimpulan dari hasil penelitian untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal, sehingga berguna untuk membuat hasil penelitian menjadi mudah dipahami dan mencapai tujuan penelitian. Berikut adalah gambar analisis data Miles dan Huberman:

Gambar 3.1 Analisis Data Miles dan Huberman



Sumber: Idrus (2009, hlm. 148)

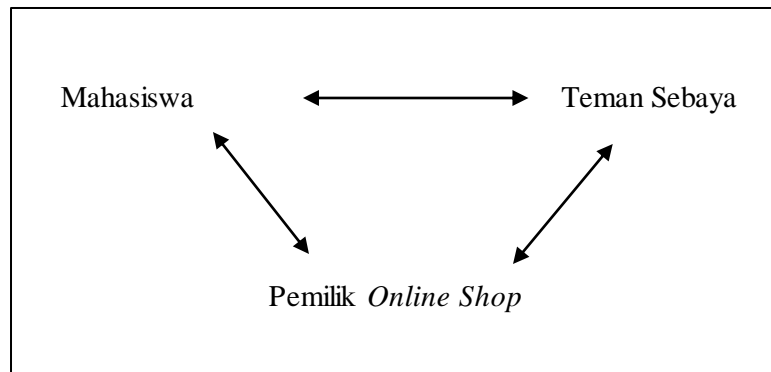
3.7 Uji Keabsahan Data

3.7.1 Teknik Triangulasi

1. Triangulasi Sumber Data

Triangulasi sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini dengan melakukan pengecekan melalui tiga sumber yaitu mahasiswa konsumtif, teman dekat dari mahasiswa konsumtif, dan pemilik *online shop*.

Gambar 3.2 Gambar Teknik Triangulasi Sumber Data



Sumber: Diolah oleh Peneliti 2018

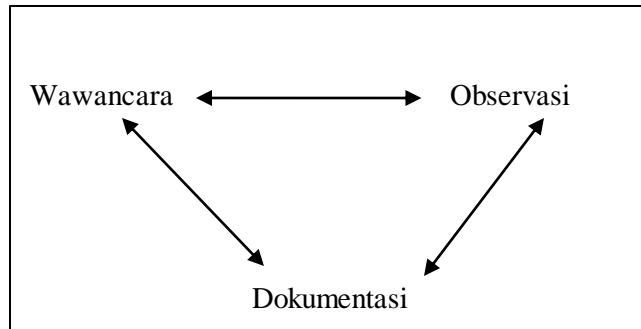
Berdasarkan gambar di atas dapat dijelaskan bahwa dalam triangulasi sumber data ini, peneliti mengecek data dari mahasiswa konsumtif, selanjutnya data diambil dari teman dekat dari mahasiswa konsumtif dan pemilik *online shop* agar mendapatkan keabsahan data yang berasal dari lapangan mengenai peran hiperrealitas *online shop* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota Bandung.

2. Triangulasi Pengumpulan Data

Triangulasi pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini dengan menguji keabsahan data melalui teknik yang dipakai dalam mencari data di lapangan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti akan melihat keabsahan data mengenai peran hiperrealitas *online shop* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Bandung dalam teknik pengumpulan data yang telah dilakukan.

Berikut ini, penulis gambarkan teknik triangulasi pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini:

Gambar 3.3 Gambar Teknik Triangulasi Pengumpulan Data



Sumber: Diolah oleh Peneliti 2018