

**MASYARAKAT HIPPER-REALITY
(Kajian Pola Konsumtif Remaja Desa Bajing Kulon
atas Handphone)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Komunikasi Islam (S.Kom. I.)

IAIN PURWOKERTO

**Oleh:
HANIATUL MUKAROMAH
NIM. 1123102010**

**JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2015**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Haniatul Mukaromah

NIM : 1123102010

Jenjang : S-1

Fakultas/Prodi : Dakwah / KPI

Judul Skripsi : Masyarakat Hipper-Reality (Pola Konsumtif Remaja Desa
Bajing Kulon atas Handphone

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, Desember 2015

Yang menyatakan,



Haniatul Mukaromah
1123102010



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

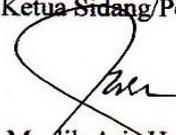
PENGESAHAN

Skripsi Berjudul:

**MASYARAKAT HIPPER-REALITY
(KAJIAN POLA KONSUMTIF REMAJA DESA BAJING KULON
ATAS HANDPHONE)**

yang disusun oleh Saudara: **Haniatul Mukaromah**, NIM. **1123102010** Prodi **Komunikasi Penyiaran Islam** Jurusan **Penyiaran Islam** Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, telah diujikan pada tanggal: **12 Januari 2016** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Komunikasi Islam (S.Kom.I)** pada sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing,


Dr. Muslih Aris Handayani, M.Si.
NIP 19740523 200501 1 002

Sekretaris Sidang/Penguji II,


Arsam, M.S.I.
NIP 19780812 200901 1 011

Penguji Utama,


IAIN PURWOKERTO
Uus Uswatussolihah, S.Ag, M.A.
NIP 19770304 200312 2 001

Mengetahui,

Dekan,



Drs. Zaenal Abidin, M.Pd.
NIP 19560507 198203 1 002

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan
Komunikasi Islam IAIN
Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Haniatul Mukaromah, NIM. 1123102010 yang berjudul :

MASYARAKAT HIPPER-REALITY

(Kajian Pola Konsumtif Remaja Desa Bajing Kulon atas Handphone)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Islam (S.Kom.I)

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 18 Desember 2015
Pembimbing



Dr. Muslih Aris Handayani, M.Si.
NIP. 19740523 200501 1 002

MASYARAKAT HIPPER REALITY
Kajian Pola Konsumtif Remaja Desa Bajing Kulon atas Handphone

HANIATUL MUKAROMAH
1123102010

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Terjadinya sebuah virus sosial yang disebabkan oleh jaringan realitas sosial telah mencapai tahap hipperrealitas, yaitu realitas yang melampaui alamnya sendiri, sehingga tidak ada lagi batas antara realitas dan fantasi, dimana remaja sudah melampaui aktivitasnya dalam dunia maya, dunia permainan. Masyarakat telah terjebak dalam sistem tanda, mereka tidak lagi mampu membedakan yang nyata dan imajiner. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa saat ini konsumsi yang dilakukan Remaja hanya memenuhi kebutuhan semu mereka. Berdasarkan latarbelakang di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut: Bagaimana Pola Perilaku Konsumtif Remaja Desa Bajing Kulon terhadap Teknologi Komunikasi dan Dampak Penggunaan Teknologi Komunikasi yang Konsumtif terhadap Kohesivitas Sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendiskripsikan pola perilaku konsumtif yang dilakukan oleh remaja terhadap teknologi komunikasi dan dampak penggunaan teknologi komunikasi yang konsumtif terhadap persatuan atau keintiman sosial. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, menggunakan metode Deskriptif. Remaja yang diteliti adalah remaja yang berperilaku konsumtif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja Desa Bajing Kulon berperilaku konsumtif lebih menitik beratkan pada persoalan barang atau produk yang bergengsi hanya untuk menunjang gaya hidup. Perilaku remaja dalam menggunakan Handphone lebih dari satu, sebagian besar tidak lain ingin memperoleh kepuasan tersendiri dengan membeli handphone yang terbaru, agar dapat memenuhi kebutuhannya serta rasa kepuasan. Handphone mampu meningkatkan *prestise* di hadapan teman-temannya dan menganggap handphone adalah *fashion*. Sedangkan dampak penggunaan handphone yang konsumtif, remaja Desa Bajing Kulon sudah mengalami persatuan sosial yang mulai memudar, remaja Desa Bajing Kulon juga kurang mempunyai rasa kepekaan terhadap masyarakat, remaja akan cenderung bersaing dengan remaja yang lain dan akan menimbulkan kecemburuan sosial dalam bergaul.

Kata Kunci: Hiperrealitas, Perilaku Konsumtif, Remaja.

MOTTO

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya. (QS. Al-Isro-27).



PERSEMBAHAN

Dengan segenap cinta, kasih, sayang, serta do'a karya sederhana ini penulis persembahkan untuk :

Bapak dan ibu tercinta, terima kasih atas ilmu, doa, bimbingan, pengorbanan dan keikhlasan yang terus dicurahkan kepada penulis.

Kau kirim aku kekuatan lewat untaian kata dan iringan do'a.

Kau besarkan aku dalam dekapan hangatmu

Cintamu hiasi jiwaku dan restumu temani kehidupanku

Sahabatku Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Purwokerto Tahun 2011

senasib,

seperjuangan dan sepenanggungan, terimakasih atas gelak tawa dan solidaritas yang luar biasa sehingga membuat hari-hari semasa kuliah lebih berarti. Semoga tidak ada lagi duka nestapa di dada tapi suka dan bahagia juga tawa dan canda.

Santri Pon. Pes Ath-thohiriyah, terkhusus untuk kamar Fatimatuzzahro yang selalu memberikan tambahan ilmu dan kebahagiaan untukku.

Untuk Anik Muyasyaroh, Zakia Rahmadani, QM Thanita, Eka Swastu Rohmah,

Amanatul Khudsiyah, Rizqi Amanah, Dwi Maelani, Kaka Ipar saya Joko Supriatin. Trimakasih atas semua kasih sayang dan pengorbananmu untukku.

Terakhir, untuk seseorang yang masih dalam misteri yang dijanjikan Ilahi yang siapapun itu, terimakasih telah menjadi baik dan bertahan di sana.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	b	Be
ت	Ta	t	Te
ث	ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	ḏal	ḏ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	Er
ز	Zak	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain ‘....	koma terbalik ke atas
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	Ki
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wawu	w	We
ه	Ha	h	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya	y	Ye

2. Vokal

1) Vokal tunggal (monoftong)

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
ـَ	fathāh	A	A
ـِ	Kasroh	I	I
ـُ	ḍammah	U	U

Contoh: كَتَبُ - kataba
فَعَلَ - fa'ala

يَذْهَبُ - yazhabu
سُئِلَ - su'ila

2) Vokal rangkap (diftong)

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـِي	fathāh dan ya	Ai	a dan i
ـُو	fathāh dan wawu	Au	a dan u

Contoh: كَيْفَ - kaifa

هَوْلٌ - haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـِيْ...ا...ا...	fathāh dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ـِيْ...	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
ـُو	ḍammah dan wawu	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

قِيلَ - qīla

رَمَى - ramā

يَقُولُ - yaqūlu

4. Ta Marbūḥah

Transliterasi untuk *ta marbūḥah* ada dua:

1) Ta marbūḥah hidup

ta marbūṭah yang hidup atau mendapatkan *ḥarakat fathah, kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah /t/.

- 2) *Ta marbūṭah* mati
Ta marbūṭah yang mati atau mendapat *ḥarakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.
- 3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h)

contoh:

روضة الأطفال	Rauḍah al-Aṭfāl
المدينة المنوره	al-Madīnah al-Munawwarah
طلحة	Talḥah

5. Syaddah (tasydīd)

Syaddah atau tasydīd yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah atau tanda tasydīd. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- 1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

القَلَمُ - al-qalamu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu, hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	أكل	Akala
Hamzah di tengah	تأخذون	ta'khuzūna
Hamzah di akhir	النَّوْء	an-nau'u

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh:

وان الله لهو خير الرازقين : *wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn*
فاوفوا الكيل والميزان : *fa aufū al-kaila wa al-mizana*



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan karunia, rahmat, pertolongan dan hidayahNya, sehingga karya sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam senantiasa kita sanjungkan pada beliau Nabiulloh, Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyyah menuju zaman yang penuh barokah ini. Rasa syukur yang tak ternilai tak lupa penulis haturkan untuk mengungkapkan kegembiraan karena telah mampu menyelesaikan penulisan skripsi di Tahun 2015 ini.

Penyusunan skripsi ini merupakan kewajiban penulis sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Islam di IAIN Purwokerto dan merupakan pembelajaran yang penting dalam studi saya. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Drs. Zaenal Abidin, M.Pd. selaku Dekan Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Purwokerto.
2. Muridan, M.Ag. selaku Kepala Jurusan Penyiaran Islam IAIN Purwokerto.
3. Farichatul Maftuchah, M.Ag. selaku penasehat akademik Prodi KPI angkatan 2011 IAIN Purwokerto.
4. Dr. Muslih Aris Handayani, M. Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan selama saya menyusun skripsi

5. Bapak Saryono selaku Kepala Desa Bajing Kulon yang telah memberikan ijin penelitian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak dan Ibu staf dan karyawan desa Bajing Kulon, Kroya, Cilacap yang telah membantu dan kerjasama yang baik demi kelancaran dalam kegiatan penelitian.
7. Remaja di desa Bajing Kulon, Kroya, Cilacap atas kerjasamanya dalam melancarkan kegiatan penelitian.
8. Para dosen/staf pengajar dan staf tata usaha di lingkungan IAIN Purwokerto, khususnya di Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
9. Orang tua tercinta, Kakak saya Anik Muyasyaroh, Adik Zakia yang telah memberikan dukungan moril dan materiil sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.
10. Teman – teman Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi khususnya Prodi KPI angkatan 2011 yang senantiasa memberikan dukungan dan masukan yang membangun.
11. Teman-teman Pon. Pes Ath-Thohiriyyah yang selalu memberikan semangat, khususnya Kamar Fatimatuz-Zahro & Kamar Nurul Qur'an tahun ajaran 2014/2015 yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penelitian ini. Atas bantuan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih. Semoga Allah SWT membalas jasa dan amal baik bapak, ibu,

saudara, dan sahabatsemua. Kemudian hanya kepada Allah SWT.penulis berdo'a semoga amal kebaikan dan keihlasan Bapak/Ibu/Saudara sekalian mendapatkan balasan yang berlipat ganda dan semoga ilmu yang penulis peroleh dari mereka dapat bermanfaat bagi agama, nusa dan bangsa. Amin.

Purwokerto, 18 Desember 2015

Hormat kami

Haniatul Mukaromah
NIM. 1123102010



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan	12
D. Manfaat Penelitian dan Signifikansi	13
E. Definisi Operasional	13
F. Tinjauan Pustaka	15
G. Kerangka Teori	19
H. Sistematika Penulisan	20

BAB II	HIPPERREALITAS PERILAKU KONSUMTIF	
	A. Hipperrealitas	22
	B. Perilaku Konsumtif	32
	C. Remaja	39
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis Penelitian	47
	B. Sumber Data	47
	C. Tempat Penelitian	48
	D. Subjek Penelitian	49
	E. Objek Penelitian	49
	F. Proses Penelitian	50
	G. Teknik Pengumpulan Data	54
	H. Teknik Analisis Data	58
BAB IV	HIPPERREALITAS REMAJA	
	A. Diskripsi Lokasi Penelitian	62
	B. Pemahaman dan Perilaku Remaja Desa Bajing Kulon Terhadap Handphone	69
	C. Fungsi Handphone Bagi Kehidupan Remaja	76
	D. Anomali Sosial Remaja terhadap Handphone	80
	E. Dampak Penggunaan Handphone yang Konsumtif terhadap Kohesivitas Sosial	96

IAIN PURWOKERTO

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	106
B. Saran-saran	108
C. Kata Penutup.....	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR LAMPIRAN

1. Dokumentasi Kegiatan Remaja
2. Hasil Wawancara
3. Surat Keterangan Informan
4. Surat Ijin Riset
5. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi
6. Surat Keterangan Lulus Seminar
7. Surat Keterangan Ujian Komprehensif
8. Blangko Bimbingan Skripsi
9. Sertifikat-sertifikat



IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, masyarakat sesungguhnya tidak sekedar disebut masyarakat modern, melainkan telah berkembang menjadi masyarakat post-modern. Masyarakat modern yang semula sering kali dikejutkan dengan kemampuan dunia industri yang mampu memproduksi berbagai komoditas dalam skala yang massal, ketika memasuki era post-modern ternyata tidaklah cukup puas hanya dengan perkembangan kuantitas produk dan jasa, karena apa yang mereka butuhkan ternyata telah makin berkembang, terutama berkaitan dengan perubahan gaya hidup dan cita rasa konsumen.

Gaya hidup biasanya tumbuh bersamaan dengan globalisasi, perkembangan pasar bebas, dan transformasi kapitalisme konsumsi. Melalui dukungan iklan, budaya populer, media massa, dan transformasi nilai modern yang dilakukan, kapitalisme konsumsi akan memoles gaya hidup dan membentuk masyarakat konsumen. Gaya hidup dan perilaku konsumtif ibaratnya adalah dua sisi mata uang yang menjadi habitat subur bagi perkembangan kapitalisme. Di masyarakat post-modern, tidak ada orang bergaya tanpa modal atau hanya mengandalkan simbol-simbol budaya. Seseorang dikatakan memiliki gaya hidup yang modern, ketika ia mengonsumsi dan memamerkan simbol-simbol ekonomi yang berkelas.

Ciri atau karakteristik yang menandai perkembangan masyarakat post-modern yang sering kali terperangkap ke dalam pusaran gaya hidup dan citra diri yaitu: *Pertama*, ketika budaya tontonan menjadi cara dan media bagi warga masyarakat mengekspresikan dirinya. *Kedua*, ketika di masyarakat tumbuh dan berkembang kelompok masyarakat pesolek yang lebih mementingkan penampilan diri daripada kualitas kompetensi yang sebenarnya. Ketika gelar lebih penting daripada pengetahuan atau ketika baju yang keren lebih penting daripada keahlian, maka di sanalah akan muncul masyarakat pesolek. *Ketiga*, estetisasi penampilan diri, yakni ketika gaya dan desain menjadi lebih penting daripada fungsi. Seseorang yang menempatkan dirinya kelas elite, niscaya akan rela merogoh uang untuk membeli barang *branded*. *Keempat*, penampakan luar atas *looksim*. Artinya, bila seseorang lebih baik dalam tampilan, maka orang itu cenderung akan dinilai sebagai orang yang lebih sukses dalam kehidupan daripada orang yang berpenampilan kumuh, kucel, dan jauh dari keren.

Ketika masyarakat berkembang dan memasuki era post-modern, maka yang terjadi sesungguhnya bukan hanya perubahan dalam pola interaksi sosial dan cara berkomunikasi yang dikembangkan masyarakat, tetapi juga perubahan sikap dan perilaku masyarakat menyikapi realitas sosial yang ada di sekitarnya. Realitas sosial, saat ini tidak lagi dipahami masyarakat sekedar sebagai objek atau hal-hal yang teramati, melewati atau melampaui realitas itu sendiri atau yang lazim disebut sebagai hiper-realitas (*hyper-reality*).

Menurut Jean Baudrillard, hiperrealitas adalah gejala bermunculnya berbagai realitas buatan yang bahkan lebih real daripada yang real.¹ Bukan hanya lebih real, hiperrealitas juga lebih ideal ataupun lebih baik dari yang aslinya.² Hiperrealitas merupakan virus sosial yang disebabkan jaringan realitas yang melampaui alamnya sendiri, sehingga tidak ada lagi batas antara realitas dan fantasi.³ Hiper-realitas merupakan model-model realitas, yang tidak ada referensinya pada realitas. Hiper-realitas tidak memiliki rujukan atau referensi pada realitas sebagaimana umumnya dunia representasi atau penandaan melainkan merujuk pada dirinya sendiri.

Jika era pramodern ditandai dengan logika pertukaran simbolis, era modern ditandai dengan logika produksi, maka kini tengah menjelang sebuah era baru, yakni era post-modern, yang ditandai dengan logika simulasi. Bersamaan dengan lahirnya era post-modern, menurut Baudrillard, prinsip-prinsip modernisme pun tengah menghadapi saat-saat kematiannya.⁴ Dengan kata lain masyarakat modern berkuat di seputar produksi dan konsumsi komoditas, sementara masyarakat post-modern berkuat di seputar simulasi dan permainan citra dan tanda, yang mengandalkan situasi di mana kode, model, dan tanda adalah bentuk-bentuk pengaturan dari tatanan sosial baru yang diatur simulasi.

¹ Selu Margaretha Khushendrawati, *Hipeerealitas dan Ruang Publik (Sebuah Analisis Cultural studies)*, (Jakarta: Penaku, 2011), hal.120-121

² Jean Baudrillard, *The Illusion of the End*, London.,dalam Selu Margaretha Khushendrawati, *Hipeerealitas dan Ruang Publik (Sebuah Analisis Cultural studies)*, (Jakarta: Penaku, 2011), hal. 121

³ Yasraf Amir Pilliang, *Dunia yang Dilipat (Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan)*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2004), hal. 163

⁴ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi (Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme)*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), Cet. 2, Hal. 199.

Namun Baudrillard sendiri sebetulnya tidak terlalu setuju jika post-modernitas diklaim merupakan sesuatu yang sepenuhnya baru.

Baudrillard menggambarkan kehidupan post-modern ini sebagai hiper-realitas.⁵ Media berhenti menjadi cerminan realitas, tetapi justru menjadi realitas itu sendiri atau bahkan lebih nyata dari realitas itu sendiri atau bahkan lebih nyata dari realitas itu sendiri. TV, surat kabar, tabloit yang semakin populer sebagai contoh yang baik karena kebohongan dan distorsi⁶ yang disajikan kepada pemirsa melebihi realitas. Kebohongan dan distorsi itu adalah hiper-realitas.

Bom informasi, yakni situasi di mana masyarakat seolah dibombardir dengan berbagai informasi yang terus berganti dan berkembang dalam berbagai wujud barunya, seperti video, televisi, film, komputer dan internet menyebabkan realitas sosial yang asli menjadi mati, dan memunculkan realitas yang baru, yang melampaui alam, sifat, atau tapal batas yang seharusnya tidak ia lewati. Kelebihan informasi yang terus menjajaki benak masyarakat dengan berbagai hal baru inilah yang kemudian justru menghancurkan objektivitas dan tujuannya sendiri, yang ujung-ujungnya menciptakan kondisi tentang matinya realitas. Perkembangan teknologi tidak terlepas dari masyarakat itu sendiri, sejak dari tahapan masyarakat agraris ke tahapan masyarakat industri.⁷

Perubahan paling mendasar di abad globalisasi ini adalah perubahan ke arah masyarakat konsumen yang menciptakan budaya konsumen dan gaya hidup

⁵ Jean Baudrillard, *Simulations*, (New York: Semiotext (e), 1983 dalam George Ritzer, *Teori Sosial Post-Modern*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004), Cet. 2, Hal. 383.

⁶ Distorsi menurut KBBI *Online* adalah pemutarbalikan suatu fakta, aturan atau penyimpangan untuk memperoleh keuntungan pribadi tidak jarang orang melakukan terhadap fakta yang ada.

⁷ Santoso S. Hamijoyo, *Komunikasi Partisipatoris, (Pemikiran dan Implementasi Komunikasi dalam Pengembangan Masyarakat*, (Bandung: Humaniora, 2005), Hal. 72.

konsumerisme. Di dalamnya terdapat sebuah konsep kapitalisme. Sebuah kondisi yang di dalamnya hampir seluruh energi dipusatkan bagi pelayanan hawa nafsu, nafsu kebendaan, kekayaan, kekuasaan, seksual, ketenaran, popularitas, kecantikan, kebugaran, keindahan, kesenangan sementara hanya menyisakan sedikit ruang bagi penajaman hati, penumbuhan kebijaksanaan, peningkatan kesalehan, dan pencerahan spiritual. Ada 3 Perspektif budaya konsumen, yakni:

1. Pandangan bahwa budaya konsumen di premiskan dari ekspansi produksi komoditas kapitalis yang memunculkan akumulasi besar-besaran budaya dalam bentuk barang-barang konsumen dan tempat belanja, tumbuh aktifitas bersenang-senang dan konsumsi dalam masyarakat.
2. Pandangan yang lebih sosiologis, kepuasan berasal dari benda-benda. Orang menggunakan benda-benda dalam rangka menciptakan ikatan-ikatan atau perbedaan masyarakat.
3. Adanya kesenangan emosional untuk konsumsi, mimpi-mimpi, dan keinginan yang ditampilkan dalam bentuk budaya konsumen dan tempat-tempat konsumsi tertentu yang memunculkan kenikmatan jasmaniah langsung serta kesenangan estetis.⁸

Kata “konsumtif” sering diartikan sama dengan kata "konsumerisme". Padahal kata yang terakhir ini mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Memang belum ada

⁸ Mike Feather Stone, *Posmodernisme & Budaya Konsumen*, Terj. M.Z. Elisabeth, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), Hal. 29-30.

definisi yang memuaskan tentang kata konsumtif ini. Namun konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Misalnya sebagai ilustrasi, seseorang memiliki penghasilan 1 juta rupiah. Orang tersebut membelanjakan 200 ribu rupiah dalam waktu tertentu untuk memenuhi kebutuhan pokoknya. Sisa 800ribu dibelanjakan HP karena HP yang dimilikinya untuk berkomunikasi sudah rusak. Dalam hal ini orang tadi belum disebut berperilaku konsumtif. Tapi apabila orang tersebut dibelanjakan untuk HP yang sebenarnya tidak dibutuhkan, maka dapat disebut berperilaku konsumtif.

Remaja merupakan sasaran empuk untuk memasarkan dan menjadikan konsumennya oleh para produsen. Saat ini remaja adalah korban produksi barang-barang bermerk dan yang sedang *booming* pada saat itu. Remaja-remaja saat ini tumbuh di masa tatkala merek dan kecanggihan teknologi merajalela. Mereka dibombardir dan diidentikan dengan nama-nama produk yang dicekokkan oleh strategi iklan mutakhir dan manipulatif. Mereka adalah kelompok yang mudah dieksploitasi iklan. Masa remaja merupakan periode peralihan antara masa kanak-kanak dan dewasa. Pada masa ini remaja di antaranya mulai mencari identitas diri, sehingga seseorang yang sedang berada dalam masa remaja akan sangat mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekelilingnya, baik itu yang positif maupun yang negatif. Hal itu cenderung terjadi karena kondisi emosi remaja yang tidak stabil dan cenderung sensitif terhadap semua hal yang berkaitan dengan pribadi dan permasalahan-

permasalahan dirinya. Seiring dengan perubahan tersebut, pada usia remaja terbentuk pola konsumsi yang dapat berkembang menjadi pola konsumtif. Seberapa besar kehidupan remaja dipengaruhi pemasaran dan promosi, sebagai pembeli produk dan sebagai anak-anak yang memperhatikan identitas diri dan menampilkan citra diri melalui merek yang digunakan. Identitas, citra diri, ambisi dan nilai-nilai anak muda telah diubah oleh kegilaan iklan yang melingkupi mereka.

Hidup dalam dunia konsumerisme tidak pandang umur, jenis kelamin ataupun status sosial. Remaja merupakan salah satu contoh yang paling banyak terkena dampak konsumerisme atau mudah terpengaruh gaya hidup konsumtif. Remaja melakukan pembelian secara berlebihan tanpa memperhatikan kebutuhannya melainkan untuk bisa diterima oleh lingkungannya, menaikkan gengsi, prestise dan untuk tampil beda dari lingkungannya.

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. Pergaulan remaja pria dan perempuan pun tidak sebebaskan sekarang, tidak boleh berpegangan tangan di tempat umum, remaja pria tidak bebas berkunjung ke rumah remaja perempuan, pergaulan remaja pria dan perempuan masih sangat tabu. Peranan keluarga dan orang tua sangat penting dalam pembentukan kepribadian. Namun, seiring perkembangan arus urbanisasi dan

penetrasi media, keunikan gaya hidup tadi semakin memudar. Bahkan kini sulit untuk membedakan identitas remaja desa dan kota bila hanya sekedar melihat gaya hidupnya saja. Setiap enam bulan sekali, industri mode mengeluarkan tawaran mereka mengenai apa yang akan paling terbaru saat enam bulan mendatang. Dan inilah yang berusaha untuk diikuti oleh kalangan remaja agar mereka tidak dianggap ketinggalan zaman. Julukan modis, trendy, kosmopolitan dianggap sebagai simbol bahwa seseorang lebih mengikuti perkembangan zaman. Dalam hal ini bagi remaja disimbolkan dengan gaya hidupnya yang sesuai dengan trend gaya hidup masa kini baik cara berpakaian, cara berbicara, selera terhadap musik atau hiburan. Jika dulu remaja perempuan maupun laki-laki di desa cara berpakaian, berbicara, tata krama serta bergaul dengan lawan jenis merujuk sesuai norma-norma setempat misalnya remaja putri selalu memakai kain atau rok, saat ini mungkin lebih sering memakai celana jeans, karena dianggap lebih praktis mendukung aktivitas di luar rumah, mereka bersikap sopan santun dan tabu bergaul dengan lawan jenis. Sedangkan pada remaja pria desa dahulu menggunakan celana panjang, sarung, berkopiah, juga bersopan santun dan menjaga pergaulan dengan lawan jenis. Namun sekarang karena pengaruh media dan kota cenderung terjadi perubahan gaya hidup di kalangan remaja desa dan itu terlihat dari gaya berpakaian, pergaulan yang sedang *trend* di kalangan remaja pedesaan. Perubahan gaya hidup Timur ke gaya hidup Barat yang mempengaruhi kalangan remaja melalui media, di mana sekarang remaja dapat mengetahui semua yang terjadi di bagian dunia lain dengan mudah. Dengan cara mengakses informasi dari media televisi dan menyaksikan gaya hidup yang dipertontonkan oleh kalangan selebriti

atau idola-idola remaja masa kini yang kerap kali menjadi simbol identitas atau identifikasi jati diri remaja masa kini. Perubahan gaya hidup pada remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut gaya hidup yang sedang in. Remaja dalam perkembangannya dan emosinya masih memandang bahwa atribut yang superfisial⁹ itu sama penting (bahkan lebih penting) dengan substansi. Apa yang dikenakan oleh seorang artis yang menjadi idola para remaja menjadi lebih penting (untuk ditiru) dibandingkan dengan kerja keras dan usaha yang dilakukan artis idolanya itu untuk sampai pada kepopulerannya.

Setiap orang memiliki kebutuhan hidupnya masing-masing. Kebutuhan itu berusaha untuk dipenuhinya dengan cara yang berbeda-beda. Ada yang memenuhi kebutuhannya secara wajar dan ada juga yang berlebihan dalam pemenuhan kebutuhannya. Hal tersebut menyebabkan orang-orang untuk berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif seperti ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat. Tidak hanya pada orang dewasa, perilaku konsumtif pun banyak melanda para remaja.

Remaja memang sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, antara lain karena karakteristik mereka yang labil, spesifik dan mudah dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam

⁹ Bisa juga disebut dengan yang tidak penting.

perilaku membeli yang tidak wajar. Membeli tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun membeli dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya.

Kemajuan teknologi telah membuat perkembangan media massa saat ini mengalami kemajuan pesat pula. Seperti teknologi-teknologi yang lain, HP juga memiliki dampak positif dan negatif. Bentuk HP yang simpel memberikan kemudahan untuk dibawa pergi kemana pun. Selain itu, aplikasi yang berada di dalamnya memberikan kemudahan bagi remaja untuk mengetahui dunia luar dengan cepat dan mempermudah komunikasi dengan teman. Aplikasi seperti *Black Berry Messenger* (BBM) dan *WhatsApp* memberikan tempat para remaja untuk mengekspresikan perasaan mereka dengan mudah, tanpa harus membuka saluran internet terlebih dahulu.

Selain itu HP juga memiliki sisi negatif bagi pengguna, terutama bagi remaja. HP dapat menjadikan remaja lebih bersifat individual. BBM dan *WhatsApp*, membuat remaja lebih senang berinteraksi dengan HP yang dimiliki. Hal ini akan memberikan efek yang negatif terhadap perkembangan sosialisasi remaja. Mereka akan melupakan bagaimana caranya bersosialisasi dengan baik. Remaja yang menggunakan HP biasanya akan lebih senang berinteraksi dengan teman-teman di dunia maya daripada berhadapan secara langsung. Sisi negatif lainnya, HP membuat remaja yang menggunakannya menjadi seorang pemalas. Hal ini dikarenakan mereka sudah menciptakan dunia mereka sendiri sehingga membuat remaja lupa waktu. Mereka mengatakan bahwa HP sering membuat

mereka lupa untuk mengerjakan tugas yang diberikan sekolah. Bahkan ketika berada di tengah pelajaran, tidak jarang para remaja mengambil kesempatan untuk bermain HP, meski hanya sekedar *update* status.

Remaja merupakan obyek yang menarik untuk diminati oleh para ahli pemasaran. Kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial bagi produsen karena remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya, lebih mudah terpengaruh teman sebaya dalam hal berperilaku dan biasanya lebih mementingkan gengsinya untuk membeli barang-barang bermerk agar mereka dianggap tidak ketinggalan zaman. Seiring pertumbuhan dan perkembangan teknologi yang begitu pesat dalam lingkungan masyarakat, telah memberikan kemudahan bagi remaja dalam memperoleh informasi, mengirim data, dan membangun relasi melalui media sosial serta kemudahan dalam berbagai aktifitas. Dengan keberadaan teknologi ini, terasa sangat memanjakan remaja dengan tawaran-tawaran menarik yang merasa sangat bergantung pada teknologi, sehingga keseharian kita hanya berhadapan dengan teknologi dan berinteraksi dengan teknologi tanpa mepedulikan sekeliling dan sekitar kita. Lingkungan sosial yang mencerminkan bahwa kita adalah makhluk sosial, diwujudkan dan dibangun hanya melalui teknologi, seperti penggunaan media sosial facebook, twiter, dan lain lain, bahkan ada yang sampai tidak mengenal tetangga dan orang-orang disekelilingnya. Ini adalah salah satu kemunduran dalam kehidupan bermasyarakat yang menjadi perhatian serius demi mewujudkan masyarakat yang toleran dan peduli satu sama lain dalam bermasyarakat.

Perilaku konsumtif remaja daerah pedesaan terhadap handphone menarik untuk diteliti mengingat remaja desa yang seharusnya memiliki jiwa sosial yang tinggi di masyarakat. Remaja pedesaan 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. Oleh karena itu, hal tersebut menarik untuk diangkat menjadi topik pembahasan dalam artikel karya ilmiah ini.

B. Rumusan Masalah

Dengan demikian, rumusan permasalahan yang dijadikan dasar penelitian ini dapat dikelompokkan ke dalam beberapa pertanyaan yang akan dijawab di dalam keseluruhan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pola perilaku konsumtif remaja desa Bajing Kulon terhadap teknologi komunikasi?
2. Bagaimana dampak penggunaan teknologi komunikasi yang konsumtif terhadap kohesifitas sosial?

C. Tujuan

Tujuannya adalah untuk mendiskripsikan pola perilaku konsumtif yang dilakukan oleh remaja terhadap teknologi komunikasi dan dampak penggunaan teknologi komunikasi yang konsumtif terhadap persatuan atau keintiman sosial.

D. Manfaat dan Signifikansi

Penelitian ini memiliki manfaat dan signifikansi yang ditinjau secara teoritis dan secara praktis. Di antara manfaat teoritis adalah:

1. Memperkaya kajian tentang hiperrealitas dan pola konsumtif dalam ranah ilmu komunikasi Islam
2. Menjadi rujukan bagi penelitian baru dengan tema atau metode yang sama.

Adapun manfaat penelitian ditinjau secara praktis, diantaranya adalah:

1. Menjelaskan kajian pola konsumtif agar menjadi konsumen yang baik.
2. Menjelaskan dampak yang terjadi akibat penggunaan teknologi komunikasi yang konsumtif terhadap persatuan sosial.

Signifikansinya adalah memberikan pandangan terhadap para remaja agar lebih memanfaatkan teknologi komunikasi dengan sangat baik dalam kehidupan yang penuh dengan tantangan globalisasi.

E. Definisi Operasional

1. Masyarakat

Masyarakat menurut Kamus besar bahasa indonesia *on-line* adalah sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama.¹⁰ Sedangkan masyarakat menurut Wikipedia adalah Masyarakat adalah sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup atau semi terbuka, dimana sebagian besar interaksi adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok

¹⁰ <http://kbbi.web.id/masyarakat>, diakses tanggal 23 Oktober 2014, pada pukul 09.00 WIB.

tersebut. Kata "masyarakat" sendiri berakar dari kata dalam bahasa Arab, musyarak. Lebih abstraknya, sebuah masyarakat adalah suatu jaringan hubungan-hubungan antar entitas-entitas. Masyarakat adalah sebuah komunitas yang interdependen (saling tergantung satu sama lain). Umumnya, istilah masyarakat digunakan untuk mengacu sekelompok orang yang hidup bersama dalam satu komunitas yang teratur.

2. Hipper-Reality

Menurut Jean Baudrillard, hiperrealitas adalah gejala bermunculnya berbagai realitas buatan yang bahkan lebih real daripada yang real.¹¹ Bagi Jean Baudrillard, hiperealitas mempertentangkan simulasi dan representasi. Simulasi bagi Baudrillard adalah simulakrum dalam pengertian khusus, yang disebutnya simulakrum sejati, dalam pengertian bahwa sesuatu tidak menduplikasi sesuatu yang lain sebagai model rujukannya, akan tetapi menduplikasi dirinya sendiri.

Dan bagi peneliti, *hiper-reality* yang dimaksud adalah terpengaruhnya masyarakat atas kemampuan media massa merekayasa fakta dan fiksi, realitas dan ilusi, kebenaran dan kepalsuan dalam rangkaian tanda.

3. Pola Konsumtif

Perilaku yang memiliki kecenderungan mengkonsumsi tanpa batas dan tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi.

¹¹ Selu Margaretha Khushendrawati, *Hipeerealitas dan Ruang Publik (Sebuah Analisis Cultural studies)*, (Jakarta: Penaku, 2011), hal.120-121.

4. Remaja

Masa remaja dapat ditinjau sejak mulainya seseorang menunjukkan tanda-tanda pubertas dan berlanjut hingga dicapainya kematangan seksual, telah mencapai tinggi badan secara maksimal.¹² Sedangkan masa remaja yang dipilih peneliti untuk melakukan penelitian adalah masa remaja akhir 18-22 tahun.

F. Tinjauan Pustaka

Berdasarkan riset yang saya lakukan di perpustakaan-perpustakaan, dan beberapa penelitian melalui internet yang saya temukan tentang penelitian perilaku konsumtif telah banyak dilakukan, seperti penelitian dilakukan oleh Joko Sulisty, Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, Tahun 2014, Dengan Judul Hubungan Antara Konformitas Terhadap Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja.¹³ Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara konformitas terhadap teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada remaja. Semakin tinggi tingkat konformitas terhadap teman sebaya pada remaja, maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah tingkat konformitas terhadap teman sebayanya maka semakin rendah pula perilaku

¹² Panut Panuju & Ida Umami, *Psikologi Remaja*, (Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya, 1999), Hal. 4.

¹³ <http://lib.ugm.ac>. diakses pada tanggal 6 september 2015, pada pukul 20.00 WIB.

konsumtif pada remaja. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa sumbangan yang diberikan oleh konformitas terhadap teman sebaya terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 7,1%. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa variabel-variabel lain di luar konformitas terhadap teman sebaya memberikan sumbangan sebesar 92,9% terhadap munculnya perilaku konsumtif.

Selain itu berdasarkan hasil analisis tambahan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan perilaku konsumtif berdasarkan jenis kelamin. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Khalida Lubiyana, Departemen Sosiologi, FISIP, Universitas Airlangga, dengan judul Eksposur Media Massa Televisi dan Internet sebagai Stimulant Perilaku Konsumsi (*Studi Deskriptif Gaya Hidup dan Masyarakat Konsumsi di Kalangan Remaja Putri di Surabaya*).¹⁴ Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam tentang pola konsumtif yang dilakukan oleh masyarakat terhadap Televisi dan Internet khususnya di kalangan remaja perempuan, dengan hasil Perilaku-perilaku konsumsi responden yang mereka lakukan karena terpengaruh dengan apa yang mereka dapatkan atau lihat melalui media massa sangat beragam. Mulai dari intensitas mereka dalam berbelanja, intensitas mengunjungi mall atau pusat perbelanjaan, merek yang mereka pilih dan tempat makan atau nongkrong yang biasa mereka kunjungi. dari paparan atau tayangan yang ada di dalam media massa tersebut, mayoritas responden menjadi semakin konsumtif dan hedonistic dalam melakukan perilaku konsumsinya. Untuk berbelanja memenuhi kebutuhan

¹⁴ <http://journal.unair.ac.id/>, diakses pada tanggal 18 Oktober 2014, pada pukul 12.00 WIB.

primernya seperti pakaian, sepatu, tas mereka cenderung ingin tampil untuk mengikuti perkembangan jaman serta merk dari pakaian tersebut.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Devi Anandita dengan judul Konsumsi Tanda pada *Fashion Hijab* (Deskripsi Konsumsi *Fashion Hijab* pada Anggota *Hijab Beauty Community*, Malang), Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Brawijaya Tahun 2014.¹⁵ Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana perempuan menjadi objek dalam pencitraan yang dilakukan oleh pembuat iklan, dengan hasil dapat disimpulkan bahwa para muslimah yang tergabung dalam komunitas *Hijab Beauty Community* (HBC) mengenakan hijab dengan gaya yang modis dan atraktif demi menampilkan bahwa muslimah kontemporer dapat tetap menjalankan ketentuan agamanya untuk berhijab, namun tetap dapat tampil modern dan *fashionable*. Lebih lanjut konsep *fashion hijab* yang diperkenalkan oleh para hijaber tersebut membawa pengaruh pada banyak muslimah di Indonesia. Dampak positif yang terlihat saat ini adalah banyak muslimah yang tadinya belum berhijab, kini semakin yakin menggunakan hijab yang merupakan identitas agamanya. Namun karena konsep yang ditawarkan kini adalah berhijab yang *fashionable*, maka tampilan yang mereka usahakan adalah berhijab mengikuti perkembangan *fashion*. Berdasarkan fakta tersebut, maka kemudian bukan lagi nilai guna dari hijab sebagai pakaian penutup yang menjadi pertimbangan mereka, melainkan lebih pada tanda dan prestise yang dibawa oleh pakaian (hijab).

¹⁵ <http://jmsos.studentjournal.ub.ac.id>, diakses pada 10 Maret 2015, pada pukul 11.00.

Penelitian selanjutnya Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Pengguna Perawatan Wajah Di Klinik Kecantikan Kota Surabaya (Kajian Simulakra, Simulasi dan Hiperealitas J.P Baudrillard) oleh NURUL HIDAYAH Jurnal Universitas Negeri Surabaya, dengan hasil Simulasi-simulasi itu membuat wanita indonesia yang pada dasarnya berkulit sawo matang tentu tidak dapat dikategorikan masuk pada standar kecantikan yang dibentuk oleh media. Oleh karena itu setiap wanita selalu menginginkan wajah yang putih dan bersih seperti yang divisualisasikan pada model – model iklan di televisi. Mahasiswi merupakan salah satu yang sangat terpengaruh imbas dari standar kecantikan tersebut. Hiperealitas yang terjadi adalah anggapan bahwa wajah cantik sangat berperan penting bagi mahasiswi untuk meningkatkan rasa percaya diri dalam bersosialisasi di lingkungan kampus maupun lingkungan sosialnya. Salah satu cara untuk menjadi cantik adalah melakukan perawatan kecantikan di klinik – klinik kecantikan. Pilihan mahasiswi melakukan perawatan wajah di klinik kecantikan adalah karena jaminan kesehatan karena setiap klinik memiliki dokter spesialis yang dapat memberitahu permasalahan – permasalahan pada kulit wajah, selain itu hasil dari perawatan di klinik kecantikan sangat cepat atau instan. Dalam waktu sebulan wajah dapat menjadi lebih putih dan bersih. Fenomena tersebut adalah Hypercare yaitu gejala upaya perawatan dan penyempurnaan daya kerja serta penampilan tubuh secara berlebihan lewat bantuan kemajuan teknologi kosmetik dan medis. Akan tetapi dampak yang terjadi pada adalah perilaku konsumtif yang dialami oleh mahasiswi karena perawatan di klinik kecantikan dapat menyebabkan ketergantungan. Jika produk

kosmetik dari klinik habis, maka konsumen harus segera membeli lagi dan melakukan perawatan lagi. Efek samping jika tidak melakukan perawatan lagi adalah kulit kembali kusam dan hitam bahkan akan muncul masalah – masalah kulit seperti jerawat. Biaya awal yang harus dikeluarkan untuk melakukan perawatan di klinik kecantikan adalah sebesar Rp. 500.000,- dan paling murah adalah Rp. 150.000,-. Setelah itu konsumen harus terus mengeluarkan biaya setiap bulannya atau setiap produk kosmetik seperti krim malam atau pagi. Bisnis usaha klinik kecantikan memang sedang berkembang pesat saat ini, hal tersebut dikarenakan kebutuhan wanita akan penampilan kini telah menjadi kebutuhan primer dan terjadi pergeseran nilai guna penggunaan perawatan kecantikan menjadi nilai tanda dan nilai simbol.

Secara spesifik kajian implementasi Hiper-Realitas, Pola Konsumtif, yang terjadi di kalangan remaja atas penggunaan Alat Komunikasi *Hand Phone* di desa Bajing Kulon Kecamatan Kroya, Kabupaten Cilacap menurut pengamatan dan penelusuran penyusun belum pernah dibahas dan ditelaah secara utuh dan terperinci.

G. Kerangka Teori

Pengetian teori menurut Marx dan Goodson¹⁶ ialah aturan yang menjelaskan proposisi atau seperangkat proposisi yang berkaitan dengan beberapa fenomena alamiah dan terdiri atas representasi simbolik. Fungsi dari teori diantaranya yaitu (1). mensistematisasikan penemuan-penemuan penelitian. (2). Menjadi pendorong untuk menyusun hipotesis dan dengan hipotesis

¹⁶ Lexi J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*, (Bandung: PT Rosdakarya, 2006), Hal. 57.

membimbing peneliti mencari jawaban (3). Membuat ramalan atas dasar penemuan dan (4). Menyajikan penjelasan dan dalam hal ini untuk menjawab pertanyaan ‘mengapa’. Teori bagi peneliti kualitatif akan berfungsi sebagai bekal untuk bisa memahami konteks sosial secara lebih luas dan mendalam. Dalam melakukan studi dan pembahasan tentang fetisisme komoditas dalam gaya hidup mahasiswa ini menggunakan pisau analisis teori kritis. Dalam penelitian ini akan mengkaji dengan menggunakan teori yang dikemukakan oleh Baudrillard tentang hipper-reality, teori perilaku konsumtif, dan teori remaja.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan sebuah kerangka atau pola pokok yang menentukan bentuk skripsi. Disamping itu, sistematika merupakan himpunan pokok yang menunjukkan setiap bagian dan hubungan antara bagian – bagian skripsi tersebut. Untuk mempermudah dalam penyusunan, maka skripsi ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

Pertama memuat bagian awal atau hal formalitas yang meliputi: Halaman Judul, Halaman Nota Pembimbing, Halaman Pernyataan Keaslian, Halaman Pengesahan, Halaman Motto, Halaman Persembahan, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, dan Daftar Lampiran.

Kedua memuat bagian inti terdiri dari lima bab antara lain :

Bab I Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan skripsi.

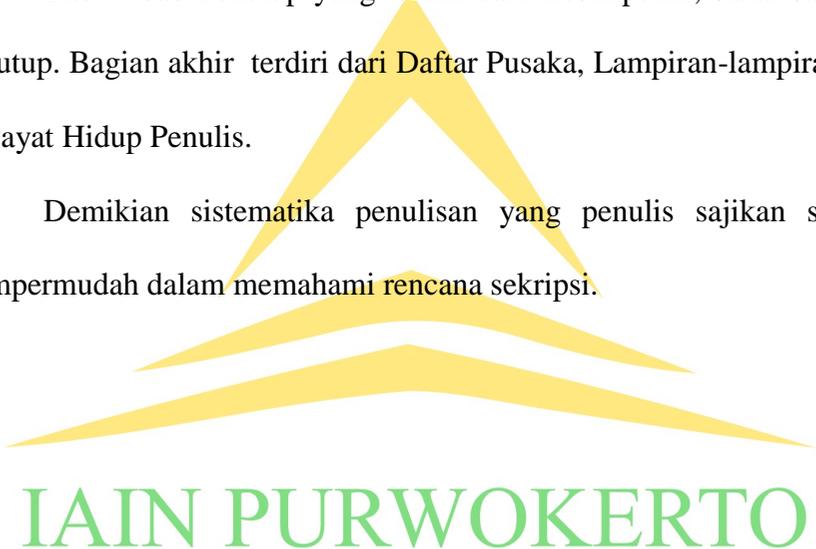
Bab II berisikan Landasan Teori, memuat kerangka pemikiran atau landasan teori yang memuat pengertian hiper-reality, perilaku konsumtif, dan remaja.

Bab III memuat metode penelitian meliputi jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV berisi tentang bab yang mengurai Hasil Penelitian yang meliputi Penyajian Data.

Bab V bab Penutup yang terdiri dari: kesimpulan, saran-saran, dan Kata Penutup. Bagian akhir terdiri dari Daftar Pusaka, Lampiran-lampiran, dan Daftar Riwayat Hidup Penulis.

Demikian sistematika penulisan yang penulis sajikan semoga dapat mempermudah dalam memahami rencana skripsi.



IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan mengenai masyarakat hyper-reality (pola konsumtif remaja desa Bajing kulon terhadap teknologi komunikasi), yang di lakukan di Desa Bajing Kulon, Kecamatan Kroya, Kabupaten Cilacap. Melalui teknik pengumpulan data dengan berbagai metode, kemudian mengolah dan menganalisis data sebagaimana telah peneliti paparkan pada bab – bab sebelumnya. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Aktivitas remaja media sosial untuk remaja putri, berdasarkan yang dikatakan responden adalah berbelanja, kehadiran handphone dengan fitur yang canggih mampu membuat remaja Desa Bajing Kulon tidak mementingkan nilai guna dalam suatu produk, melainkan hanya untuk terlihat modern di depan teman-teman sebayanya atau ingin diterima oleh teman sebayanya. Remaja lebih menitik beratkan pada persoalan barang atau produk yang bergengsi. Hal ini dapat dilihat dari ditempatkannya faktor *trend*, sebagai bahan pertimbangan dalam memutuskan untuk membeli suatu produk, hampir tidak memperhatikan masalah harga ataupun kebutuhan dan membuat remaja menjadi berperilaku konsumtif. Perilaku remaja dalam menggunakan Handphone lebih dari satu, sebagian besar tidak lain ingin memperoleh kepuasan tersendiri dengan membeli handphone yang terbaru, agar

dapat memenuhi kebutuhannya serta rasa kepuasan. Handphone mampu meningkatkan *prestise* di hadapan teman-temannya dan menganggap handphone adalah *fashion*. Remaja melakukan pembelian pulsa untuk beberapa kartu perdana yang digunakan, meskipun sebenarnya kegunaan dan fungsinya sama. Namun remaja memisahkan kegunaan dari masing-masing kartu perdana, untuk mempermudah penggunaan. Remaja Desa Bajing Kulon mengunjungi berbagai macam media sosial, dan memiliki banyak akun untuk beraktifitas di media sosial.

2. Remaja Desa Bajing Kulon sudah mengalami persatuan sosial yang mulai memudar, ditandai dengan saling acuh tak acuhnya remaja dalam bergotong royong dengan masyarakat, dan tidak adanya sosialisasi secara langsung dengan baik antara remaja dan masyarakat. Remaja Desa Bajing Kulon juga kurang mempunyai rasa kepekaan terhadap masyarakat, atau jiwa sosialnya dianggap masih kurang, dilihat dari kurangnya aktivitas organisasi yang diikuti oleh remaja, dan kurangnya aktifitas remaja saat adanya kegiatan kerja bakti di lingkungan masyarakat. Perilaku konsumtif remaja Desa Bajing Kulon juga sangat memperngaruhi status sosial yang ada, karena remaja akan cenderung bersaing dengan remaja yang lain dalam sebuah penampilan. Hal tersebut akan menimbulkan kecemburuan sosial dalam bergaul. Saat remaja tak bisa mengimbangi teman sebayanya saat bergaul, remaja justru tidak ingin keluar dari rumah, dan lebih senang menghabiskan waktunya sendiri di dalam rumah.

Terjadinya sebuah virus sosial yang disebabkan oleh jaringan realitas sosial telah mencapai tahap hipperrealitas, yaitu realitas yang melampaui alamnya sendiri, sehingga tidak ada lagi batas antara realitas dan fantasi, dimana remaja sudah melampaui aktivitasnya dalam dunia maya, dunia permainan. Remaja menjadi hiperrealitas karena telah menciptakan satu kondisi, yang didalamnya kepalsuan berbaur dengan keaslian, masa lalu berbaur dengan masa kini, fakta bersimpang siur dengan rekayasa, tanda melebur dengan realitas, dusta bersenyawa dengan kebenaran.

B. Saran – Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan tentang pola perilaku konsumtif remaja Desa Bajing Kulon dan kohesifitas remaja Desa Bajing Kulon, ada beberapa saran yang dapat penulis sampaikan agar diperhatikan kedepannya, antara lain :

1. Menumbuhkan kesadaran dalam diri remaja, mengapa mereka berperilaku konsumtif. Apakah perilaku itu benar-benar untuk memenuhi kebutuhan atautkah hanya sekedar untuk memenuhi keinginan dan kesenangan sesaat saja, remaja tidak harus berhemat, namun sikap rasional perlu di ambil dalam menghadapi kondisi pasar yang demikian. Remaja perlu membuang jauh-jauh sikap emosional dalam mengkonsumsi suatu produk.
2. Remaja menanamkan sikap percaya diri sejak dini dan tidak terlalu memfokuskan diri pada model yang sedang trend yang ditawarkan,

sehingga para remaja tidak menjadi boros dalam membelanjakan uang sakunya untuk membeli barang-barang yang hanya sebagai keinginan sesaat saja.

3. Dalam sebuah keluarga orang tua berperan sebagai contoh yang baik bagi anaknya dalam membeli atau mengonsumsi barang, dan mengontrol kegiatan konsumsi anak anaknya, dengan membatasi besarnya uang saku dan memberikan contoh untuk tidak berperilaku konsumtif.
4. Bagi peneliti apabila melakukan penelitian dengan judul atau tema sejenis hendaknya lebih dilakukan secara mendalam agar lebih mendapatkan hasil yang maksimal dan lengkap.

C. Kata Penutup

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Masyarakat Hipper-Reallity (Pola Konsumtif Remaja Desa Baging Kulon terhadap Teknologi Komunikasi)”.

Sebagai manusia biasa yang selalu mengalami kekurangan dan keterbatasan kemampuan penulis dalam penyusunan skripsi ini, maka penulis mengucapkan mohon maaf yang sebesar-besarnya. Saran dan kritik yang membangun dari semua pihak penulis harapkan, karena dari hal tersebut penulis bias berintrospeksi pada kekurangan atau keterbatasan yang nantinya dapat dijadikan sebagai acuan untuk maju dan lebih baik tak lepas dari

ketidaktepatan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu baik materiil maupun non materiil sejak awal hingga selesainya penulisan skripsi ini. Semoga kebaikan dan amalnya mendapat balasan dari Allah SWT. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Amin



DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Mohamad & Muhamad Asrori. Cet. 9. 2014. *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Amir Piliang, Yasraf. 1999. *Hiper-Realitas Kebudayaan*. Yogyakarta: LKIS.
- _____. 2012. *Semiotika dan Hipersemiotika: Gaya, Kode dan Matinya makna*. Bandung: Matahari.
- _____. 2003. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- _____. 2004. *Dunia Yang di Lipat: Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- _____. 2008. *Multiplisitas dan Deferensi: Redefinisi Desain, Teknologi dan Humanis*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Anggarsari, Rina E. 1997. "Hubungan Tingkat Religius dengan Perilaku Konsumtif", dalam *Jurnal Psikologika* No. 4 thn. II 1997. Dalam PDF.
- Baudrillard, J.P. 2011. *Masyarakat Konsumsi*. Terj. Wahyunto. Bantul : Kreasi Wacana. (Buku asli diterbitkan 1970).
- Desmita. 2010. *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Emzir. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Featherstone, M. 2005. *Posmodernisme Dan Budaya Konsumen*. Ter, M.Z. Elisabeth. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Hamijoyo, Santoso S. 2005. *Komunikasi Partisipatoris: Pemikiran dan Implementasi Komunikasi dalam Pengembangan Masyarakat*. Bandung: Humaniora.
- Hartanto, Budi. 2013. *Dunia Pasca-Manusia: Menjelajahi Tema-tema Kontemporer Filsafat Teknologi*. Depok: Kepik.
- <http://journal.unair.ac.id/>, diakses pada tanggal 18 Oktober 2014, pada pukul 12.00 WIB.
- <http://kbbi.web.id/masyarakat>, diakses tanggal 23 Oktober 2014, pada pukul 09.00 WIB.
- <http://lib.ui.ac.id/>, diakses pada tanggal 18 Oktober 2014, pada pukul 12.00 WIB.

<https://ibnuhasanhasibuan.wordpress.com>. Diakses pada tanggal 20 Juni 2015, pada pukul 12.00 WIB.

Hurlock, Elizabeth B. Ed. V. 1980. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.

Kushendrawati, Selu Margaretha. 2011. *Hiperrealitas dan Ruang Publik: Sebuah analisis cultural studies*. Jakarta: Penaku.

Lim, Francis. 2008. *Filsafat Teknologi: Don Ihde Tentang Dunia, Manusia, dan Alat*. Yogyakarta: Kanisius.

Moleong, Lexy. Cet. 30. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Panuju, Panut, & Ida Umami. 1999. *Psikologi Remaja*. Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya.

Papalia, Diane E, dkk. Bag. V s/d IX. Cet 9. 2008. *Human Development: Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana.

Ritzer, George. Cet. II. 2004. *Teori Sosial Postmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Ritzer, George., & Douglas J.Gooman. 2008. *Teori Sosiologi Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Silalahi, Ulber. Cet. 3. 2012. *Metodologi penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.

Suyanto, Bagong. Cet. II. 2014. *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana.

Uno, Hamzah B., & Nina Lamatenggo. Ed. 1. Cet. 2. 2011. *Teknologi Komunikasi & Informasi Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara.

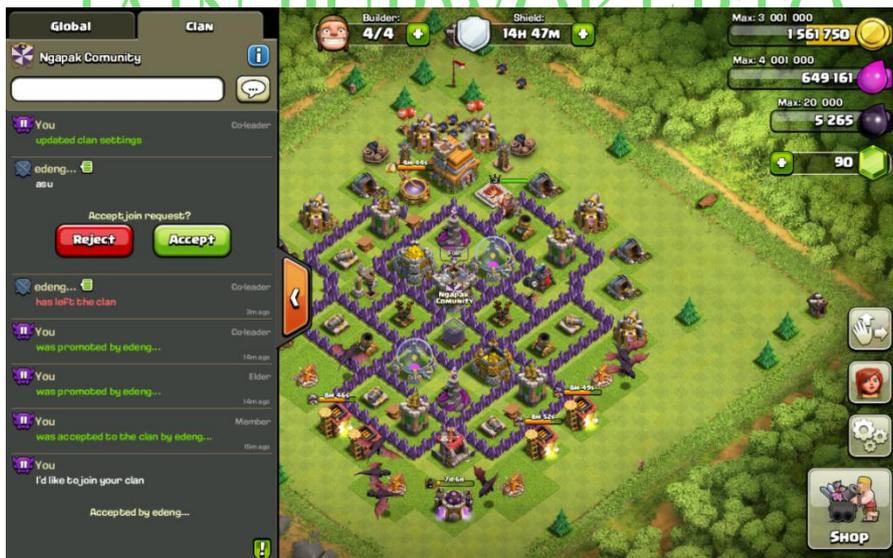
Yusuf Lubis, Akhyar. Cet. 2. 2014. *Postmodernisme: Teori dan Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.

Zulkifli L. Cet. 7. 2009. *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Aktifitas remaja di rumah



Komunitas game online remaja Desa Bajing Kulon



Remaja perilaku konsumtif



Komunitas Remaja Desa Bajing Kulon di Media sosial

A screenshot of a Facebook group page titled "Bajing Kulon Mania". The page shows a cover photo of a group of people, a search bar, and navigation tabs for "Diskusi", "Anggota", "Acara", "Foto", and "File". The main content area displays a post by "Heru Bnjr" with the text "Bocah ilang hadir" and a comment by "Nur Wening Istianingdyah" that says "Yang butuh penghasilan sampingan chat me 😊". The right sidebar shows "ANGGOTA" (527 Anggota) and "BUAT GRUP BARU". The bottom of the page shows "SARAN GRUP" with "Obrolan (95)".

Tidak terlihatnya remaja dalam kegiatan gotong royong pembuatan setapak



tidak terlihatnya remaja pada gotong royong pembuatan mushola

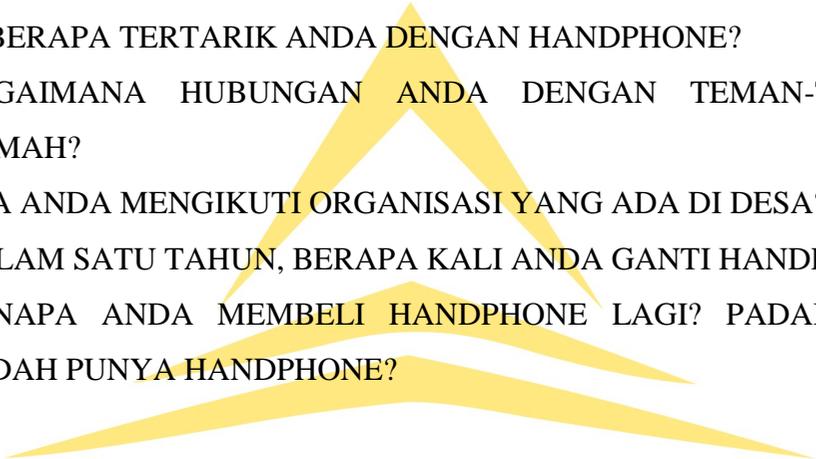


Tidak terlihatnya aktivitas remaja dalam pembuatan media karnaval



DAFTAR PERTANYAAN

1. APA YANG ANDA KETAHUI TENTANG HANDPHONE?
2. BERAPA JUMLAH HANDPHONE YANG ANDA MILIKI SAAT INI?
3. APA SAJA KEGUNAAN SARI MASING-MASING HANDPHONE YANG ANDA MILIKI?
4. BERAPA JUMLAH KARTU PERDANA YANG ANDA GUNAKAN?
5. BERAPA JUMLAH PULSA YANG HARUS ANDA KELUARKAN?
6. BERAPA WAKTU YANG ANDA GUNAKAN DALAM SEHARI UNTUK BERMAIN HANDPHONE?
7. SEBERAPA TERTARIK ANDA DENGAN HANDPHONE?
8. BAGAIMANA HUBUNGAN ANDA DENGAN TEMAN-TEMAN DI RUMAH?
9. APA ANDA MENGIKUTI ORGANISASI YANG ADA DI DESA?
10. DALAM SATU TAHUN, BERAPA KALI ANDA GANTI HANDPHONE?
11. KENAPA ANDA MEMBELI HANDPHONE LAGI? PADAHAL ANDA SUDAH PUNYA HANDPHONE?



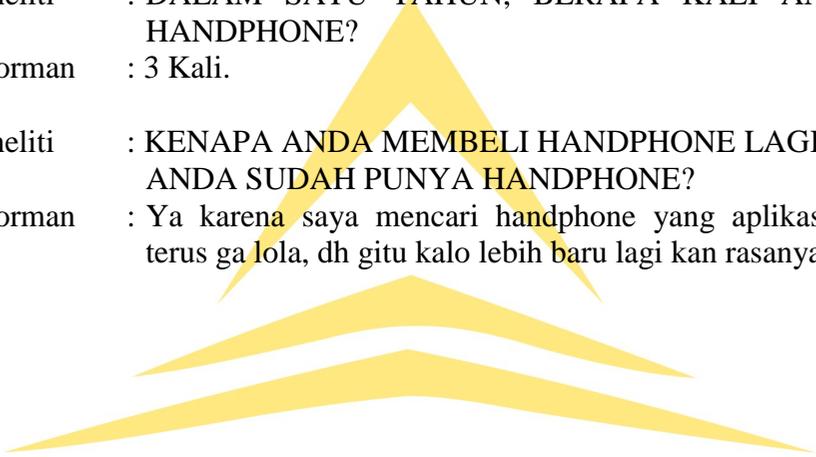
IAIN PURWOKERTO

INFORMAN 1

NAMA : JK
UMUR : 18 TAHUN/LAKI-LAKI

1. Peneliti : APA YANG ANDA KETAHUI TENTANG HANDPHONE?
Informan : Handphone itu buat nambah teman, berkenalan dengan teman yang lain, baik disengaja maupun yang tidak disengaja, karena kadang kalau ingin main bersama teman di rumah orang tua mempunyai bermacam-macam larangan, jadi saya lebih suka bermain media sosial. Membuat komunitas baru, baik itu bermain game, maupun grup untuk teman-teman sekolah dulu.
2. Peneliti : BERAPA JUMLAH HANDPHONE YANG ANDA MILIKI SAAT INI?
Informan : Saat ini saya memiliki 2 handphone.
3. Peneliti : APA SAJA KEGUNAAN SARI MASING-MASING HANDPHONE YANG ANDA MILIKI?
Informan : Handphone 1 buat internetan, baik game online, BBM, WA, maupun Facebook. Sedangkan yang 1 jarang dipakai. Samsung dan Samsung.
4. Peneliti : BERAPA JUMLAH KARTU PERDANA YANG ANDA GUNAKAN?
Informan : Kartu perdana yang saya gunakan tiga, satu kartu perdana saya gunakan untuk SMS atau telephone, sedangkan dua kartu perdana saya gunakan untuk internetan. Sebenarnya saya menyadari hal itu merupakan pemborosan, tapi karena banyak teman saya yang sudah tahu semua nomor saya, jadi sayang untuk menggantinya. Saya juga sering kesalahan dalam mendaftarkan paket internet ataupun telephone, yang menyebabkan saya harus membeli pulsa kembali agar pulsa selalu ada.
5. Peneliti : BERAPA JUMLAH PULSA YANG HARUS ANDA KELUARKAN?
Informan : Buat kartu yang dipake untuk SMS lima hari sekali pasti saya mengisinya, sedangkan yang dipake buat internetan saya langsung beli paket sekitar 60rb.
6. Peneliti : BERAPA WAKTU YANG ANDA GUNAKAN DALAM SEHARI UNTUK BERMAIN HANDPHONE?
Informan : 24 jam bisa non stop, berhenti kalau istirahat atau kalau handphone di charging.

7. Peneliti : SEBERAPA TERTARIK ANDA DENGAN HANDPHONE?
Informan : Ya tertarik, karena saat ini rasanya saya sering bosan sendiri, handphone bisa jadi teman. Kalau tidak ada handphone rasanya bingung mau ngapain. Dan saya lebih tertarik sama handphone yang aplikasinya banyak.
8. Peneliti : BAGAIMANA HUBUNGAN ANDA DENGAN TEMAN-TEMAN DI RUMAH?
Informan : Baik.
9. Peneliti : APA ANDA MENGIKUTI ORGANISASI YANG ADA DI DESA?
Informan : Tidak.
10. Peneliti : DALAM SATU TAHUN, BERAPA KALI ANDA GANTI HANDPHONE?
Informan : 3 Kali.
11. Peneliti : KENAPA ANDA MEMBELI HANDPHONE LAGI? PADAHAL ANDA SUDAH PUNYA HANDPHONE?
Informan : Ya karena saya mencari handphone yang aplikasinya banyak, terus ga lola, dh gitu kalo lebih baru lagi kan rasanya puas.



IAIN PURWOKERTO

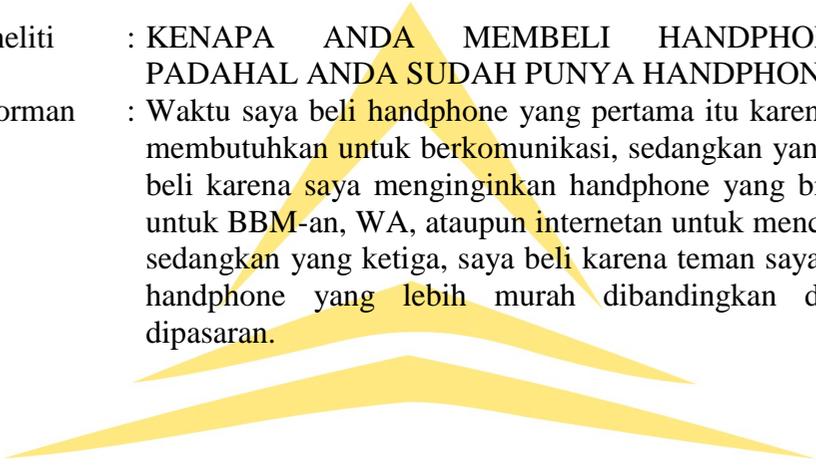
INFORMAN 2

Nama : EK

Umur : 20 tahun/P

1. Peneliti : APA YANG ANDA KETAHUI TENTANG HANDPHONE?
Informan : Handphone itu alat untk mencari banyak informasi dan merupakan fashion bagi saya. Saya sering mencari resep masakan lewat internet, ataupun mencari obat untuk menyembuhkan orang sakit. Handphone sering membantu saya dalam transaksi jual beli online, tanpa berfikir panjang saya sering melakukan pembelian lewat media sosial.
2. Peneliti : BERAPA JUMLAH HANDPHONE YANG ANDA MILIKI SAAT INI?
Informan : Saat ini saya memiliki tiga handphone.
3. Peneliti : APA SAJA KEGUNAAN SARI MASING-MASING HANDPHONE YANG ANDA MILIKI?
Informan : Handphone 1 buat internetan, baik game online, BBM, WA, maupun facebook, yang satu buat smsan atau telephone, Sedangkan yang 1 jarang dipakai.
4. Peneliti : BERAPA JUMLAH KARTU PERDANA YANG ANDA GUNAKAN?
Informan : 3 kartu perdana.
5. Peneliti : BERAPA JUMLAH PULSA YANG HARUS ANDA KELUARKAN?
Informan : satu bulan saya bisa habis 200 ribu untuk pulsa saja.
6. Peneliti : BERAPA WAKTU YANG ANDA GUNAKAN DALAM SEHARI UNTUK BERMAIN HANDPHONE?
Informan : 8 jam bisa non stop, berhenti kalau istirahat atau kalau handphone di charging. Saya senang mengunjungi media sosial, sehari saya bisa mengunjungi media sosial kira-kira sampai sepuluh kali.
7. Peneliti : SEBERAPA TERTARIK ANDA DENGAN HANDPHONE?
Informan : ya tertarik, karena handphone bisa jadi teman. Kalau tidak ada handphone rasanya bingung mau ngapain. Dan saya lebih tertarik sama handphone yang aplikasinya banyak.

8. Peneliti : BAGAIMANA HUBUNGAN ANDA DENGAN TEMAN-TEMAN DI RUMAH?
Informan : biasa-biasa saja, karena saat ini saya lebih sering menghabiskan waktu di dalam rumah dari pada di luar, karena kalau ke luar rumah sepi, ga ada yang bisa diajak kumpul.
9. Peneliti : APA ANDA MENGIKUTI ORGANISASI YANG ADA DI DESA?
Informan : ikut, tapi untuk saat ini sudah kurang aktif, bahkan sudah tidak aktif lagi.
10. Peneliti : DALAM SATU TAHUN, BERAPA KALI ANDA GANTI HANDPHONE?
Informan : 4 Kali.
11. Peneliti : KENAPA ANDA MEMBELI HANDPHONE LAGI? PADAHAL ANDA SUDAH PUNYA HANDPHONE?
Informan : Waktu saya beli handphone yang pertama itu karena saya sangat membutuhkan untuk berkomunikasi, sedangkan yang kedua, saya beli karena saya menginginkan handphone yang bisa digunakan untuk BBM-an, WA, ataupun internetan untuk mencari informasi, sedangkan yang ketiga, saya beli karena teman saya menawarkan handphone yang lebih murah dibandingkan dengan harga dipasaran.



IAIN PURWOKERTO

INFORMAN 3

NAMA : AG
UMUR : 22 TAHUN/LAKI-LAKI

1. Peneliti : APA YANG ANDA KETAHUI TENTANG HANDPHONE?
Informan : handphone menurut saya adalah alat yang digunakan untuk hiburan, seperti main game. Walaupun handphone pada umumnya digunakan untuk komunikasi dengan orang lain, tapi bagi saya tidak terlalu, karena saya jarang menggunakan handphone untuk berkomunikasi dengan yang lain, paling cuma bermain game saja.
2. Peneliti : BERAPA JUMLAH HANDPHONE YANG ANDA MILIKI SAAT INI?
Informan : Saat ini saya memiliki 2 handphone.
3. Peneliti : APA SAJA KEGUNAAN SARI MASING-MASING HANDPHONE YANG ANDA MILIKI?
Informan : semua handphone saya, saya gunakan untuk bermain game, tapi yang satu sering nganggur.
4. Peneliti : BERAPA JUMLAH KARTU PERDANA YANG ANDA GUNAKAN?
Informan : 2 Kartu perdana.
5. Peneliti : BERAPA JUMLAH PULSA YANG HARUS ANDA KELUARKAN?
Informan : satu bulan saya bisa habis 100 ribu untuk pulsa saja.
6. Peneliti : BERAPA WAKTU YANG ANDA GUNAKAN DALAM SEHARI UNTUK BERMAIN HANDPHONE?
Informan : 12 jam kira-kira.
7. Peneliti : SEBERAPA TERTARIK ANDA DENGAN HANDPHONE?
Informan : biasa saja.
8. Peneliti : BAGAIMANA HUBUNGAN ANDA DENGAN TEMAN-TEMAN DI RUMAH?
Informan : Baik.
9. Peneliti : APA ANDA MENGIKUTI ORGANISASI YANG ADA DI DESA?
Informan : Tidak.

10. Peneliti : DALAM SATU TAHUN, BERAPA KALI ANDA GANTI
HANDPHONE?
Informan : 3 Kali.
11. Peneliti : KENAPA ANDA MEMBELI HANDPHONE LAGI? PADAHAL
ANDA SUDAH PUNYA HANDPHONE?
Informan : hp yang kedua itu saya beli karena hp yang pertama sudah mulai
kurang lancar lagi buat main game.

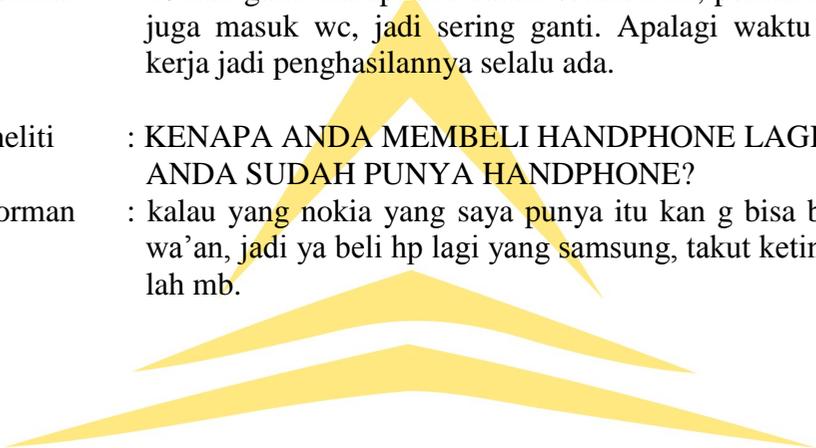


INFORMAN 4

NAMA : PJ
UMUR : 20 TAHUN

1. Peneliti : APA YANG ANDA KETAHUI TENTANG HANDPHONE?
Informan : Menurut saya handphone adalah alat untuk berkomunikasi dengan teman-teman, selain itu juga rasanya kalau ga pake handphone yang mengikuti jaman, rasanya malu. Karena kadang kalau ada yang pakai handphone yang masih ketinggalan jaman sering di cemooh teman-temannya, gensi kalo saya dianggep ga bisa beli.
2. Peneliti : BERAPA JUMLAH HANDPHONE YANG ANDA MILIKI SAAT INI?
Informan : Saat ini saya memiliki 3 handphone.
3. Peneliti : APA SAJA KEGUNAAN SARI MASING-MASING HANDPHONE YANG ANDA MILIKI?
Informan : Semua handphone saya, saya gunakan untuk mencari hiburan, mencari informasi. Bisa melalui FB, atau melakukan pembelian online. Tapi untuk handphone yang ga bisa buat internetan, itu saya gunakan untuk komunikasi dengan keluarga.
4. Peneliti : BERAPA JUMLAH KARTU PERDANA YANG ANDA GUNAKAN?
Informan : 3 Kartu perdana.
5. Peneliti : BERAPA JUMLAH PULSA YANG HARUS ANDA KELUARKAN?
Informan : satu bulan saya bisa habis 200 ribu untuk pulsa saja.
6. Peneliti : BERAPA WAKTU YANG ANDA GUNAKAN DALAM SEHARI UNTUK BERMAIN HANDPHONE?
Informan : Saya bisa menghabiskan waktu 24 jam non stop, kecuali kalo batre low, atau saat istirahat. Itupun kadang meskipun lagi di Charging, tetep aja dimainin.
7. Peneliti : SEBERAPA TERTARIK ANDA DENGAN HANDPHONE?
Informan : sangat tertarik, karena saat ini kalau tidak ada handphone rasanya sudah sepi, dan ga ada teman. Hampir semua orang saat ini punya handphone, kalau saya ga punya kan rasanya iri, apalagi saat ini jamannya sudah pake bbm atau media sosial yang lain, sms juga sudah jarang, palah hampir ga pernah.

8. Peneliti : BAGAIMANA HUBUNGAN ANDA DENGAN TEMAN-TEMAN DI RUMAH?
Informan : kurang akrab mb, palah jarang kenal dengan orang rumah, paling cuma tau-tau ja tapi kurang paham namanya, tapi kalau itu teman kecil ya kenal, hanya dah jarang main sekarang. Tapi kadang kalau ada yang lagi main game online bareng-bareng, ya saya ikut nimbrung.
9. Peneliti : APA ANDA MENGIKUTI ORGANISASI YANG ADA DI DESA?
Informan : Tidak.
10. Peneliti : DALAM SATU TAHUN, BERAPA KALI ANDA GANTI HANDPHONE?
Informan : 10 kali ganti handphone dalam setahun ini, pernah hilang, pernah juga masuk wc, jadi sering ganti. Apalagi waktu itu saya lagi kerja jadi penghasilannya selalu ada.
11. Peneliti : KENAPA ANDA MEMBELI HANDPHONE LAGI? PADAHAL ANDA SUDAH PUNYA HANDPHONE?
Informan : kalau yang nokia yang saya punya itu kan g bisa buat BBM atau wa'an, jadi ya beli hp lagi yang Samsung, takut ketinggalan jaman lah mb.



IAIN PURWOKERTO

INFORMAN 5

NAMA : IK
UMUR : 18 TAHUN

1. Peneliti : APA YANG ANDA KETAHUI TENTANG HANDPHONE?
Informan : alat komunikasi sama cari informasi atau tukar informasi dengan teman. Baik melalui *Twitter, Facebook, Instagram, WA*, ataupun yang lain. Selain itu handphone juga bisa digunakan untuk melakukan *Game Online*.
2. Peneliti : BERAPA JUMLAH HANDPHONE YANG ANDA MILIKI SAAT INI?
Informan : Saat ini saya memiliki 2 handphone.
3. Peneliti : APA SAJA KEGUNAAN SARI MASING-MASING HANDPHONE YANG ANDA MILIKI?
Informan : handphone 1 buat smsan atau telfonan sedangkan yang 1 jarang dipakai, tapi kadang kalau lagi butuh ya buat internetan.
4. Peneliti : BERAPA JUMLAH KARTU PERDANA YANG ANDA GUNAKAN?
Informan : 2 Kartu perdana.
5. Peneliti : BERAPA JUMLAH PULSA YANG HARUS ANDA KELUARKAN?
Informan : satu bulan saya bisa habis 150 ribu untuk pulsa saja.
6. Peneliti : BERAPA WAKTU YANG ANDA GUNAKAN DALAM SEHARI UNTUK BERMAIN HANDPHONE?
Informan : Saya bisa menghabiskan waktu 24 jam non stop, kecuali kalo batre low, atau saat istirahat. Itupun kadang meskipun lagi di Charging, tetep aja dimainin.
7. Peneliti : SEBERAPA TERTARIK ANDA DENGAN HANDPHONE?
Informan : tertarik, karena bisa jadi temen saat sendirian. Soalnya sekarang mau main apalagi mb, tiap harinya saya menghabiskan waktu di dalam rumah.
8. Peneliti : BAGAIMANA HUBUNGAN ANDA DENGAN TEMAN-TEMAN DI RUMAH?
Informan : kalau sekarang menurut saya masing baik, hanya saja sudah jarang kumpul seperti dulu.
9. Peneliti : APA ANDA MENGIKUTI ORGANISASI YANG ADA DI DESA?

- Informan : Tidak.
10. Peneliti : DALAM SATU TAHUN, BERAPA KALI ANDA GANTI HANDPHONE?
Informan : 3 kali ganti handphone dalam setahun ini.
11. Peneliti : KENAPA ANDA MEMBELI HANDPHONE LAGI? PADAHAL ANDA SUDAH PUNYA HANDPHONE?
Informan : handphone yang kedua itu karena saya pengen punya handphone yang bisa buat bbm atau wa, soalnya sekarang temen-temen rata-rata sudah pakai semua, jadi kalau ga pakai rasanya ada yang kurang.



INFORMAN 6

NAMA : LA
UMUR : 19 TAHUN

1. Peneliti : APA YANG ANDA KETAHUI TENTANG HANDPHONE?
Informan : Menurut saya handphone adalah alat untuk berkomunikasi dengan teman-teman. Handphone telah membuat komunikasi lebih mudah tanpa harus menghabiskan banyak waktu untuk mengabarkan atau menginformasikan sesuatu kepada teman-teman, dan juga menghemat biaya. Selain itu handphone juga digunakan sebagai hiburan, bermain game online, maupun permainan yang lain.
2. Peneliti : BERAPA JUMLAH HANDPHONE YANG ANDA MILIKI SAAT INI?
Informan : Saat ini saya memiliki 2 handphone.
3. Peneliti : APA SAJA KEGUNAAN SARI MASING-MASING HANDPHONE YANG ANDA MILIKI?
Informan : handphone 1 buat internetan, BBM, WA, maupun Facebook. Sedangkan yang 1 jarang dipakai.
4. Peneliti : BERAPA JUMLAH KARTU PERDANA YANG ANDA GUNAKAN?
Informan : 3 Kartu perdana.
5. Peneliti : BERAPA JUMLAH PULSA YANG HARUS ANDA KELUARKAN?
Informan : Dalam satu minggu saya selalu mengisi pulsa untuk pulsa M3 saya 10.000, sedangkan untuk pulsa 3 saya beli paketan yang 1 Giga 25.000, sedangkan untuk Telkomsel juga 25.000, jadi kira-kira saya habis 60.000 dalam satu minggu.
6. Peneliti : BERAPA WAKTU YANG ANDA GUNAKAN DALAM SEHARI UNTUK BERMAIN HANDPHONE?
Informan : 9 jam kira-kira.
7. Peneliti : SEBERAPA TERTARIK ANDA DENGAN HANDPHONE?
Informan : Ya tertarik, karena handphone bisa jadi teman. Kalau tidak ada handphone rasanya bingung mau ngapain. Dan saya lebih tertarik sama handphone yang aplikasinya banyak.

8. Peneliti : BAGAIMANA HUBUNGAN ANDA DENGAN TEMAN-TEMAN DI RUMAH?
Informan : Biasa-biasa saja, karena saat ini saya lebih sering menghabiskan waktu di dalam rumah dari pada di luar, karena kalau ke luar rumah sepi, ga ada yang bisa diajak kumpul.
9. Peneliti : APA ANDA MENGIKUTI ORGANISASI YANG ADA DI DESA?
Informan : Tidak.
10. Peneliti : DALAM SATU TAHUN, BERAPA KALI ANDA GANTI HANDPHONE?
Informan : Selama setahun ini, saya sudah ganti Handphone sebanyak delapan kali, ada yang karena jatuh atau rusak, dan ada juga yang merasa Handphone yang dulu sudah jelek, sudah terlalu lama, ataupun sudah pengen ganti karena tertarik dengan Handphone keluaran terbaru. Saat ini saya hanya punya Tiga Handphone, yang satu saya gunakan untuk smsan atau telephon, yang satunya lagi saya gunakan untuk internetan, sedangkan yang satunya lagi saya jarang menggunakannya, paling digunakan untuk berfoto atau menyimpan file yang lain. Saya berganti Handphone karena untuk mengikuti apa yang teman saya gunakan.
11. Peneliti : KENAPA ANDA MEMBELI HANDPHONE LAGI? PADAHAL ANDA SUDAH PUNYA HANDPHONE?
Informan : waktu saya beli hp yang kedua itu karena saya pengen punya hp yang bisa buat BBM, wa ataupun aplikasinya banyak. Tapi untuk handphone yang ketiga itu karena teman saya datang menawarkan hp yang lebih bagus lagi dan harganya lebih murah dari harga pasaran. Jadi saya memutuskan untuk membeli hp lagi.

INFORMAN 7

NAMA : AN
UMUR : 18 TAHUN

1. Peneliti : APA YANG ANDA KETAHUI TENTANG HANDPHONE?
Informan : Kalau menurut saya, handphone adalah alat yang bisa dijadikan untuk berkomunikasi dengan banyak orang di luar sana, dan juga bisa digunakan untuk mendapatkan pulsa gratis selain dari orang tua, karena kadang saat kita *Update Status* lagi ga ada pulsa, kebetulan ada pulsa masuk yang kadang saya ga tahu itu pulsa dari siapa.
2. Peneliti : BERAPA JUMLAH HANDPHONE YANG ANDA MILIKI SAAT INI?
Informan : Saat ini saya memiliki 2 handphone.
3. Peneliti : APA SAJA KEGUNAAN SARI MASING-MASING HANDPHONE YANG ANDA MILIKI?
Informan : handphone 1 buat internetan, BBM, WA, maupun facebook. Sedangkan yang 1 jarang dipakai.
4. Peneliti : BERAPA JUMLAH KARTU PERDANA YANG ANDA GUNAKAN?
Informan : Kartu perdana yang saya punya ada tiga, satu kartu saya gunakan untuk SMS atau telephone, satu lagi untuk internetan, sedangkan kartu yang lainnya saya gunakan untuk menghubungi keluarga di luar negeri.
5. Peneliti : BERAPA JUMLAH PULSA YANG HARUS ANDA KELUARKAN?
Informan : Untuk kartu yang saya gunakan untuk SMS atau telephone, dalam tiga hari sekali saya membeli pulsa 5000 rupiah, sedangkan untuk yang internetan 5 hari sekali 10000 rupiah, kalau yang biasa digunakan untuk menghubungi keluarga di luar negeri lebih sering diisikan oleh keluarga.
6. Peneliti : BERAPA WAKTU YANG ANDA GUNAKAN DALAM SEHARI UNTUK BERMAIN HANDPHONE?
Informan : 9 jam kira-kira.
7. Peneliti : SEBERAPA TERTARIK ANDA DENGAN HANDPHONE?
Informan : ya tertarik, karena handphone bisa jadi teman. Kalau tidak ada handphone rasanya bingung mau ngapain. Dan saya lebih tertarik sama handphone yang aplikasinya banyak.

8. Peneliti : BAGAIMANA HUBUNGAN ANDA DENGAN TEMAN-TEMAN DI RUMAH?
Informan : Di rumah hubungan saya dengan teman-teman baik, kadang masih kumpul untuk bareng-bareng membicarakan kabar apa yang terjadi yang saya tahu.
9. Peneliti : APA ANDA MENGIKUTI ORGANISASI YANG ADA DI DESA?
Informan : Tidak.
10. Peneliti : DALAM SATU TAHUN, BERAPA KALI ANDA GANTI HANDPHONE?
Informan : Selama setahun ini, saya sudah ganti Handphone sebanyak delapan kali, ada yang karena jatuh atau rusak, dan ada juga yang merasa Handphone yang dulu sudah jelek, sudah terlalu lama, ataupun sudah pengen ganti karena tertarik dengan Handphone keluaran terbaru. Saat ini saya hanya punya Tiga Handphone, yang satu saya gunakan untuk smsan atau telephon, yang satunya lagi saya gunakan untuk internetan, sedangkan yang satunya lagi saya jarang menggunakannya, paling digunakan untuk berfoto atau menyimpan file yang lain. Saya berganti Handphone karena untuk mengikuti apa yang teman saya gunakan.
11. Peneliti : KENAPA ANDA MEMBELI HANDPHONE LAGI? PADAHAL ANDA SUDAH PUNYA HANDPHONE?
Informan : Kalau pegang handphone yang bagus kan rasanya PD, apalagi kalau ketemu dengan komunitas-komunitas yang dari orang-orang kaya, jadi saya tenang aja kalau pada ngliatin handphone-nya. Punya saya juga bagus, meski ada yang lebih bagus lagi. Apalagi kalau liat ada model yang lebih baru, rasanya kepingin punya, tapi kadang uangnya yang susah. Waktu saya beli hp yang kedua itu karena saya pengen punya hp yang bisa buat BBM, WA ataupun aplikasinya banyak. Tapi untuk handphone yang ketiga itu karena teman saya datang menawarkan hp yang lebih bagus lagi dan harganya lebih murah dari harga pasaran. Jadi saya memutuskan untuk membeli hp lagi.

INFORMAN 8

NAMA : GB

UMUR : 18 Tahun/LK

1. Peneliti : APA YANG ANDA KETAHUI TENTANG HANDPHONE?
Informan : Menurut saya, handphone mampu membuat saya lebih terkenal, mudah bergaul, mudah dikenal karena saat ini kita bisa berkenalan dengan mudah melalui media sosial.
2. Peneliti : BERAPA JUMLAH HANDPHONE YANG ANDA MILIKI SAAT INI?
Informan : Saat ini saya memiliki 2 handphone.
3. Peneliti : APA SAJA KEGUNAAN SARI MASING-MASING HANDPHONE YANG ANDA MILIKI?
Informan : handphone 1 buat internetan, BBM, WA, maupun facebook. Sedangkan yang 1 jarang dipakai.
4. Peneliti : BERAPA JUMLAH KARTU PERDANA YANG ANDA GUNAKAN?
Informan : Kartu perdana yang saya punya ada tiga, satu kartu saya gunakan untuk sms atau telephone, satu lagi untuk internetan, sedangkan kartu yang lainnya saya gunakan untuk menghubungi keluarga di luar negeri.
5. Peneliti : BERAPA JUMLAH PULSA YANG HARUS ANDA KELUARKAN?
Informan : Untuk kartu yang saya gunakan untuk smsan atau telephone, dalam tiga hari sekali saya membeli pulsa 5000 rupiah, sedangkan untuk yang internetan 5 hari sekali 10000 rupiah, kalau yang biasa digunakan untuk menghubungi keluarga di luar negeri lebih sering diisikan oleh keluarga.
6. Peneliti : BERAPA WAKTU YANG ANDA GUNAKAN DALAM SEHARI UNTUK BERMAIN HANDPHONE?
Informan : 9 jam kira-kira.
7. Peneliti : SEBERAPA TERTARIK ANDA DENGAN HANDPHONE?
Informan : ya tertarik, karena handphone bisa jadi teman. Kalau tidak ada handphone rasanya bingung mau ngapain. Dan saya lebih tertarik sama handphone yang aplikasinya banyak.

8. Peneliti : BAGAIMANA HUBUNGAN ANDA DENGAN TEMAN-TEMAN DI RUMAH?
Informan : Di rumah hubungan saya dengan teman-teman baik. Tapi saya lebih sering ngobrol sama orang yang sama-sama menggunakan media sosial dibandingkan dengan yang tidak menggunakan. Kalau ngobrol sama yang ga sama-sama aktif di media sosial, tiap ngobrol rasanya bingung, akhirnya saya diam saja, saya lebih senang ngobrol sama sesama pengguna media sosial.
9. Peneliti : APA ANDA MENGIKUTI ORGANISASI YANG ADA DI DESA?
Informan : Tidak.
10. Peneliti : DALAM SATU TAHUN, BERAPA KALI ANDA GANTI HANDPHONE?
Informan : Selama setahun ini, saya sudah ganti Handphone sebanyak 4 kali.
11. Peneliti : KENAPA ANDA MEMBELI HANDPHONE LAGI? PADAHAL ANDA SUDAH PUNYA HANDPHONE?
Informan : Awal-awalnya saya hanya ikut-ikutan teman, jadi katika teman sedang main ini, saya ikut, ataupun main *game* yang lain saya juga ikut. Soalnya biar ga ketinggalan informasi. Kadang kalau melihat postingan teman mengenai barang baru yang dia miliki saya juga tertarik ingin memilikinya, ingin punya yang semacam itu, apalagi kalau di *twitter* artis-artis itu sering mengupload barang mereka, rasanya senang saja lihat barang-barang bagus, tapi untuk barang yang membuat saya tertarik hanya barang semacam elektronik saja.

IAIN PURWOKERTO