**BAB 1**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Konteks Penelitian**

Semakin berkembangnya zaman, tidak hanya teknologi saja yang mengalami perubahan. Banyak aspek-aspek kehidupan yang mulai menyusul perkembangan teknologi tersebut. Begitu pula manusia sebagai makhluk sosial yang senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya, ia selalu memiliki rasa ingin tahu dan rasa itulah yang memaksa manusia untuk berkomunikasi. Komunikasi merupakan hal yang tak lepas dari kehidupan manusia sehari-hari. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal maupun yang tidak dikenal sama sekali. Komunikasi memiliki peran yang sangat vital bagi kehidupan manusia, karena itu kita harus memberikan perhatian yang seksama terhadap komunikasi, khususnya teori komunikasi.

Seseorang selalu berupaya mamahami setiap peristiwa yang dialaminya. Orang memberikan makna terhadap apa yang terjadi di dalam dirinya sendiri atau lingkungan sekitarnya. Terkadang makna yang diberikan itu sangat jelas dan mudah dipahami orang lain, namun terkadang makna itu buram, tidak dapat dipahami dan bahkan bertentangan dengan makna sebelumnya. Dengan memahami teori komunikasi, maka seseorang dapat menafsirkan peristiwa secara lebih fleksibel dan bermanfaat.

Teknologi komunikasi yang semakin maju dan berkembang menumbuhkan berbagai pengaruh bagi penggunanya. Teknologi bagai bermata dua yang memberikan kelebihan dan kekurangan. Masyarakat dituntut untuk lebih mampu memanfaatkan teknologi sesuai dengan fungsinya. Internet merupakan bentuk dari perkembangan teknologi yang saat ini sudah menjadi kebutuhan bagi sebagian kalangan. Perubahan zaman yang mengharuskan pengetahuan teknologi dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh semua pihak.

 Perubahan teknologi komunikasi yang sangat cepat dan mengglobal telah memberikan perubahan secara signfikan. Jaringan social internet juga dapat mempengaruhi tingkat kebutuhan konsumen dalam kehidupannya. Berbagai cara dilakukan konsumen untuk tetap eksis di lingkungannya mulai dari cara belajar, memilih teman, cara berpenampilan, cara memilih hiburan hingga cara mereka mengekspresikan kreativitas. Seseorang mengekspresikan dirinya dengan mencari informasi terkait dengan tatanan kehidupannya dengan menggunakan teknologi internet. Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan dalam gaya hidup seseorang. Internet mengenalkan berbagai informasi mulai dari jejaring social, berita, video, foto hingga berbelanja.

 Kondisi lingkungan yang mendukung konsumen untuk mengakses berbagai bentuk inovasi atau perubahan yang ada di lingkungan sekitar akibat adanya internet. Internet memberikan berbagai fasilitas yang sangat memudahkan penggunanya untuk mengakses beragam informasi yang diinginkan sehingga para pengguna internet dimanjakan oleh beragam fasilitas tersebut.beragam fasilitas yang disajikan oleh internet memberikan warna baru dalam segi belanja.

Setiap orang pada dasarnya menggunakan teori yang digunakan untuk memandu orang memahami berbagai hal dan memberikan keputusan mengenai tindakan apa yang harus dilakukan. Teori selalu berubah dari waktu ke waktu. Perubahan teori terjadi ketika orang menemukan hal baru atau mendapatkan perspektif baru. Salah satu contohnya seperti trend online shop.

Online shop merupakan sebuah sistem terbaru dalam berbelanja yang sekarang banyak di pilih oleh konsumen karena mudah dan cepat dalam proses transaksinya. Bagi konsumen yang ingin memenuhi kebutuhan tetapi tidak karena sibuk dengan aktifitas yang menyita waktu. Semakin online shop ini menjadi booming karena semua website online menggunakan sistem belanja online untuk lebih menarik minat para calon konsumen.

 Perubahan cara belanja dengan menggunakan online shop sedikit banyak menggeser nilai social yang semula jika bertransaksi di pasar menggunakan komunikasi secara verbal dalam bertransaksi, sebaliknya jika berbelanja melalui online shop proses bertransaksinya hanya melalui jaringan internet tanpa bertatap muka sehingga tidak adanya proses tawar menawar atau berkomunikasi verbal. Online shop sama halnya dengan pasar tradisional atau modern yang ada di dunia nyata namun perbedaannya hanyalah pada cara bertransaksi atau proses jual belinya dengan menggunakan jaringan internet. Para pengguna jasa jual beli online ini dapat dengan mudah melihat pilihan barang dan harga yang akan dibelinya. Keunggulan pembelian secara online ini prosesnya dapat dengan mudah dilakukan cukup dengan membuka akun online shop dengan sambungan jaringan internet.

 Media social sebagai jalur distribusi baru untuk mengambangkan usaha semakin lama semakin terasa di kehidupan sehari-hari. Setelah facebook dan twitter menjadi tempat favorit para pengusaha untuk menawarkan bisnis mereka, kini Instagram menjadi jalur baru bagi para pengusaha tersebut untuk memasarkan bisnisnya.

 Instagram pada perkembangannya menjadi sahabat terbaik bagi para pemilik online shop untuk pemasaran produk yang mereka miliki. Istilah sista-sita instagram menjadi istilah sehari-hari yang tidak lagi asing. Bahkan banyak orang-orang yang di sekitar kita memilih untuk berbelanja di instagram dibanding di social media lain. Salah satu akun instagram online shop yang menawarkan music merchendise band indie bandung yaitu moderngod merch.

Sandhy septiandi wardana adalah nama pemilik online shop modern god merch, berawal dari dasar hobi mengoleksi rilisan fisik seperti cd kaset dan hobi mengoleksi merch band local dan internasional, Sandhy memulai usaha dengan merilis merch band local yang kemudian mulai serius dalam bisnis rilis merch band, melihat potensi dari industry music local yang di kota Bandung, kemudiam Sandhy mencoba untuk mengdu peruntungan di industry ini, lama kelamaan Sandhy pun mulai sering mengajukan storenya untuk menjadi distributor dari record label local maupun internasional, sehingga sampai sekarang modern god merch tidak hanya merilis merch dari band local saja tapi menjadi distributor dari beberapa record luar seperti deathwish inc, southern lord dan beberapa merch produsen lainnya. Sandhy memulai usaha ini mulai dari tahun 2012 dan masih bertahan sampai saat ini, dan memiliki official store di jalan buah batu nomor 279 kota Bandung. Harapan Sandhy dalam bisnis ini tidak hanya melalui bisnis melainkan untuk mendongkrak potensi band-band indie / underground agar dapat survive di jalur yang mereka jalani, hal ini dapat di lihat dari support modern god merch terhadap gigs ataupun event independent yang sering ada di kota Bandung khususnya. Semoga pergerakan music di Indonesia dapat menjadi salah satu industry kreatif yang dapat memberikan keuntungan secara finansial maupun social.

Berdasarkan fenomena dan pemaparan diatas, maka peneliti berminat untuk mendalami dan meneliti lebih lanjut mengenai kasus tersebut dengan judul **“FENOMENA ONLINE SHOP MODERN GOD MERCH PADA KALANGAN REMAJA DI KOTA BANDUNG”.**

**1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian mengindentifikasi yang akan menjadi pokok masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana pola hidup online shop modern god merch pada kalangan remaja di kota bandung.
2. Bagaimana motif online shop modern god merch pada kalangan remaja di kota bandung.
3. Bagaimana perilaku online shop modern god merch pada kalangan remaja di kota bandung.

**1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pola hidup online shop modern god merch pada kalangan remaja di kota bandung.
2. Untuk mengetahui motif online shop modern god merch pada kalangan remaja di kota bandung.
3. Untuk mengetahui perilaku online shop modern god merch pada kalangan remaja di kota bandung.

**1.4 Kegunaan Teoritis dan Kegunaan Praktis**

Beberapa kegunaan yang sekiranya dapat diperoleh dari pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan manfaat bagi penggunaan pendekatan dan teori yang digunakan dalam penelitian ini, dengan menggunakan pendekatan fenomenologis, sehingga dalam bidang ilmu komunikasi pendekatan yang berkaitan dengan penelitian ini dapat dilihat dan tersampaikan kepada pembaca kegunaanya. Bagi penelitian-penelitian yang relevan selanjutnya dapat dijadikan sebagai studi perbandingan dan dapat mengaplikasikan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian mengenai fenomonologi.

**1.4.1 Kegunaan Praktis**

1. Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai ilmu komunikasi khususnya bidang jurnalistik sebagai bahan perbandingan antara teori dengan penerapannya atau praktiknya.
2. Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai online shop modern god merch pada kalangan remaja di kota bandung.

**1.4.2 Kegunaan Teoritis**

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan konstribusi dalam menambah wawasan serta pengetahuan dan mengaplikasikan ilmu komunikasi, khususnya tentang fenomena online shop modern god merch pada kalangan remaja di kota bandung.
2. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah kepustakaan ilmu komunikasi terutama bidang jurnalistik, serta meningkatkan informasi dan memperluas pengetahuan bagi pihak yang berkepentingan mengenai materi yang diteliti.

**1.5 Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi sebagai kerangka pemikiran yang akan menjadi tolak ukur dalam membahas dan memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini.

Istilah fenomenologi mengacu pada sebuah benda, kejadian atau kondisi yang dilihat. Oleh karena itu, fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung. Dengan demikian, fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok sebuah realitas. Fenomenologi berarti membiarkan segala sesuatu menjadi jelas sebagaimana adanya. Sebagai aliran filsafat, objek fenomenologi tidak dibatasi dalam satu bidang kajian data. Tujuannya adalah untuk mencari pemahaman hakiki sehingga diperlukan pembahasan yang mendalam.

Fenomenologi memulai segala sesuatu dengan diam, yakni sebagai tindakan untuk mengungkap makna sesuatu yang diteliti. **Kuswarno** dalam buku yang berjudul **Fenomenologi** memaparkan bahwa :

**Fenomenologi bertujuan untuk mengetahui dunia dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung atau berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia itu sendiri. Fenomenologi juga tidak diawali serta tidak bertujuan untuk menguji sebuah teori. (2009:35)**

Pendapat tersebut cukup memberi gambaran bahwa fenomenologi berusaha mendalami pemahaman informan terhadap fenomena yang muncul sesuai kesadarannya. Artinya oleh kaum fenomenologis menekankan aspek subjektif perilaku manusia yang dilakukan secara sadar. Dengan demikian fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang ditelitinya. Mereka berusaha untuk masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa, sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari.

 Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkontruksi makna dan kosep-konsep penting dalam kerangka “intersubjektif”.

 Para perilaku tindakan sosial oleh **Schutz** dinamakan sebagai “aktor” memiliki makna subjektif terhadap tindakan sosial yang dilakukannya. Namun **Schutz** berpendapat, makna subjektif tersebut bukan ada di dunia privat, personal atau individual. Hal ini di perjelas oleh **Schutz** yang dikutip dari buku **Fenomenologi** karya **Kuswarno**, adalah sebagai berikut :

**Makna subjektif yang terbentuk dalam dunia sosial oleh aktor berupa sebuah “kesamaan” dan “kebersamaan” (common and share) diantara para aktor. Oleh karenanya sebuah makna subjektif disebut sebagai “intersubjektif”. (2013:110)**

Dikaitkan dengan fenomena online shop melalui instagram di kalangan masyarakat, para remaja merupakan aktor yang mengkontruksi kehidupan mereka sendiri dalam tindakan yang dilakukan dan apa yang mereka lakukan memiliki makna subjektif yang kemudian mereka berinteraksi dengan penjual di online shop.

Penelitian fenomenologi pada dasarnya berprinsip *a priori*, sehingga tidak diawali dan didasari oleh teori tertentu. Penelitian fenomenologi justru berangkat dari perspektif filsafat, mengenai ‘apa’ yang diamati, dan bagaimana cara mengamatinya. Adapun premis-premis dasar yang digunakan dalam penelitian fenomenologi adalah sebagai berikut :

1. **Sebuah peristiwa akan berarti bagi mereka yang mengalaminya secara langsung.**
2. **Pemahaman objektif dimediasi oleh pengalaman subjektif.**
3. **Pengalaman manusia terdapat dalam stuktur pengalaman itu sendiri. Tidak di kontruksi oleh peneliti.**

**(Kuswarno, 2009:58)**

Memahami metode fenomenologi, akan lebih jelas dengan mengikuti pemikiran dari ***Alfred Schutz***. Walaupun pelopor fenomenologi adalah ***Edmund Husserl***, Schutz adalah orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial. Selain itu, melalui Schutz lah pemikiran-pemikiran Husserl yang dirasakan abstrak pada masa itu dapat dimengerti.

Inti dari pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari.

Schutz memiliki pandangan bahwa manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran akan dunia kehidupan sehari-hari adalah sebuah kesadaran sosial. Dunia individu merupakan dunia intersubjektif dengan makna beragam, dan perasaan sebagai bagian dari kelompok. Manusia dituntut untuk saling memahami satu sama lain, dan bertindak dalam kenyataan yang sama.

Bila dikaitkan dengan fenomenologi maka peneliti mencoba mengungkapkan teori diatas bahwa fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan tentang realitas sosial, tentang fenomena online shop di kalangan masyarakat yang tampak dari motif yang berbeda-beda dan dari dasar apa para remaja di kota Bandung memilih untuk menjadi pembeli atau konsumen yang akan memberikan informasi lebih beragam.

Seperti yang kita ketahui bahwa para remaja merasa “ketagihan” karena mereka merasa dapat mendapatkan barang tanpa harus pergi ke toko atau outlet, mereka hanya tinggal menunggu di rumah setelah membayar via transfer dan barang akan sampai dengan aman.

Dari penjelasan diatas maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut :

**Gambar 1.1**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

|  |
| --- |
| FENOMENA ONLINE SHOP MODERN GOD MERCH PADA KALANGAN REMAJA DI KOTA BANDUNG |

|  |
| --- |
| FENOMENOLOGI(ALFRED SCHUTZ) |

|  |
| --- |
| 1. pola hidup online shop modern god merch pada kalangan remaja di kota bandung.
2. motif online shop modern god merch pada kalangan remaja di kota bandung.
3. perilaku online shop modern god merch pada kalangan remaja di kota bandung.
 |

Sumber: Alfred Shultz, dan Modifikasi penulis