

**PERUBAHAN GAYA HIDUP KONSUMTIF SANTRI TERHADAP IKLAN-
IKLAN *E-COMMERCE* PADA *SMARTPHONE***

(Aplikasi Teori Baudrillard Santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat Kotagede,
Yogyakarta)



SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Sosiologi Agama

Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

NUR HASANAH

NIM. 16540042

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2019

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Hasanah
NIM : 16540042
Prodi : Sosiologi Agama
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Alamat : Kralas, Rt/Rw:01/00 Canden, Jetis, Bantul, Yogyakarta.
No Hp : 085290690277

Judul Skripsi : Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Santri Terhadap Iklan-Iklan *E-commerce* (Aplikasi Teori Baudrillard Santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat Kotagede)

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi yang saya ajukan adalah benar asli karya ilmiah yang saya tulis sendiri,
2. Bilamana telah dimunaqosyahkan dan diwajibkan revisi, maka saya bersedia dan sanggup merevisi dalam waktu 2 (dua) bulan terhitung mulai tanggal munaqosyah, jika ternyata lebih dari 2 (dua) bulan revisi skripsi belum terselesaikan, maka saya bersedia dinyatakan gugur dan bersedia munaqosyah kembali dengan biaya sendiri.
3. Apabila dikemudian hari ternyata diketahui bahwa karya tersebut bukan karya ilmiah saya (plagiasi), maka saya bersedia menanggung sanksi dan dibatalkan gelar keserijanaan saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta,
Mahasiswa



NUR HASANAH
NIM. 16540042

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Hasanah
NIM : 16540042
Prodi : Sosiologi Agama
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya tidak menuntut kepala Prodi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (atas pemakaian jilbab dalam ijazah Strata satu saya). Seandainya suatu hari nanti terdapat instansi yang menolak ijazah tersebut karena penggunaan jilbab.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan dengan kesadaran Ridho Allah SWT.

Yogyakarta,
Yang menyatakan,



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Nur Hasanah
NIM. 16540042

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Dosen Dr. Adib Sofia, S.S., M. Hum
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Persetujuan Skripsi
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan sepenuhnya, maka saya pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Nur Hasanah
Nim : 16540042

Judul Skripsi : Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Santri Terhadap Iklan-Iklan *E-commerce* pada *Smartphone* (Aplikai Teori Baudrillard Santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat Kotagede, Yogyakarta)

Sudah dapat diajukan kepada Program Studi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Strata Satu (S1) dalam Ilmu Sosiologi Agama.

Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 7 Desember 2019

Pembimbing


Dr. Adib Sofia, S.S., M. Hum

NIP. 197801152006042001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-4328/UN.02/DU/PP.05.3/12/2019

Tugas Akhir dengan judul : PERUBAHAN GAYA HIDUP KONSUMTIF SANTRI TERHADAP IKLAN-
IKLAN *E-COMMERCE* PADA *SMARTPHONE* (Aplikasi Teori Baudrillard
Santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat, Kotagede, Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NUR HASANAH
Nomor Induk Mahasiswa : 16540042
Telah diujikan pada : Senin, 16 Desember 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : 88 (A/B)

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Adib Sofia, S.S., M.Hum.
NIP. 197801152006042001

Penguji II

Dr. Moh Soehadha, S.Sos.M.Hum.
NIP. 197204171999031003

Penguji III

Dr. Masroer, S. Ag. M Si.
NIP. 196910292005011001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 16 Desember 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

DEKAN



Dr. Alim Roswanto, M. Ag.
NIP. 19681208 199803 1 0002

MOTTO

Jangan Mudah Menyerah



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini penulis persembahkan untuk Almamater

Prodi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



ABSTRAK

Perkembangan era postmoderan yang semakin canggih teknologinya dan serba instan, memberikan pengaruh terhadap masyarakat, tak terkecuali santri. Munculnya iklan-iklan *e-commerce* pada *smartphone* mendorong santri dalam perilaku konsumtif. Pondok pesantren terkenal dengan mengedepankan nilai-nilai keagamaannya dan hidup agamis, salah satunya dengan hidup dalam kesederhanaan. Pesantren diharapkan mampu menuntun santrinya dalam menghadapi perubahan zaman namun, kurang mampu menghadapi gaya hidup konsumtif. Dengan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk meneliti perubahan gaya hidup konsumtif santri terhadap iklan-iklan *e-commerce* pada *smartphone*. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui proses perubahan gaya hidup santri Pesantren Nurul Ummahat terhadap pengaruh iklan-iklan *e-commerce*, dan untuk mengetahui bentuk-bentuk gaya hidup yang terjadi pada santri Pesantren Nurul Ummahat.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan metode analisis deskriptif dan berjenis kualitatif. Adapun pengumpulan data yang peneliti lakukan yakni dengan melalui langkah-langkah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data primernya adalah santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat Kotagede. Adapun sumber data sekundernya antara lain buku, jurnal, dokumen, dan sebagainya yang berkaitan dengan tema dalam penelitian ini, yakni perubahan perilaku konsumtif santri terhadap iklan-iklan *e-commerce* pada *smartphone*. Sementara itu, untuk menganalisisnya digunakan teori masyarakat konsumtif Jean Baudrillard, yakni seseorang mengonsumsi tidak hanya disebabkan oleh nilai guna dan nilai tukar, namun terdapat nilai tanda dan nilai simbol.

Dari penelitian ini ditemukan munculnya iklan *e-commerce* sangat berdampak bagi santri dalam meningkatnya aktivitas konsumsi santri. selain itu juga berdampak pada nilai kehidupan santri, bergesernya pola hidup santri dari kesederhanaan menjadi konsumtif, serta tujuan santri dalam mengonsumsi barang tidak dari kebutuhan saja, namun dari keinginan dan tanda yang ia beli, serta untuk mengikuti *trend* yang ada. Hal tersebut berkaitan pula dengan faktor-faktor yang mendukung santri dalam berperilaku konsumtif seperti lingkungan yakni teman sepermainan. Bentuk-bentuk perubahan tersebut yakni, mudah tergiur oleh iklan-iklan *e-commerce*, sering mengonsumsi barang dari iklan *e-commerce*, mengikuti *trend*. Pengendalian perilaku konsumtif pada santri pondok pesantren putrit Nurul Ummahat yakni dari diri sendiri keluarga serta pondok pesantren untuk lebih menekankan nilai-nilai seorang santri yakni kesederhanaan.

Kata kunci : Iklan e-commerce, gaya hidup konsumtif, santri pondok pesantren Nurul Ummahat.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahiim

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan nikmat-Nya, sehingga skripsi berjudul “Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Santri Terhadap Iklan-Iklan *E-commerce* (Aplikasi Teori Baidrillard Santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat Kotagede, Yogyakarta)” ini telah terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat. Yang telah menjadi suri tauladan bagi seluruh ummat. Semoga kita di dunia selalu mendapatkan barokahnya dan mendapatkan syafa’atnya di Yaumul Qiyamah nanti.

Di tangan pembaca, mungkin skripsi ini tidak bernilai apa-apa, tanpa bantuan dari berbagai pihak, Skripsi ini juga tidak akan terselesaikan dengan maksimal. Maka dari itu, melalui kata pengantar ini, dengan tanpa menurangi rasa hormat, izinkan penulis untuk menyampaikan terima kasih yang tiada terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada :

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga
3. Ketua dan Sekretaris Prodi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
4. Terima kasih kepada Dr. Inayah Rohimaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang terbaik

5. Terima kasih kepada Ibu Dr.Adib Sofia, S.S., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS), yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, dukungan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh dosen yang telah mendidik dan yang telah membagi ilmunya untuk penulis selama kuliah di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Prodi Sosiologi Agama.
7. Segenap Karyawan yang telah mebantukan terhadap kelancaran proses belajar mengajar di lingkungan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam.
8. Terima kasih kepada teman-teman Prodi Sosiologi Agama angkatan 2016 yang telah menemani sejak terjang penulis di bangku kuliah.
9. Terima kasih kepada Bapak K.H.Abdul Muhaimin beserta ibu Nyai Umi As'adah sebagai pengasuh Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat, sekaligus sebagai suri tauladan yang selalu membimbing santri-santrinya dalam segala hal.
10. Terima kasih kepada Bapak Nur Hadi Musthofa yang telah menjadi bapak terbaik dan Ibunda tercinta ibu Parjinem yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dukungan, doa dan semangat kepada penulis.
11. Terima kasih kepada kakak tercinta Wahid Rohmadi sekeluarga, dan Isnani Sholeha sekeluarga yang mampu memberikan semangat dan memberikann bantuan materil maupun spiritual kepada penulis.

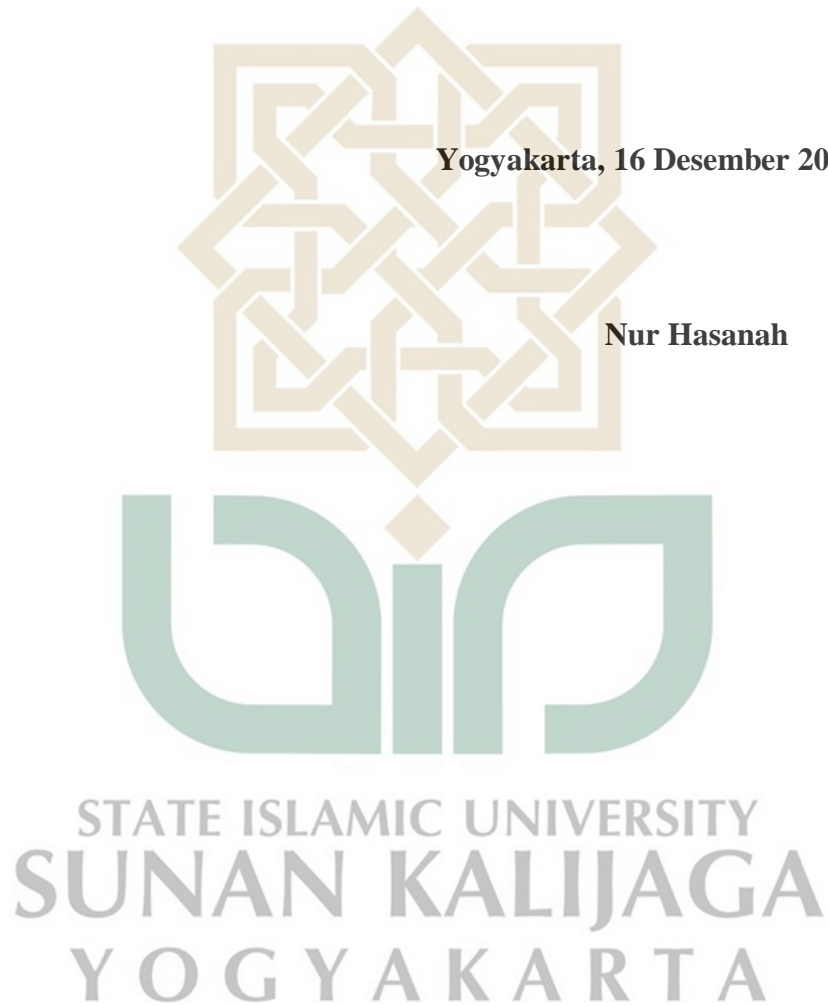
12. Terima kasih sahabat-sahabat santri Pondok Pesantren Nurul Ummahat, komplek Al-Ma'sumah, mbk Umi, mbak Isna, dan semuanya yang telah memberikan semangat kepada penulis.
13. Terima kasih kepada teman-teman KKN kelompok 168 Trasih, Wifa, Syifa, Istna, Dila, Hamid, dan Rifqi yang telah memberikan semangat serta canda tawa selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
14. Terima kasih juga kepada teman yang selalu memberikan semangat.
15. Para informan yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membantu proses penelitian, dan telah memberikan informasi terkait penelitian ini, serta berbagi cerita tentang pengalaman hidup sehingga dengan sepuh tenaga penulis mampu mempersembahkan skripsi ini untuk almamaterku, Bangsa Indonesia dan orang-orang yang penulis banggakan.
17. Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal, baik moral maupun materil yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis memohon maaf, karena belum bisa membalas semua kebaikan-kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga Allah SWT menerima semua amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis, dan membalasnya dengan balasan yang lebih baik, serta ditulis sebagai amal jariyah yang pahalanya akan terus mengalir selamanya.

Penulis berharap, semoga karya sederhana ini bisa memberikan manfaat untuk penulis khususnya dan untuk semua pembaca pada umumnya. Amiin.

Yogyakarta, 16 Desember 2019

Nur Hasanah



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BERJILBAB	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Tinjauan Pustaka	8
E. Kerangka Teori.....	12
F. Metode Penelitian.....	16
G. Sistematika Penulis	21
BAB II GAMBARAN UMUM PONDOK PESANTREN PUTRI NURUL UMMAHAT KOTAGEDE.....	23
A. Gambaran Umum Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat	23
1. Letak Geografis dan Aksebilitas	24
2. Sejarah Singkat.....	24
3. Visi dan Misi	26
4. Sarana.....	28
5. Aktivitas dan Program.....	30
6. Struktur Organisasi.....	33
7. Latar Belakang Santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat ...	34

8. Profil Informnan.....	40
B. Iklan-Iklan <i>E-commerce</i> dalam Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat	43
BAB III PROSES PERUBAHAN GAYA HIDUP YANG TERJADI PADA SANTRI PONDOK PESANTREN PUTRI NURUL UMMAHAT	45
A. Karakteristik Santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat.....	45
B. Awal Mula Santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat Mengenal Iklan-Iklan <i>E-commerce</i>	47
1. Munculnya <i>E-commerce</i>	47
2. Masuknya <i>E-commerce</i> di Indonesia	48
3. Santri Mengenal <i>E-commerce</i>	49
4. <i>Market Place</i> dalam <i>E-commerce</i> yang Sering Digunakan Santri.	53
C. Faktor yang Mempengaruhi Santri dalam Perubahan Konsumsi Melalui <i>E-commerce</i>	55
1. Faktor Internal.....	55
2. Faktor Ekternal.....	56
D. Proses Perubahan Gaya Hidup yang Terjadi pada Santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat.....	58
1. Dari yang Sebelum Mengenal <i>E-commerce</i> dan Setelah Mengenal <i>E-commerce</i>	58
2. Simulasi dalam Iklan-Iklan <i>E-commerce</i>	60
BAB IV BENTUK-BENTUK GAYA HIDUP KONSUMTIF SANTRI YANG DIPENGARUHI OLEH IKLAN-IKLAN <i>E-COMMERCE</i> PENGGUNA SMARTPHONE	63
A. Iklan <i>E-commerce</i> di Masa Postmodern	63
1. Simulasi.....	65
2. Hiperrealitas.....	67
B. Bentuk-Bentuk Gaya Hidup Konsumen yang Disebabkan Oleh Iklan <i>E-commerce</i> Santri Nurul Ummahat	69
1. Mudah Tergier Oleh Iklan-Iklan <i>E-commerce</i>	72
2. Sering Mengonsumsi Barang	75
3. Mengikuti <i>Trend</i>	77
C. Perubahan Gaya Hidup Pada Santri	78
BAB V PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84

LAMPIRAN-LAMPIRAN	89
A. Pedoman Wawancara.....	89
B. Transkrip Wawancara.....	90
Curriculum Vitae	92



DAFTAR TABEL

Tabel I : Sekolah atau Kampus Santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat	
.....	34
Tabel II : Presentase Sekolah atau Kampus	35
Tabel III : Asal Daerah Santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat ...	37
Tabel IV : Presentase Asal Daerah Santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat	
.....	38



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesantren dikenal sebagai lembaga pendidikan yang menggunakan metode tradisional atau memiliki ciri khas Islam. Kehidupan pesantren menjalani, memahami, mempelajari Islam, menjadikan ajaran Islam sebagai nilai moral dalam kehidupan sehari-hari. Pesantren memiliki ciri khas sebuah asrama, masjid atau musholla, serta pengajaran kitab-kitab Islam klasik yang dipelajari dengan metode *sorogan* serta terdapat kiai sebagai pemimpin dalam pesantren. Interaksi antara kiai dengan santri yang terjadi pada pesantren menciptakan pola kehidupan yang berbeda dari lembaga pendidikan lain.¹

Pesantren memiliki lima elemen dasar diantaranya yaitu pondok, masjid, santri, pengajaran kitab-kitab klasik, dan kiai. Elemen pertama Pesantren memiliki asrama Pendidikan Islam tradisional dengan para muridnya tinggal bersama dan dibimbing oleh guru yang disebut kiai. Asrama digunakan untuk menampung santri-santri yang memiliki tempat tinggal jauh dari pesantren. Elemen kedua masjid, masjid sebagai pusat pendidikan dalam tradisi pesantren, tempat tersebut merupakan manifestasi universalisme dari sistem Pendidikan Islam tradisional. Elemen ketiga santri, santri merupakan

¹Malik M, dkk, *Modernisasi Pesantren*, (Jakarta: Balai Penelitian dan Pengembangan Agama 2007), hlm. 150.

elemen yang pokok dalam sebuah pondok pesantren. Santri adalah nama yang sering digunakan untuk menamai murid dalam pondok pesantren. Di Pesantren santri mengikuti kegiatan yang telah ditetapkan oleh pondok, misalnya mempelajari kitab kuning. Elemen keempat kitab, elemen ini merupakan elemen yang terpenting, karena suatu kitab-kitab klasik yang digunakan sebagai bahan dalam pengajaran. Elemen terakhir terdapat kiai yang berperan sebagai pendidik sekaligus pendiri pondok pesantren ini merupakan elemen yang esensial dari suatu pesantren.²

Pesantren memberikan pendidikan yang mengedepankan moral, menanamkan keikhlasan dalam bersungguh-sungguh menuju kualitas diri, kemandirian untuk bertanggung jawab dan tidak ketergantungan, keteguhan dalam mencapai sesuatu, serta kesederhanaan yang dimaknai sebagai sumber efisiensi untuk tidak melakukan sesuatu yang tidak berguna, termasuk berperilaku konsumtif atau boros. Nilai moral tersebut diajarkan dalam kehidupan sehari-hari, yang dilakukan oleh kiai dengan santrinya, sehingga tercipta pola kehidupan yang islami dalam lingkungan pesantren, tetapi dengan berjalannya waktu serta timbulnya perubahan-perubahan yang terjadi di negara Indonesia, mengakibatkan muncul perilaku di luar nilai moral, seperti perilaku konsumtif. Terjadinya hegemoni negara yang kuat memberi dampak terhadap pesantren, sehingga pesantren kehilangan jati dirinya

²Zamakhshari Dhofier, *Tradisi Pesantren*, (Jakarta: LP3ES 1985), hlm. 44-60.

sebagai lembaga pendidikan yang mengutamakan kemandirian, kesederhanaan, dan keikhlasan.³

Perkembangan zaman saat ini sangat pesat, terutama di era post-modern yang menuntut seseorang untuk mengikutinya serta beradaptasi dengan situasi yang terjadi saat ini. Perkembangan teknologi yang semakin canggih, memudahkan seseorang dalam melakukan rutinitas kehidupan sehari-hari, misalnya berkomunikasi, bersosial, serta bertransaksi jualbeli. Hampir sebagian besar kegiatan seseorang tidak dapat jauh dari teknologi, terutama teknologi *smartphone* yang saat ini sedang marak dengan difasilitasi berbagai fitur yang tersedia.

Smartphone salah satu teknologi yang sebagian orang memilikinya, baik dari golongan pebisnis maupun orang biasa. *Smartphone* memiliki banyak fasilitas yang dapat membantu mempermudah seseorang dalam beraktivitas, termasuk dalam aktivitas berkonsumsi, melalui sebuah iklan-iklan *e-commerce* seseorang dapat memilih dan membeli barang yang diinginkan melalui *smartphone* tanpa harus mendatangi toko serta dapat memperoleh informasi barang yang akan diberi secara akurat. *E-Commerce* merupakan system perdagangan elektronik dengan menggunakan perangkat *mobile* yang dapat membantu konsumen dalam proses penjualan barang serta

³Abd, A'la, *Pembaruan Pesantren*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006), hlm. 38.

konsumen dapat mempersingkat waktu.⁴ Iklan-iklan *e-commerce* sering muncul dalam layar *smartphone* tanpa diminta, sehingga seseorang selalu mendapat informasi barang terbaru.

E-commerce salah satu saluran *online* yang dapat dijangkau melalui komputer, digunakan oleh pebisnis untuk memasarkan barang dan jasa, serta untuk mempermudah konsumen dalam menemukan informasi lewat komputer, konsumen diberikan berbagai pilihan produk tertentu,⁵ tetapi sekarang tidak hanya melalui komputer saja, melalui *smartphone* dapat lebih praktis. *E-commerce* memberikan penawaran menarik bagi konsumen lewat iklan-iklan yang ditayangkan. Selain itu, ini disebabkan *e-commerce* memiliki banyak kelebihan termasuk dapat mempersingkat waktu dalam proses pembelian barang atau jasa. *E-commerce* memiliki empat jenis, yaitu *Business to business* (B2B), *Business to consumer* (B2C), *Consumer to Consumer* (C2C), dan *Consumer to Business* (C2B).⁶

Dari keempat jenis tersebut yang paling sering digunakan atau dimiliki oleh sebagian besar orang yaitu *business to consumer* (B2C) dan *consumer to consumer* (C2C). Pembelian sebuah produk atau jasa yang sering dilakukan banyak orang pada saat ini, dengan kelebihan-kelebihan yang ada, seseorang

⁴Stefanus Yulianto dan Benny Wijaya, "Aplikasi M-Commerce Berbasis Android Pada Phone Comp Service", *SISFOKOM*, 02, September 2014, hlm. 57.

⁵Febriwanti Ampangallo, "Pengaruh Atmosfer, Desain Layout, Gairah Emosional dan Sikap Konsumen Toko Online Terhadap Minat Beli", Skripsi Universitas Atma Jaya Yogyakarta 2016, hlm. 18.

⁶ Desra, "Jenis e-Commerce", *Jurnal by mekar*, Dalam jurnal.id, 27 juni 2019.

lebih memilih berdiam diri di dalam rumah dengan hanya menggunakan *smartphone*-nya dapat memilih dan membeli baranga tau jasa. Dunia teknologi yang semakin canggih hingga mempermudah seseorang dalam beraktivitas, tetapi dari sisi kemudahan dalam bertransaksi, terdapat sisi lain yang menimbulkan dampak negatif, seseorang akan menjadi boros dan konsumtif, yang didorong oleh iklan-iklan *e-commerce* yang sering muncul dalam layar *smartphone*, sehingga seseorang dengan mudahnya tergiur untuk membeli sebuah produk yang ditawarkan.

Pondok pesantren mengajarkan nilai-nilai moral tentang kesederhanaan dalam beberapa aspek termasuk dalam menggunakan barang sesuai dengan kebutuhan, namun dengan terjadinya perubahan-perubahan zaman serta perkembangan teknologi, termasuk iklan-iklan *e-commerce* yang terdapat pada *smartphone*, pesantren menjadi terpengaruh, sehingga terdapat perubahan perilaku pada santri, yang awalnya hidup dengan kesederhanaan berubah menjadi konsumtif. Mengonsumsi suatu barang saat ini tidak disebabkan oleh kebutuhan semata, tetapi juga untuk memenuhi gaya hidup, gengsi, dan menunjukkan citra, yang terpengaruh oleh iklan-iklan.⁷

Iklan-iklan *E-commerce* memudahkan dalam mengonsumsi suatu barang maupun jasa. Melalui aplikasi seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak. Namun di sisi lain para santri berubah menjadi lebih konsumtif

⁷Bagong Suyatno, *Sosiologi Ekonomi (Kapitalisme dan Konsumsi, di Era Masyarakat Post-Modernisme)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 107.

serta mulai lunturnya nilai-nilai kesederhaaan yang telah ditanamkan. Terjadilah perubahan gaya hidup santri dari awalnya yang sederhana menjadi konsumtif. Dari latar belakang di atas peneliti tertarik untuk meneliti perubahan gaya hidup konsumtif pada iklan-iklan *e-commerce* pengguna *smartphone* yang terjadi di Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat Kotagede karena menurut peneliti fenomena ini sangat unik untuk diteliti, Hal ini disebabkan oleh pesantren yang selalu mengajarkan sebuah kesederhanaan tetapi terdapat santri yang berperilaku konsumtif pada iklan-iklan *e-commerce*.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan suatu masalah yang dapat membatasi sebuah penelitian yang peneliti teliti. Masalah tersebut berfungsi agar pembahasannya tidak melebar dan keluar dari fenomena yang diambil, sehingga peneliti dapat menjabarkan penelitiannya sesuai dengan masalah yang diambil. Penelitian ini menfokuskan pada beberapa rumusan masalah. Antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perubahan gaya hidup yang terjadi pada santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat akibat iklan *e-commerce*?
2. Bagaimana bentuk-bentuk gaya hidup konsumtif para santri yang dipengaruhi oleh iklan-iklan *e-commerce* pengguna *smartphone*?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian, tentu peneliti mempunyai beberapa tujuan. Adapun diantara beberapa tujuan tersebut adalah:

1. Mengetahui proses perubahan gaya hidup yang terjadi pada santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat akibat iklan *e-commerce*.
2. Mengetahui bentuk-bentuk gaya hidup konsumtif para santri yang dipengaruhi oleh iklan-iklan *e-commerce* pengguna *smartphone*.

Selain tujuan, penting peneliti mengungkapkan beberapa kegunaan dalam penelitian ini. Adapun kegunaan tersebut adalah:

1. Kegunaan Teoritis

peneliti ini diharapkan mampu menjadi karya tulis yang dapat memberikan kontribusi keilmuan dan memperkaya khazanah keilmuan sosiologi di berbagai bidang. *Pertama*, Sosiologi Ekonomi kaitannya dengan perkembangan teknologi yang mempermudah dalam berbisnis seperti iklan *e-commerce*. *Kedua*, Sosiologi Post-Modernisme kaitannya oleh kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi yang memunculkan budaya baru seperti budaya konsumeris. *Ketiga*, Teori Masyarakat Konsumtif kaitannya dengan faktor dan motivasi seseorang mengonsumsi sesuatu. Terakhir perubahan gaya hidup yang terjadi dalam lingkungan pesantren yang dikenal memiliki sifat sederhana.

2. Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, serta pengalaman baru tentang perubahan gaya hidup yang terjadi. Serta peneliti diharapkan mampu mengaplikasikan teori masyarakat konsumtif terhadap fenomena yang terjadi pada santri.
- b. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kesadaran terhadap santri untuk hidup dengan gaya hidup yang tidak konsumtif, tetap menjalankan nilai kesederhanaan tanpa tertinggal oleh perkembangan teknologi. Dengan cara mengonsumsi sesuai dengan kebutuhan.
- c. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah yang terkait dengan mata kuliah sosiologi agama. Serta mampu menambah khasanah ilmu pengetahuan tentang perubahan gaya hidup konsumtif pada iklan-iklan *e-commerce* pada *smartphone*.

D. Tinjauan Pustaka

Sebagai karya ilmiah, penelitian ini belum lengkap secara metodologis jika tidak disertai dengan tinjauan-tinjauan penelitian sebelumnya. Penelitian sebelumnya diharapkan dapat mengarahkan peneliti, terutama dalam metode penelitian dan hasil penelitian. Data penelitian sebelumnya dapat membantu peneliti untuk mengambil objek penelitian yang tepat. Adapun beberapa tinjauan pustaka dari penelitian sebelumnya, yaitu sebagai berikut.

Meningkatnya teknologi, dengan muncul *handphone* terbaru berdampak para pelajar untuk berperilaku konsumtif serta melakukan pencitraan diri. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Siti Murdaningsih⁸ dengan judul “Gaya Hidup Konsumtif dan Pencitraan Diri Pelajar Pengguna Handphone⁹ di SMA Negeri 1 Sambu Boyolali. ”Pelajar bergaya hidup Konsumtif dan melakukan pencitraan diri melalui *handphone*, seakan-akan *handphone* menjadi tolok ukur dan hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Fokus penelitian ini lebih menekankan pada dampak negative dari muncul *handphone* yang lebih canggih, khususnya yang terjadi pada pelajar.

Selain dampak negatif yang dimunculkan dari kemajuan *handphone*, kemajuannya juga memberikan dampak positif, seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Jumiati¹⁰ dengan judul “Perubahan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Akibat *Value-Added Telepon Seluler (HP)*. ”Selain *handphone* berdampak pada perilaku yang konsumtif, terdapat dampak positif yang bersifat religius, seperti *ringtone* ayat-ayat suci, alarm azan. Penelitian ini lebih menekankan pada dampak dari *Value-Added* yang terdapat pada Telepon Seluler (HP).

⁸Siti Murdaningsih, “Gaya Hidup Konsumtif dan Pencitraan Diri Pelajar Pengguna Handphone Di SMA 1 Sambu Boyolali”, Skripsi Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2008, hlm. 64-70.

⁹Penulisan kata “handphone” yang belum baku ini berasal dari penulis skripsi tersebut

¹⁰Jumiati, “Perubahan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Akibat Perkembangan Value-Added Telepon Seluler (HP)”, Skripsi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2009, hlm. 11-15.

Beda halnya dengan penelitian Bagas dan Endang¹¹ “Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian *Gadget* Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro.” Titik dari konsumtif berada pada pembelian *gadget*, bukan dari dampak penggunaannya ataupun dari aplikasi di dalamnya. Pengaruh dari munculnya edisi *gadget* baru dan lebih menarik, mendorong seseorang untuk membelinya tanpa berpikir panjang. Penekanannya terdapat pada pembelian *gadget* dengan menghubungkan kontrol diri mahasiswa.

Gaya hidup konsumtif dapat terjadi oleh faktor penghasilan seseorang. Seseorang yang memiliki penghasilan tetap akan hidup dengan konsumtif. Namun, sebaliknya, jika seseorang tidak memiliki penghasilan yang tetap mereka tidak konsumtif. Hal itu seperti penelitian yang dilakukan oleh Tuti Alawiyah¹² yang berjudul “Mall dan Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Ambarukmo”. Penelitian ini tidak bersangkutan dengan teknologi termasuk *smartphone*, lebih menekankan pada faktor pendorong gaya hidup konsumtif.

Arus budaya konsumerisme dan modernisasi yang semakin meningkat, membuat mahasiswa migrant harus pintar dalam menanggapi,

¹¹Bagas Tripamudi dan Endang Sri I, “Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian *Gadget* pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro”, *Empati* 02, April 2018, hlm. 189.

¹²Tuti Alawiyah, “Mall dan Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Ambarukmo”, Skripsi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2009, hlm. 80.

seperti penelitian Tofik Hidayah¹³ dengan metode kualitatif, yang berjudul “Gaya Hidup Mahasiswa Migran Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta di Tengah Budaya Konsumerisme”. Mahasiswa tetap mengikuti kemajuan tanpa terjerumus dengan arus yang ada, mereka mengendalikan dengan nilai-nilai agama. Penelitian ini lebih menitikberatkan pada faktor pengaruh gaya hidup mahasiswa migran.

Gaya hidup yang konsumtif memiliki banyak faktor, tidak hanya dari penghasilan saja, namun dari budaya, lingkungan, serta kelas sosial. Perilaku konsumtif termasuk perilaku yang aktif dan kolektif, seperti penelitian karya Noor Arifah Aziyah¹⁴ yang berjudul “Perilaku Konsumtif dalam Berbusana di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek¹⁵ Q Krapyak Yogyakarta”. Penelitian ini lebih menfokuskan pada *style* busana yang dikenakan santri Al-Munawwir yang dianalisis dengan teori Phillip Kotler dan Baudrillard.

Dari berbagai pustaka tersebut, belum ada yang secara spesifik membahas tentang perubahan gaya hidup konsumtif pada iklan-iklan *e-commerce* pengguna *smartphone* oleh santri suatu pondok pesantren, sehingga

¹³Tofik Hidayah, “Gaya Hidup Mahasiswa Migran Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta di Tengah Budaya Konsumerisme”, Skripsi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015, hlm. 71.

¹⁴Noor Arifah Aziyah, “Perilaku Konsumtif dalam Berbusana di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek Q Krapyak Yogyakarta”, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015, hlm. 89.

¹⁵Penulisan kata “komplek” yang belum baku ini berasal dari penulis skripsi tersebut.

peneliti tertarik meneliti perilaku konsumtif penggunaan *smartphone* santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat.

E. Kerangka Teoretis

Pesantren berasal dari kata santri terdapat awalan “pe” dan akhiran “an”, kemudian pengucapannya berubah menjadi “en” (pesantren), asrama sebagai tempat tinggal santri. Kata santri berasal dari kata cantrik, yang berarti murid yang memiliki resi mereka tinggal di tempat yang disebut padepokan. Pesantren memiliki kesamaan dengan padepokan, memiliki elemen-elemen yang sama dengan padepokan.¹⁶ Pesantren itu merupakan suatu tempat belajar untuk mendalami ilmu agama dengan menginap dalam jangka yang lama bersama gurunya yang disebut kiai.

Dengan perkembangan zaman yang semakin canggih, pesantren mengalami perubahan, terutama pada santrinya. Salah satu perubahan tersebut pada gaya hidup. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam mempergunakan dan menghabiskan waktu dan uang. Gaya hidup terdapat motivasi yang dipengaruhi oleh kelas sosial, demografi, serta variabel lain. Gaya hidup adalah konsepsi untuk mencerminkan nilai konsumen pada seseorang.¹⁷ Gaya hidup terbentuk pada diri seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang. Salah satunya dengan mengonsumsi barang.

¹⁶Ahmad Muhakamurrohman, “Pesantren: Santri, Kiai, dan Tradisi”, *Ibda' Jurnal Kebudayaan Islam*, Juli-Desember 2014, hlm. 111.

¹⁷Idi Subandy Ibrahim, *Lifestyle Ecstasy*, (Yogyakarta: Jalansutra, 1997), hlm. 135-206.

Gaya hidup konsumtif merupakan perilaku untuk kepuasan diri. Gaya hidup konsumtif ditunjukkan dengan kemewahan dan berlebihan, sehingga seseorang akan merasa puas dan memiliki nilai tanda. Selain itu, juga ditunjukkan dengan mengonsumsi barang yang mahal serta yang dapat memberi kenyamanan fisik yang setinggi-tingginya. Perilaku ini termasuk pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh keinginan untuk memperoleh kesenangan semata.¹⁸

Smartphone adalah alat elektronik, perkembangan dari *handphone* genggam, *smartphone* memiliki fitur yang lebih canggih. Alat ini sudah seperti asisten pribadi, dapat menyimpan data-data penting untuk kepentingan bisnis serta sebagai sebuah pengingat. Ketersediaan fasilitas tersebut dapat memberikan dampak bagi pengguna.¹⁹ Dampak tersebut seperti mempermudah seseorang untuk melakukan aktivitas sehari-hari, dan mempermudah mendapatkan informasi-informasi, serta munculnya iklan-iklan *e-commerce* dalam *smartphone*.

Iklan *e-commerce* adalah jual beli *online*, yang bertransaksi dengan melalui elektronik. Pihak penjual memberikan ciri-ciri dari produk tersebut dengan lengkap dan benar. Unsur-unsur dari *e-commerce* yaitu, terdapat kontrak dagang, kontrak dilakukan melalui media elektronik, kehadiran fisik

¹⁸Idi Subandy Ibrahim,...

¹⁹Abram dan Ika, "Hubungan Antara *Academic Stress* dengan *Smartphone Addiction* pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone*", *Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*, Vol.2 No. 1, April 2013, hlm. 17.

dari pihak yang bersangkutan tidak diperlukan karena tujuan dari *e-commerce* untuk mempersingkat waktu dan mempermudah transaksi jual beli. Kontrak dilakukan dalam ruang publik, serta sistemnya terbuka.²⁰ *E-commerce*, memiliki iklan melalui beberapa alat elektronik yang terhubung dengan internet. Salah satunya pada *smartphone*, iklan *e-commerce* terdapat yang muncul secara tiba-tiba dan berada dalam sebuah aplikasi *smartphone*.

Dalam penelitian ini, peneliti digunakan teori masyarakat konsumsi dari Baudrillard, Baudrillard mengkritik teori konsumsi dari Marx tentang konsep nilai-guna (*concept of use-value*). Marx beranggapan bahwa seseorang mengonsumsi barang atau jasa karena nilai-guna, terdapat kebutuhan alamiah.²¹ Dalam teorinya Marx, komoditas hanya memiliki dua aspek saja yaitu *use-value* dan *exchange-value*, nilai-guna merupakan kegunaan objek untuk memenuhi kebutuhan, dan nilai-tukar berkaitan dengan nilai produk yang ada di pasar serta sesuatu yang bersangkutan. Baudrillard berpendapat bahwa komoditas memiliki dua aspek yaitu *symbolic-value* dan *sign-value*, bahwasanya seseorang mengonsumsi sesuatu tidak hanya dari nilai-guna dan nilai-tukar, tetapi terdapat nilai-simbolik dan nilai-tanda.²² Seseorang mengonsumsi barang bukan untuk nilai guna dan nilai tukar saja,

²⁰Daniel Alfredo Sitorus, "Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (*E-Commerce*) Ditinjau dari Aspek Hukum Perdata", *www.Academia.edu, jurnal e-commerce*, diakses pada 20 Agustus 2019.

²¹Martyn J Lee, *Budaya Konsumen Terlahir Kembali*. Oktober, (Yogyakarta: Kreasi Wacana Yogyakarta, 2006), hlm 37-39.

²²Mutia Hastiti Pawanti, "Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard", FIB UI, 2013, hlm. 2.

tetapi dalam sebuah barang yang dikonsumsi seseorang memiliki nilai simbol dan nilai tanda yang dicari konsumen. Seseorang akan memiliki rasa sama kedudukannya dengan orang lain yang juga mengonsumsi produk yang sama.

Dalam teorinya Baudrillard, masyarakat mengonsumsi sesuatu bukan disebabkan oleh kebutuhan murni saja, melainkan terdapat kebutuhan palsu. Teori tersebut memberikan penjelasan mengenai terdapat nilai guna, nilai tanda, dan simulakra dalam setiap kegiatan konsumsi yang dilakukan. Dalam mengonsumsi barang tidak ada kebutuhan yang benar-benar nyata. Kebutuhan diciptakan secara sosial bukan dari nilai guna. Masyarakat sekarang lebih memperhatikan logika signifikasi daripada logika produksi,²³ artinya masyarakat tidak lagi mengonsumsi barang karena kebutuhan namun mereka mengonsumsi karena sebuah tanda, tanda dibeli dari sebuah produk.

Teori masyarakat konsumtif Baudrillard terdapat hiperrealitas dan simulakra. Hiperrealitas menciptakan sesuatu yang berbaur antara nyata dengan imajiner sehingga membentuk sebuah kesadaran yang seakan-akan nyata yang pada dasarnya palsu. Iklan membentuk realitas baru yang ditayangkan secara berulang-ulang, sehingga diterima sebagai realitas. Simulakra menunjukkan tanda, simbol, dan citra dibentuk dan dianggap sebagai representasi dari tanda, simbol dan tanda hasil dari simulasi.²⁴

²³Celia Lury, *Budaya Konsumen*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1998), hlm. 97-99.

²⁴Mutia Hastiti Pawanti, "Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard", FIB UI, 2013, hlm.7.

Iklan-iklan *e-commerce* yang terdapat pada *smartphone* mendorong seseorang untuk mengonsumsi barang atau jasa yang ditawarkan, termasuk yang terjadi pada santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat, santri yang mengonsumsi barang atau jasa secara mudah mendapatkannya melalui *e-commerce*. Namun, justru dari iklan-iklan *e-commerce* memberikan dampak pada santri menjadi konsumtif, dengan kata lain mereka mengonsumsi tidak hanya dari kebutuhan atau nilai guna, namun dari nilai tanda, terdapat perasaan gengsi terhadap teman, atau ingin mengikuti *trend* saja, sehingga mereka mengonsumsinya. Dari iklan yang dimunculkan *e-commerce* secara tiba-tiba dalam layar *smartphone* memberikan pengaruh atau dorongan untuk mengonsumsi.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu dengan, dan analisis. Pendekatan kualitatif lebih menekankan pada proses dan makna yang tidak dikaji secara ketat dan belum diukur kuantitas, jumlah, dan intensitasnya. Penelitian deskriptif yaitu dengan memberikan penggambaran dari penelitian yang dilakukan, baik dari objek penelitian, maupun fokus penelitian. Dengan deskriptif peneliti dapat melakukan analisis data dengan baik dan mendapatkan data yang real.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian fenomenologis, jenis penelitian ini melihat secara dekat interpretasi individu tentang pengalaman-pengalamannya, berusaha memahami makna pengalaman dari perspektif partisipan. Jenis penelitian ini lebih menfokuskan pada esensi pengalaman manusia dan lebih bertumpu pada wawancara yang dimungkinkan tidak terjadi bias dalam memahami makna pengalaman partisipan.²⁵

2. Sumber Data

Penelitian ini mengambil data primer dan data sekunder. Subjek dari penelitian ini yaitu pengurus serta santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat. Data primernya adalah hasil dari penelitian langsung dengan cara melakukan observasi dan wawancara kepada informan yang berada di lokasi penelitian para santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat Kotagede, sedangkan data sekundernya berasal dari rujukan, berupa data-data yang berkaitan dengan pokok pembahasan meliputi dokumen, artikel, buku, serta penelitian lain tentang perilaku konsumtif. Data sekunder diharapkan dapat mendukung dan memperkuat data primer.

²⁵Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), hlm. 22-23.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data kualitatif, digunakan metode pengamatan seperti wawancara, observasi partisipasi.²⁶ Dengan demikian, penelitian bermaksud untuk menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut.

a. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah percakapan untuk memperoleh informasi dan tujuan tertentu, berkomunikasi dengan cara mendengarkan, memahami, informan dengan menggunakan bahasa yang dapat dimengerti. Proses wawancara yang digunakan bentuknya wawancara semi terstruktur yaitu dengan fleksibel, tetapi tetap ada jarak antara peneliti dengan yang diteliti.²⁷ Wawancara menjadi sumber data utama dalam penelitian ini. Peneliti melakukan wawancara kepada para informan, yaitu meliputi santri Nurul Ummahat yang memiliki *smartphone*.

Wawancara ini dilakukan pada santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat, dengan sepuluh santri yang dipilih untuk menjadi informan dalam penelitian ini. Pertanyaan-pertanyaan dalam wawancara tersebut berfokus pada perilaku konsumtif santri, pengalaman santri, dan hal-hal yang menyangkut penelitian ini. Wawancara dilakukan selama dua sampai tiga bulan dalam penelitian ini, dengan waktu menyesuaikan informan.

²⁶Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), hlm, 79.

²⁷Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups, Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm. 25-72.

b. Observasi

Observasi merupakan mencari sumber informasi dengan melakukan pengamatan yang mendetail terhadap seseorang yang menjadi obyek observasi dan tidak memisahkan dengan lingkungannya.²⁸ Metode observasi yang digunakannya itu observasi partisipasi, dengan melakukan pengamatan kegiatan informan dengan menggunakan pancaindra. Metode ini juga menggunakan pendekatan terhadap informan, dengan membina hubungan baik, antara pengamat dengan objek pengamatan.²⁹

Observasi dilakukan pada Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat, yang berlangsung sekitar tiga bulan. Observasi ini dilakukan dengan ikut berpartisipasi, yakni terjun langsung dan melihat, memahami, baik kegiatan santri di pondok, gaya hidupnya, serta perilaku konsumtif yang dilakukan santri. Hal tersebut dapat membantu untuk memperkuat hasil penelitian ini.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu data-data yang ada tentang penelitian terdahulu, serta memiliki keterkaitan dengan fenomena yang akan diteliti.³⁰ Tujuan dari dokumentasi ini yaitu untuk memberikan sumber tambahan dan untuk mendukung hasil wawancara serta hasil observasi, sehingga dapat

²⁸Haris Herdiansyah, *Wacana Observasi Dan..*, hlm. 129-132.

²⁹Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif...*, hlm, 118-119.

³⁰A. Muri Yusuf, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 391.

memperoleh bukti dalam penelitian. Dokumentasi ini penting karena dapat melihat data melalui dari gambar, foto, catatan, rekaman, dalam aktivitas sehari-hari para santri. Gambar dan foto diambil baik dari informan, maupun dari sumber lain yang mendukung penelitian ini. Gambar tersebut seperti, iklan-iklan *e-commerce*, transaksi santri dalam pembelian, barang yang dibeli santri dan hal-hal lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu dengan menganalisis data yang dilakukan dalam rangka mencapai pemahaman terhadap fokus kajian yang kompleks, dengan cara menggambarkan secara detail dari setiap bagian.³¹ Teknik pengolahan data sesuai dengan metode kualitatif, berupa deskriptif dengan menganalisis hasil wawancara, observasi, dan data yang diperoleh. Hasil wawancara yang mendalam ditulis berupa kutipan langsung dan catatan atau tulisan yang diperoleh dari hasil pengamatan. Tujuan pengolahan data tersebut dapat disimpulkan secara sistematis sesuai dengan fakta yang ada. Hasil dari wawancara santri, observasi santri, serta pengumpulan data-data yang berkaitan dianalisis dengan menggunakan teori yang telah dipilih yaitu teori Jean Baudrillard.

³¹Moh Soehadha, *Metodologi Penelitian Sosologi Agama (Kualitatif)*, (Yogyakarta: Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga, 2008), hlm 134.

G. Sistematika Pembahasan

Sesuai dengan masalah, teori, dan metode yang telah diuraikan sebelumnya sistematika penelitian ini disusun sebagaimana berikut.

Bab satu, merupakan pendahuluan dari penelitian ini. Dalam bab ini, dijelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan. Dalam bab ini diuraikan argument yang melatarbelakangi diangkatnya penelitian ini, sehingga dapat merumuskan masalah yang diteliti. Rumusan masalah diperlukan agar tujuan dan kegunaan penelitian ini jelas. Dalam kajian pustaka, peneliti meninjau terhadap peneliti-peneliti sebelumnya agar tidak terjadi pengulangan serta menunjukkan keotentikan penelitian ini.

Pada bab dua dibahas gambaran umum lokasi yang diteliti meliputi letak geografis, sejarah berdirinya Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat, kegiatan santri, serta nilai keagamaan santri. Dengan memberi gambaran mengenai objek yang dituju dapat peneliti membahas santri dan gaya hidup santri, sehingga dapat memberikan data yang lengkap dan akurat.

Bab tiga, akan membahas tentang proses perubahan gaya hidup yang terjadi pada santri putri pondok pesantren Nurul Ummahat. Memberikan penjelasan perubahan gaya hidup dari sebelum mengenal *e-commerce* dengan setelah mengenal *e-commerce*. Membahas faktor *e-commerce* yang mempengaruhi perubahan gaya hidup yang terjadi pada santri. Serta

membahas proses atau tahapan perubahan gaya hidup, sehingga menjadi konsumtif.

Bab empat, menyajikan pembahasan bentuk-bentuk gaya hidup konsumtif yang dipengaruhi oleh iklan-iklan *e-commerce* pada *smartphone* santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat. Dengan menggunakan teori masyarakat konsumsi milik Baudrillard. Menjelaskan bentuk-bentuk gaya hidup santri dari pembelian barang atau jasa lewat *e-commerce*. Memaparkan nama-nama aplikasi yang berbentuk iklan-iklan *e-commerce* yang sering digunakan para santri. Serta memaparkan barang atau jasa apa saja yang sering dikonsumsi oleh santri, sehingga santri menjadi konsumtif dalam gaya hidupnya.

Bab lima, peneliti mengungkapkan penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Bab ini merupakan bab terakhir dalam penelitian ini. Peneliti memberikan kesimpulan dari pembahasan yang sudah ada. Selanjutnya peneliti akan memberikan saran untuk penelitian yang akan mengkaji objek yang memiliki kesamaan dengan permasalahan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari berbagai analisis yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan yang dapat diuraikan sebagai jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian ini. Fenomena perilaku konsumtif santri bersamaan dengan munculnya iklan-iklan *e-commerce*. Iklan-iklan *e-commerce* merupakan salah satu bentuk perkembangan zaman pada era Post-Modern ini. Iklan tersebut berpengaruh besar terhadap gaya hidup santri Nurul Ummahat.

Proses perubahan gaya hidup santri dimulai dengan munculnya iklan *e-commerce*. Terdapat kelebihan-kelebihan yang dihadirkan oleh iklan *e-commerce*, sehingga menjadi daya tarik tersendiri untuk para santri, dan hal tersebut menimbulkan pergeseran gaya hidup santri. Gaya hidup santri yang sederhana bergeser menjadi gaya hidup yang konsumtif. Hal tersebut disebabkan juga oleh faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor yang mempengaruhi gaya hidup santri Nurul Ummahat dipengaruhi oleh orang terdekat seperti keluarga dan lingkungan, seperti teman kampusnya. Selain itu, faktor ekonomi menjadi salah satu faktor utama santri menjadi konsumtif. Hal ini juga berkaitan dengan *trend* dan model yang

sering muncul di instagram. Selain itu hobi juga mempengaruhi santri untuk konsumtif.

Dampak dari iklan-iklan *e-commerce* terhadap santri, yang menyebabkan terjadinya pergeseran gaya hidup santri, dari yang sederhana menjadi konsumtif. Selain itu, santri dalam membeli barang tidak lagi disebabkan oleh kebutuhan saja, tetapi disebabkan oleh keinginan saja. Pembelian komoditi yang dilakukan santri juga didorong oleh *trend* yang ada serta ingin dilihat orang lain keberadaanya atas barang yang ia kenakan. Hal tersebut membutuhkan solusi dalam menghadapi dan mengendalikan gaya hidup konsumtif santri Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat.

B. Saran

1. Bagi informan peneliti (Santri Pondok Pesantren Nurul Ummahat)

Informan peneliti diharapkan mampu mengurangi gaya hidup konsumtif dan meningkatkan potensi diri. Berusaha mengatur keluar masuk uang dan memilah barang yang akan dibeli. Membeli barang sesuai dengan kebutuhan saja dan jangan mudah terpengaruh oleh teman mengurangi membuka aplikasi yang dimungkinkan akan muncul iklan-iklan *e-commerce*.. Selain itu, perbanyak ibadah dan mendekatkan diri kepada Allah swt untuk mengurangi budaya konsumtif santri.

2. Bagi orang tua (keluarga)

Orang tua cukup berperan untuk mengurangi perilaku konsumtif santri Nurul Ummahat. Orang tua diharapkan dapat mengajarkan serta memberi

contoh kepada anaknya untuk mengatuh keuangan, lebih hemat dan memperbanyak bersedekah.

3. Bagi Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat

Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat diharapkan dapat berperan dalam mengurangi perilaku konsumtif santri. Salah satunya dengan memberikan pengajaran yang lebih mendalam tentang perilaku konsumtif yang kurang baik. Dalam islam telah dianjurkan untuk tidak *isrof* (berlebihan), baik dalam berpaakaian maupun dalam menggunakan uang.

4. Bagi peneliti lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi tentang perubahan gaya hidup konsumtif santri terhadap iklan-iklan *e-commerce* pada *smartphone*. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih mendalam lagi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- A'la, Abd. *Pembaruan Pesantren*. Yogyakarta: Pustaka Pesantren.2006.
- Abram dan Ika, “Hubungan Antara *Academic Stress* dengan *Smartphone Addiction* pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone*”, *Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*, Vol.2 No. 1, April 2013.
- Alfredo Sitorus, Daniel, “Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau dari Aspek Hukum Perdata”, *www.Academia.edu, jurnal e-commerce*, 2015. Di pos 29 April 2019.
- Alawiyah,Tuti “Mall dan Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Ambarukmo”. Skripsi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2009.
- Ampangallo, Febriwanti. “Pengaruh Atmosfer, Desain Layout, Gairah Emosional dan Sikap Konsumen Toko Online Terhadap Minat Beli”. Skripsi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. 2016.
- Aziyah, Noor Arifah. “Perilaku Konsumtif Dalam Berbusana Dikalangan Santriwati Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek Q Krapyak Yogyakarta”. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2015.
- Aziz, Muhammad Abdul.“Perilaku Konsumtif Santri Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah”. Skripsi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.2017.

Azwar, Muhammad, “Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas, *Jurnal Ilmu Perpustakaan & Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*, Vol.2 No1. 2014.

Bonar, “Jean Baudrillard Hiperrealitas”, Dalam *www.Bonarsitumorang.com*, di Pos 15 November 2019.

Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group. 2007.

Dhofier, Zamakhsyari. *Tradisi Pesantren*. Jakarta: LP3ES. 1985.

Emzir. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Rajawali Press. 2012.

Firdaus, Bayu. “Dampak Penggunaan Smartphone Terhadap Interaksi Sosial di Kalangan Mahasiswa Jurusan Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam”. Skripsi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2015.

Hasil observasi ngaji tafsir di Musholla Al-Manaf, 22 Oktober 2019, pukul 05.30 WIB.

Hasil wawancara dengan CH pada 14 Jum’at, Juni 2019, Pukul 12.40 WIB.

Hasil wawancara dengan FT pada Jum’at, 14 Juni 2019, Pukul 10.00 WIB

Hasil wawancara dengan HS pada Kamis, 13 Juni 2019, Pukul 19.00 WIB.

Hasil wawancara dengan HM pada Minggu, 24 November 2019, Pukul 19.00 WIB.

Hasil wawancara dengan IS pada Minggu, 24 November 2019, Pukul 08.00 WIB

Hasil wawancara dengan DL pada Kamis, 19 September 2019, Pukul 10.00 WIB.

Hasil wawancara dengan DL melalui WhatsApp pada Kamis, 19 September 2019,
Pukul 10.00 WIB.

Hasil wawancara dengan NK pada Minggu, 24 November 2019, Pukul 11.00 WIB

Hasil wawancara dengan NS pada Senin, 18 November 2019, Pukul 19.00 WIB.

Hasil wawancara dengan SL pada Selasa 19 November 2019, Pukul 08.00 WIB.

Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi, Dan Focus Groups ,Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers. 2015.

Hidayah, Tofik “Gaya Hidup Mahasiswa Migran Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta di Tengah Budaya Konsumerisme”. Skripsi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2015.

<https://www.fastpay.co.id/blog>, diakses pada Selasa, 5 November 2019 pukul 08.00
WIB.

<https://inet.detik.com/business> diakses pada Selasa, 5 November 2019 pukul 08.30
WIB.

<https://inet.detik.com/business> diakses pada Selasa, 5 November 2019 pukul 08. 20
WIB.

Ibrahim, Idi Subandy. *Lifestyle Ecstasy*. Yogyakarta: Jalansutra, 1997.

- Jumiati. "Perubahan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Akibat Perkembangan Value-Added Telepon Seluler (HP)". Skripsi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2009.
- Lee, Martyn J. *Budaya Konsumen Terlahir Kembali*. Oktober. Yogyakarta: Kreasi Wacana Yogyakarta. 2006.
- Lury, Celia. *Budaya Konsumen*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1998.
- M, Malik, dkk. *Modernisasi Pesantren*. Jakarta: Balai Penelitian dan Pengembangan Agama. 2007.
- Maarisit, Marthen L, "Hipersemiotika dan Postmodernisme", dalam, www.glorianet.org, di Pos 20 November 2019.
- Muhakamurrohman, Ahmad. "Pesantren: Santri, Kiai, dan Tradisi", *Ibda' Jurnal Kebudayaan Islam*, Juli-Desember 2014.
- Murdaningsih, Siti. "Gaya Hidup Konsumtif Dan Pencitraan Diri Pelajar Pengguna Handphone Di SMA 1 Sambi Boyolali". Skripsi Universitas Sebelas Maret Surakarta. 2008.
- Ningrum, Ulfah Yunita. "Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Pakaian Distro Ditinjau Dari Konformitas Pada Siswa SMK Abdi Negara Muntilan". Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2011.
- Pawanti, Mutia Hastiti. "Masyarakat konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard". FIB UI, 2013.

Sarup, Madam, Post-Structuralisme and Postmodernism, (Yogyakarta: Jendela, 2003).

Shoehadha, Moh. *Metodologi Penelitian Sosiologi Agama (Kualitatif)*. Yogyakarta: Bidang Akademik UIN Sunan Kalijaga. 2008.

Suyatno, Bagong. *Sosiologi Ekonomi (Kapitalisme dan Konsumsi, di Era Masyarakat Post-Modernisme)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.

Tripamudi, Bagas dan Sri I, Endang. "Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian *Gadget* Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro." *Empati* 02. April 2018.

Yulianto, Stefanus dan Wijaya, Benny. "Aplikasi M-Commerce Berbasis Android Pada Phone Comp Service", *SISFOKO*. 02. September 2014.

Yusuf, A. Muri. *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* Jakarta: Kencana. 2014.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN

A. Pedoman Wawancara

1. Dari mana Anda mengenal iklan dan pembelian *e-commerce*?
2. Bagaimana respons Anda setelah mengenal iklan-iklan *e-commerce*?
3. Sejak kapan Anda mengenal pembelian melalui iklan *e-commerce*?
4. Aplikasi *e-commerce* apa saja yang sering Anda gunakan?
5. Barang apa saja yang anda sering beli?
6. Adanya iklan *e-commerce* yang lebih mudah, mempengaruhi jumlah pembelian Anda?
7. Bagaimana cerita tentang pengalaman Anda yang berkaitan dengan *e-commerce*?
8. Pernahkah Anda tertipu oleh pembelian dengan *e-commerce*?
9. Pernahkah Anda melihat barang yang diiklankan terlihat berlebihan?
10. Upaya apa yang Anda lakukan untuk mengurangi seringnya pembelian?
11. Apa yang Anda ketahui tentang kesederhanaan?
12. Upaya rohani apa yang anda lakukan untuk mengimbangi aktifitas konsumtif?

B. Transkrip Wawancara

No	Nama	Jawaban
1.	HS	<ul style="list-style-type: none"> • Mengenal pembelian lewat iklan atau jual beli <i>online</i>, dari temen-temen. • Bagus, karna memiliki kelebihan, kayak shopee bebas ongkir, jadi lebih mudah dan lengkap kayak jalan-jalan ketoko tanpa harus membeli. • Sejak 2015 • Seringnya sih shopee • Aku beli apa aja, termasuk buku, bedak, pakaian, sepatu. • Lebih lengkap dan mudah jadi sering beli. • Awalnya aku kurang yakin beli <i>online</i> karen cerita temen-temen yang gak sesuai, ketipu, dll. Setelah aku coba sempet kecewa, tapi itu dah resiko. Dan aku coba lagi pake Shopee, itu lebih menjamin, sistemnya bagus. Saya selalu baca review dulu kalau mau beli. Trus enggak berani ambil barang yang harga dibawah standar atau murah. Malah kebanyakan saya beli di Shopee barang merk lokal atau branding, yang sudah resmi tokonya. Bisa dichek di <i>webside</i> atau sosmed penjualan lain. Karena beli di missal “Rumah Warna” beli di Shopee harga lebih terjangkau daripada beli langsung di gerainya • Sampai saat ini belum pernah • Iya, tapi harus lebih detail sebelum membeli • Tidak membuka aplikasi <i>e-commerce</i> • Tidak berlebihan • Ya seperti biasa mengaji
2.	NK	<ul style="list-style-type: none"> • Dari temen • Bagus, lebih mudah • Kasus barang tidak sesuai dengan realitas tersebut sering terjadi, oknum penjual <i>online</i> biasa mengambil foto milik olshop lain sehingga barang yang dijual tidak sesuai gambar yang ditawarkan • Tergantung uangnya, kalau punya ya beli, tapi aku tipe orang yang kalau punya uang ya beli gitu, yang bisa menghentikan belanja kalau

		<p>uangnya abis.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dulu kalau beli barang biasa aja, asal sesuai kebutuhan, tapi semenjak kenal shopee, dan disitukan gratis ongkir, jadi lebih sering tertarik untuk membeli, kalau pas punya uang ya, langsung beli-beli, apalagi kalau pas ada promo, kalau dulu sebelum kenal kan masih dipikir dulu mau beli, soalnya harus datang ketokonya, tapi sekarang lebih mudah jadi lebih sering deh
3.	WK	<ul style="list-style-type: none"> • Sejak 2017 • Tau dari saudara dan teman • Lebih mudah dan lengkap • Tidak harus keluar, mempersingkat waktu
4.	DL	<ul style="list-style-type: none"> • Buka awalnya gak mau beli apa-apa terus lihat tas apa yang lain kok bagus dan promo, trus beli • Pertama beli lewat aplikasi Bukalapak belinya casing hp soalnya udah cari beberapa tempat tu gak nemu casing hp buat hp dulu hp aku LG berapa gitu, dan itu tu gak nemu akhirnya nyari di internet terus e,, kalau di Bukalapak itukan salah satu aplikasi pertamalah yang aku kenal dan rame pada masanya akhirnya lewat situ beli casing hp. Banyak pilihan dan gampang, pernah ketipu lewat jual beli di Blibli gt • Kalau di Bukalapak itu kan salah satu aplikasi pertamalah yang aku kenal dan rame pada masanya akhirnya lewat situ beli casing hp. Banyak pilihan dan gampang, pernah ketipu lewat jual beli di Blibli gt,,trus kalau Bukalapak itu menjanjikan keamanannya • Seneng, lebih gampang, kadang juga ada promo. Kalau sering beli ya lumayan sih, kalo ada uang gitu suka khilaf • ya kalau dihitung-hitung, dari sebelum mengenal, terus kenal jadi lebih sering belanjanya, kadang gak butuh pun beli, hanya sekedar pengen aja
5.	CH	<ul style="list-style-type: none"> • Aku mulai kenal pembelian <i>online</i> itu pas aku kehilangan baterae kamera, aku saat itu belum tau cari baterae dimana yang harganya enggak mahal akhirnya temenku nyaranin buat beli

		<i>online</i> . Trus tak cobain, eh gampang banget caranya, apalagi bisa COD kalo lokasinya deket. Aku tertarik yak karena caranya cepet kita gak capek muter2 tinggal transfer tiba-tiba barang dah sampai aja
6.	IS	<ul style="list-style-type: none"> • Seringnya beli <i>online</i> karena di bayarin abangku • Kesederhanaan itu apa adanya, tidak berlebihan • Bagus ada soalnya lebih mudah dengan adanya pembelian <i>online</i>.
7.	KM	<ul style="list-style-type: none"> • Mengenal sejak 2016 • Seneng lihat-lihat di instagam, terus cari di shopee • Ya lumayan mempengaruhi pembelian • Gak beli kalau pas gak ada uang • Memilih antara dua pilihan saat mau beli.
8.	NS	<ul style="list-style-type: none"> • Lebih memudahkan untuk membeli, jadi sering juga mmebeli • Dulu males keluarnya sekarang udah enak, tinggal klik
9.	SL	<ul style="list-style-type: none"> • Sejak 2016 • Dulu pernah beli kaos exo tapi tadak sesuai dengan yang ada digambar • Jadi lebih mudah dan lengkap
10	FT	<ul style="list-style-type: none"> • Bagus, lengkap • Seringnya beli yang gak ada di toko-toko terdekat • Lebih reliti kalau mau beli biar gak ketipu • Lumayan jadi sering sih

Curriculum Vitae

1. Data Diri

Nama : Nur Hasanah
Tempat/Tgl. Lahir : Bantul, 17 September 1997
Agama : Islam
Alamat Asal : Kralas, Rt/Rw: 01/00, Candan, Jetis, Bantul,
Yogyakarta
Alamat Sekarang : Prenggan, Kotagede, Yogyakarta.
Contact Person : 085290690277
Email : nurchasanah.nh1709@gmail.com

2. Data Keluarga

Nama Ayah : Nur Hadi Musthofa
Pekerjaan : Wirasuasta
Agama : Islam
Nama Ibu : Parjinem
Pekerjaan : Pedagang
Agama : Islam
Saudara : Anak ketiga dari tiga bersaudara
- Wahid Rohmadi
- Isnani Sholeha

3. Pendidikan

a. Pendidikan Formal

TK : TK Pertiwi Canden (2007-2008)

SD : SD Muhammadiyah Pulokadang (2008-2014)

MTsN : MTsN Wonokromo (2012-2014)

MAN : MAN Wonokromo/ 3 Bantul (2014-2016)

ALAMAMATER : Prodi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin
dan Pemikiran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga,
Yogyakarta (2016-Sekarang)

b. Pendidikan Non Formal

Pondok Pesantren Al-Wahby Wonokromo (2012-2015)

Pondok Pesantren Putri Nurul Ummahat (2016-Sekarang)

4. Identitas Khusus

Tinggi : 155 cm

Berat : 43 kg

Demikian Corriculum Vitae ini saya buat dengan sebenar-benarnya,
terimakasih.

Yogyakarta, 7 Desember 2019,

Hormat Saya,

NUR HASANAH

