

**ETNOGRAFI VIRTUAL KOMUNITAS KONSUMEN
KORBAN DUGAAN PENIPUAN PERUMAHAN SYARIAH XYZ
(STUDI PADA GRUP WHATSAPP KONSUMEN XYZ)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
Ilmu Komunikasi



Rico Wardhana

1161003113

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**


2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Rico Wardhana

NIM : 1161003113

Tanda Tangan : 

Tanggal : 25 Agustus 2020

HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Rico Wardhana
NIM : 1161003113
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : Etnografi Virtual Komunitas Konsumen Korban Dugaan
Penipuan Perumahan Syariah XYZ (Studi Pada Grup
Whatsapp Konsumen XYZ)

Yang telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Bambang Sukma Wijaya, M.Si. ()

Penguji 1 : Dessy Kania, B.A., M.A., Dr. ()

Penguji 2 : Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A ()

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 25 Agustus 2020

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala Puji dan syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunianya lah saya masih diberikan kesempatan untuk menyusun dan menyelesaikan penelitian Tugas Akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan judul “Etnografi Virtual Komunitas Konsumen Korban Dugaan Penipuan Perumahan Syariah XYZ (Studi Pada Grup Whatsapp Konsumen XYZ)”. Penelitian ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Peneliti menyadari selama proses penyusunan penelitian ini banyak kendala serta rintangan yang tidak mudah, penelitian ini dapat terselesaikan dengan adanya bantuan, dorongan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Untuk itu melalui kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan syukur penulis senantiasa penulis ucapkan pada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Berkat umur, kesehatan, dan kekuatan dari Allah SWT peneliti dapat menyelesaikan semuanya dengan tepat waktu.

2. Keluarga

Terima kasih Mama, Mba Nessa, Tania, dan Putri yang selalu memberikan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih untuk selalu memberikan doa-doa indah kepada peneliti dan selalu mengingatkan peneliti untuk berusaha keras dan untuk selalu ingat kepada Allah dan menjalankan kewajiban.

3. Bapak Dr. Bambang Sukma Wijaya, M.Si.

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada dosen pembimbing peneliti yaitu pak Bambang. Terima kasih telah membimbing peneliti dengan sabar dan banyak memberikan masukan, saran, bantuan, dan waktu. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini

4. **Ibu Dessy Kania, B.A., M.a., Dr**

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada ibu Dessy selaku dosen penguji pertama peneliti, yang telah memberikan masukan serta saran kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.

5. **Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si.**

Terima kasih kepada ibu Prima selaku dosen pembimbing akademi peneliti yang telah memberikan motivasi kepada peneliti selama perkuliahan.

6. **Dosen-dosen Ilmu Komunikasi**

Terima kasih kepada dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, yang telah memberikan pembelajaran serta ilmu kepada peneliti selama masa perkuliahan.

7. **Seluruh Informan**

Terima kasih kepada seluruh Informan yang telah membantu dalam memberikan informasi serta data yang dibutuhkan dalam penelitian ini sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

8. **Sahabat-sahabat *Invisible***

Terima kasih kepada sahabat ku Hafiz, Alief, Farhan, Ridho, Kharisma, Aris, dan Ilham yang telah memberikan motivasi serta dorongan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.

9. **Sahabat-sahabat 4s**

Terima kasih kepada sahabat ku Fauzan, Muhammad, Tio, Imam, Rehan, Dyaz, Ilham yang telah memberikan motivasi serta dorongan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata peneliti menyadari bahwa penelitian yang disusun ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan adanya masukan, saran dan kritik. Peneliti mengharapkan penelitian yang telah dibuat ini memberikan manfaat yang sebaik-baiknya bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 9 Agustus 2020

Peneliti,



Rico Wardhana

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rico Wardhana
NIM : 1161003113
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Fee Rights)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Etnografi Virtual Komunitas Konsumen Korban Dugaan Penipuan
Perumahan Syariah XYZ (Studi Pada Grup Whatsapp Konsumen XYZ)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 25 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Rico Wardhana

**ETNOGRAFI VIRTUAL KOMUNITAS KONSUMEN KORBAN DUGAAN
PENIPUAN PERUMAHAN SYARIAH XYZ (STUDI PADA GRUP
WHATSAPP KONSUMEN XYZ)**

Rico Wardhana

ABSTRAK

Perkembangan bisnis Syariah diberbagai negara cukup menjanjikan. Pelaku usaha menyadari bawah bisnis yang berjalan dengan sistem Syariah akan lebih maju ketimbang bisnis usaha konvensional. Salah satunya seperti developer perumahan yang memanfaatkan kemajuan dari bisnis Syariah ini. Dari sini terlihat prospek perumahan Syariah cukup menjanjikan bagi pengembang perumahan dalam membuat perumahan Syariah. Namun sangat disayangkan tidak semua developer perumahan sungguh-sungguh dalam membuat perumahan berkonsep Syariah, penipuan perumahan Syariah terjadi diberbagai daerah di Indonesia salah satunya seperti perumahan Syariah XYZ di kota Bandung. Tujuan dari penelitian untuk Mengidentifikasi perilaku konsumen perumahan Syariah XYZ sebagai konsumen perumahan dalam memutuskan pembelian perumahan Syariah serta Mengidentifikasi perilaku konsumen perumahan Syariah XYZ sebagai Konsumen Muslim dalam memutuskan pembelian perumahan Syariah. Penelitian ini dikaji dengan menggunakan teori dan konsep perilaku konsumen, perilaku konsumen muslim, dan *sense of community*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode etnografi virtual. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen perumahan Syariah XYZ menunjukkan memiliki ketertarikan yang umum sama halnya konsumen lainnya seperti mencari benefit, begitu juga dengan perilaku konsumen Muslim melihat benefit dari perumahan Syariah ini serta *sense of community* yang adanya emosial dari setiap anggota komunitas berdasarkan kasus ini.

Kata Kunci : Syariah, Perumahan Syariah, Perilaku konsumen, Perilaku konsumen Muslim, *Sense of community*

**VIRTUAL ETHNOGRAPHY OF THE CONSUMER COMMUNITY VICTIMS
OF ASSUMPTION OF FRAUD IN XYZ SYARIAH HOUSES (STUDY ON
WHATSAPP GROUP OF XYZ CONSUMERS)**

Rico Wardhana

ABSTRACT

The development of the Sharia business in various countries is promising. Business actors realize that businesses running with the Sharia system will have more advanced conventional business businesses. One of them is like a housing developer who takes advantage of the advancement of this Sharia business. From this, it can be seen that the prospect of Islamic housing is quite popular for housing developers in making Islamic housing. However, it is very shown that not all housing developers are serious about making Sharia concept housing, Sharia housing fraud occurs in various regions in Indonesia, one of which is the XYZ Sharia housing in the city of Bandung. The purpose of this research is to identify consumer behavior of XYZ Islamic housing as a housing consumer in deciding to purchase Islamic housing and to identify consumer behavior of XYZ Islamic housing as Muslim consumers in deciding to purchase Islamic housing. This research is studied using theories and concepts of consumer behavior, Muslim consumer behavior, and a sense of community. The approach used in this research is qualitative with virtual ethnographic method. The results of this study indicate that the consumer behavior of XYZ Islamic housing shows the same general interest in other consumers such as consumers who seek benefits, as well as the behavior of Muslim consumers seeing the benefits of this Sharia housing as well as a sense of community that is emotional from each member of the community based on this case.

Keywords : *Syariah, Syariah housing, consumer behavior, Muslim consumer behavior, Sense of community*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Pelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoretis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	8
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya.....	8
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran	22
2.2.1 Perilaku Konsumen	22
2.2.2 Perilaku Konsumen Muslim	25
2.2.3 Sense of Community	27
2.2.4 Social Media	28
2.2.5 Kerangka pemikiran	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Metode Penelitian	31
3.2 Subjek Penelitian	32
3.2.1 Subjek – Informan Utama.....	32
3.2.2 Subjek – Informan Pendukung.....	33
3.2.3 Subjek – Informan Tringulator	33
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3.1 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data Primer.....	33
3.3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data Sekunder.....	35
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Konsep.....	35
3.5 Teknik Analisis Data.....	40
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Objek dan Subjek Penelitian.....	43
4.1.1 Perumahan Syariah XYZ.....	43

4.1.2 Profil Informan.....	47
4.2 Hasil Penelitian.....	48
4.2.1 Perilaku sebagai Konsumen Perumahan XYZ.....	48
4.2.2 Perilaku sebagai Konsumen Muslim Perumahan XYZ.....	55
4.2.3 Sense of Community dalam Grup WhatsApp “Revolusi Konsumen XYZ”	61
4.3 Pembahasan	75
4.3.1 Menangguk Benefit	75
4.3.2 Mengonsumsi Label	78
4.3.3 Merawat harapan.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
5.2.1 Saran Teoretis	84
5.2.2 Saran Metodologis.....	84
5.2.3 Saran praktis.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Beragama Muslim di Indonesia..... 1

Gambar 1.2 Penutupan Kantor First Travel..... 3

Gambar 4.3 Fasilitas Rumah Sehat XYZ 45

Gambar 4.4 Fasilitas Rumah Tahfidz Perumahan XYZ..... 45

Gambar 4.5 Type Rumah 30/60 Perumahan XYZ..... 46

Gambar 4.6 Type Rumah 45/90 Perumahan XYZ..... 46

Gambar 4.7 Screenshot Whatsapp Grup "Revolusi Konsumen XYZ" 62

Gambar 4.8 Screenshot Whatsapp grup "Revolusi Konsumen XYZ" 62

Gambar 4.9 Komunikasi Membership dalam Grup Whatsapp "Revolusi Konsumen XYZ" 63

Gambar 4.10 Screenshot Whatsapp Grup "Revolusi Konsumen XYZ" 64

Gambar 4.11 Screenshot Whatsapp Grup "Revolusi Konsumen XYZ" 65

Gambar 4.12 Screenshot Whatsapp Grup "Revolusi Konsumen XYZ" 66

Gambar 4.13 Screenshot Whatsapp Grup "Revolusi Konsumen XYZ" 66

Gambar 4.14 Screenshot Whatsapp Grup "Revolusi Konsumen XYZ" 67

Gambar 4.15 Screenshot Whatsapp Grup "Revolusi Konsumen XYZ" 68

Gambar 4.16 Screenshot Whatsapp Grup "Revolusi Konsumen XYZ" 69

Gambar 4.17 Screenshot Whatsapp Grup "Revolusi Konsumen XYZ" 70

Gambar 4.18 Screenshot Whatsapp grup "Revolusi Konsumen XYZ" 71

Gambar 4.19 Screenshot Whatsapp grup "Revolusi Konsumen XYZ" 72

Gambar 4.20 Screenshot Whatsapp grup "Revolusi Konsumen XYZ" 72

Gambar 4.21 Screenshot Whatsapp grup "Revolusi Konsumen XYZ" 73

Gambar 4.22 Screenshot Whatsapp grup "Revolusi Konsumen XYZ" 74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Sebelumnya **Error! Bookmark not defined.**
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep Penelitian..... 35