

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia hidup di dunia ini dengan latar belakang budaya dan kepercayaan, serta dari kebiasaan dan lingkungan yang berbeda pula, berbagai jenis karakter manusia dan kehidupan yang dijalannya membuat dunia ini berwarna. Setiap individu memiliki gaya hidupnya masing-masing seperti apa yang dia inginkan dan apa yang ingin dijalani.

Kehidupan yang telah mengalami perkembangan pada arah kemajuan dengan didukung oleh berkembangnya teknologi memiliki dukungan fasilitas internet yang semakin mudah untuk mengakses segala sesuatu, seorang individu dapat mengetahui dan memperoleh segala yang diinginkan tanpa melalui prosedur membaca banyak buku dan koran hingga literasi untuk mengakses informasi maupun berita terkini, dalam contoh kasus lain misalnya; sebuah transaksi perbelanjaan pada perkembangan modernisasi teknologi, seorang individu tidak membutuhkan waktu yang panjang untuk melakukan transaksi pembelian. Kegiatan transaksi pembelian tersebut cukup dilakukan pada rumah tempat tinggal dengan proses yang mudah dan cepat.

Internet merupakan salah satu teknologi yang diciptakan manusia yang menjadi sebuah fungsi yang dapat digunakan untuk mengakses berbagai sosial media dan *browser*¹. Di jaman yang modern ini dengan semakin canggih teknologi dan ilmu pengetahuan, tidak sedikit kemungkinan bagi mereka melakukan kejahatan dengan menggunakan internet yang dapat disebut dengan kejahatan dunia maya.

Kejahatan dunia maya memiliki banyak jenisnya menurut apa yang mereka lakukan dan apa tujuan dari mereka. Kejahatan dunia maya atau yang dapat di

¹ *Browser merupakan untuk menjelajahi konten-konten yang ada di dunia maya*

sebut dengan *cyber crime*² memiliki banyak jenis menurut aktifitas yang mereka lakukan seperti, *Hacking*³ dan *Cracker*⁴ istilah *hacker*⁵ biasanya mengacu pada seseorang yang mempunyai minat besar untuk mempelajari sistem komputer secara detail dan bagaimana meningkatkan kemampuannya. Aktivitas *cracking* yang terjadi di internet memiliki lingkup yang sangat luas, mulai dari pembajakan akun milik orang lain, pembajakan situs *World Wide Web* atau yang disingkat *web*, *probing*, menyebarkan *virus*. Kemudian ada juga *carding*⁶ merupakan kejahatan yang dilakukan untuk mencuri nomor kartu kredit milik orang lain dan dapat digunakan dalam transaksi perdagangan di toko *online* yang terdapat di internet. Itulah beberapa kejahatan dunia maya yang dilakukan oleh pelakunya menurut aktifitas dan tujuannya.

Mereka yang dapat melakukan *carding* melakukannya ketika mereka memiliki waktu senggang, *carder*⁷ adalah sebutan untuk mereka yang dapat melakukan *carding*, para *carder* menggunakan waktu senggang mereka dengan mencari toko online dan barang-barang yang mereka inginkan. Karena bagi mereka hal itu sesuatu yang penting, mereka tidak dengan mudah untuk mendapatkan toko-toko tersebut karena alasan pengamanan pembayaran dari toko online.

Carder melakukan *carding* untuk memenuhi kebutuhan hidup dan gaya hidup mereka, dengan berbelanja menggunakan kartu kredit orang lain, tindakan kejahatan yang dilakukan adalah tersebut dikenal sebagai *carding* yaitu mereka yang memiliki nomer kartu kredit orang lain membelanjakannya pada toko *online*, dan barang-barang yang sudah dipesan ditoko *online* akan diantarkan kerumah tanpa harus membayar atas apa yang sudah dibeli ditoko *online*. Mereka hanya

² *Cyber Crime* merupakan menjelaskan mengenai kejahatan di dunia maya.

³ *Hacking* adalah kegiatan menerobos komputer milik orang atau pihak lain.

⁴ *Cracking* menjelaskan mengenai kegiatan menerobos komputer milik orang atau pihak lain dengan tujuan penyalahgunaan.

⁵ *Hacker* menjelaskan mengenai keahlian yang dimiliki oleh seseorang untuk melakukan aktifitas *hacking*.

⁶ *Carding* merupakan istilah asing untuk menjelaskan mengenai kegiatan transaksi elektronik menggunakan dan menggunakan identitas orang lain

⁷ *Carder* adalah sebutan untuk orang yang melakukan *carding*.

membayar biaya pengiriman dari kantor pos atau DHL⁸ sebagai jasa pengirim barang.

Dari hal yang dilakukan oleh *carder* yang melakukan pembelian barang melalui kartu kredit, mereka juga menjadi seorang yang konsumtif yaitu menggunakan kesempatan dan keahlian yang dimiliki untuk berbelanja menggunakan kartu kredit orang lain untuk memenuhi apa yang diinginkan dan apa yang dibutuhkan oleh *carder*. *Carder* melihat merk sebuah barang, karena dari sebuah merk menurut mereka menentukan sebuah kualitas dan barang-barang yang ditawarkan juga lebih menarik. Namun tidak jarang pula *carder* mengambil barang yang merknya tidak dikenal oleh banyak orang, karena tidak semua toko *online* keamanan pembayarannya dapat dibobol, toko *online* dengan pembayaran *paypal* tidak dapat dibobol, mereka menggunakan kartu kredit *visa* untuk melakukan transaksi pembayaran. Motif berbelanja remaja saat ini tidak hanya bertujuan untuk mengkonsumsi suatu produk yang dibelinya, tetapi sebaliknya sebagai cara penunjukkan identitas sosialnya, karena nilai guna barang pada remaja saat ini melihat merek dan gengsi dari barang tersebut ketika dipakai. Artinya seseorang ketika membeli barang ataupun jasa bukan lagi kerana ia ingin memakainya melainkan karena dorongan oleh tujuan-tujuan sosial yang lain misalnya: prestise, kepentingan untuk memperoleh modal sosial sebagai tiket menjalin relasi dengan *peer-group*nya dan lain-lain.

Sosial media yang sekarang banyak bentuk dan kegunaanya, misalnya *instagram* membuat para pengguna *smartphone* ataupun *android* mudah menggunakannya yang berfungsi sebagai meng-*update* foto-foto terbaru maupun foto-foto yang menarik, ada juga *Line*, *Path* dan juga *Twitter* dan masih banyak yang lain. Semakin mudahnya akses internet itu dicapai maka adanya sarana dukungan dari sosial media sekarang maraknya *online shop-online shop* yang hadir. Setiap orang dapat berbelanja melalui *online shop* yang tersedia baik itu berjualan melalui sosial media maupun *online shop* yang memiliki situs tersendiri

⁸ DHL merupakan kepanjangan dari Dalsey, Hillblom and Lynn yang bergerak di bidang jasa pengiriman paket internasional.

untuk memasarkan barang dagangannya. Karena berbelanja sudah menjadi perilaku yang kultural sebab memiliki kontribusi penting dalam pembentukan identitas kita sebagai makhluk sosial, selain itu kegiatan berbelanja juga dijadikan gaya hidup pada saat ini oleh sebagian besar masyarakat untuk membedakan status sosial dengan manusia lain.

Kemudahan berbelanja secara *online* tersebut maka masalah keamanan pada sistem harus dibuat secara khusus, karena internet yang dapat kita sebut sebagai dunia maya, sering kali pencurian data dan sistem dari internet termasuk dalam kasus kejahatan komputer. Tindak kejahatan yang dimana pelakunya menggunakan teknologi *cyber* dan hanya terjadi di dunia *cyber*. Kejahatan yang lahir sebagai dampak negatif dari perkembangan aplikasi internet ini sering disebut dengan *cyber crime* (Gema, 2000).

Kejahatan dunia maya adalah jenis kejahatan yang berkaitan dengan pemanfaatan sebuah teknologi informasi tanpa batas serta memiliki karakteristik yang kuat dengan sebuah rekayasa teknologi yang mengandalkan kepada tingkat keamanan yang tinggi dan kredibilitas dari sebuah informasi yang disampaikan dan diakses oleh pelanggan internet (Safitri, 1999).

Menurut kepolisian Inggris, *cyber crime* adalah segala macam penggunaan jaringan komputer untuk tujuan kriminal dan/atau kriminal berteknologi tinggi dengan menyalahgunakan kemudahan teknologi digital (Suherman, 2002: 168).

Masih banyak orang yang beranggapan jenis kejahatan dunia maya atau *Cyber Crime* hanyalah masalah pencurian data dan pelakunya adalah *Hacker*, pada dasarnya aktifitas yang dilakukan oleh pelaku adalah berbeda beda. Setiap perbedaan aktifitas maka sebutan yang diberikan juga berbeda misalnya *hacking* ini adalah orang yang memiliki minat besar terhadap sistem komputer dan mempelajarinya secara detail dan bagaimana meningkatkan kemampuannya dalam menjalankan sistem mengoperasikan komputer.

Dunia internet merupakan sebuah tempat dimana kita “hidup” secara maya (virtual). Dalam dunia ini kita dapat melakukan beberapa kegiatan yang mirip

dengan kegiatan di dunia nyata (*real space*). Kita dapat melakukan perniagaan (*commerce*) atau sekedar untuk sosialisasi 'kongkow-kongkow' (Raharjo, 2011).

Seperti salah satu contoh kasus yang pernah terjadi di Indonesia perkembangan *Cyber Crime* di Indonesia walau di dunia nyata Indonesia dianggap sebagai salah satu negara yang masih belum secanggih amerika serikat maupun dalam masalah ekonomi, namun prestasi yang sangat gemilang telah berhasil ditorehkan oleh para *hacker*, *cracker* dan *carder* lokal. Hasil "kerja keras" mereka selama ini telah menempatkan Indonesia sebagai negara No. 2 dalam kasus pencurian kartu kredit terbesar di dunia. Hal ini membuktikan bahwa Indonesia adalah salah satu Negara yang memiliki peran dalam dunia maya. Begitulah info yang dinyatakan oleh situs web tersebut, di Indonesia banyak sekali *hacker* dan *carder* yang menjalani aktivitasnya (<http://demitugaskampus.blogspot.co.id/2013/05/sejarah-cyber-crime.html>, diakses tanggal 21 oktober 2015 pukul 16:30).

Melihat kesempatan dan kemampuan yang dimiliki oleh *carder* mereka menggunakan waktu luang sebagai sebuah kesempatan untuk melakukan *carding* tersebut, mereka dapat dengan leluasa memilih barang dan toko yang mereka inginkan, karena adanya kesempatan, waktu luang dan keahlian dalam melakukan *carding*, dari hasil *carding*lah mereka membeli gaya hidup yang mereka inginkan.

Semua orang ingin tampil berbeda dan berpenampilan sesuai gaya berpakaian pada masa kini, berpenampilan menarik setiap harinya. Penelitian ini melihat tentang gaya hidup *carder* pada komunitas *hardcore*⁹. Bagaimana mereka memenuhi kebutuhan untuk hidup mereka, apa cara yang *carder* lakukan agar kebutuhan untuk gaya hidup mereka agar tampil beda dari yang lain, dan bagaimana mereka ingin menunjukkan identitas diri mereka.

Penampilan dapat menunjukkan identitas diri dan kelasnya. Barang-barang yang bagus dan berkualitas pastilah bernilai mahal. Karena untuk saat ini harga

⁹ Hardcore: (*hard core* atau *hard-core*) adalah istilah generik yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang lebih ekstrem daripada versi biasanya, juga sebagai jenis musik.

acapkali menentukan kualitas dari suatu barang. Rasa percaya diri akan lebih besar ketika tampil di depan publik, saat bergaul dengan teman atau enak dipandang oleh orang.

Untuk memenuhi segala kebutuhan hidup para remaja tersebut melakukannya melalui *carding*. *Carding* adalah salah satu kejahatan di dunia maya, seperti yang kita ketahui pada jaman yang modern ini kartu kredit sudah sangat banyak yang menggunakannya, hal ini memudahkan para pemiliknya untuk membayar barang dan jasa yang mereka gunakan, tanpa harus bersusah payah membawa uang tunai.

Carder yang peneliti amati saat ini adalah mereka yang mencintai *street wear*,¹⁰ gaya berpakaian *hip-hop* mereka menyukai pakaian yang sederhana ala anak muda jaman sekarang. Mengapa mereka menyukai *street wear* karena mereka sebagian besar adalah anak band yang memiliki aliran musik *hard core*, dimana musik bergenre ini terdengar keras, mereka ingin menunjukkan jadi diri mereka melalui apa yang mereka pakai, hal ini merupakan salah satu alasan mereka menyukai *street wear* dalam *fashion* mereka, tetapi ada pula yang selera musiknya tidak seialiran dalam kelompok pertemanan ini. Mereka yang menjadi para *carder* tersebut mempunyai sebuah komunitas dari kesamaan aliran musik, mereka selalu berkumpul bersama setiap sore disatu lokasi yang sama dan setiap hari orang yang datang adalah mereka satu kelompok pertemanan tersebut.

Pada masyarakat konsumen pada saat ini ialah irasionalitas konsumsi telah jauh berbeda. Karena saat ini, masyarakat berkonsumsi bukan sebagai upaya untuk pemenuhan kebutuhan, namun lebih sebagai pemenuh syarat kebutuhan gaya hidup atau pemenuhan hasrat. Kebutuhan mungkin dapat dipenuhi dengan konsumsi objek, sebaliknya, hasrat justru tidak akan pernah terpenuhi.

Gaya hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitasnya, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya. Gaya hidup dalam penelitian ini adalah mereka yang memenuhi

¹⁰ Street wear: pakaian yang sederhana seperti kaos

kebutuhan *fashion* dan kehidupannya melalui *carding*, melalui *carding* kebutuhan-kebutuhan yang tidak bisa mereka penuhi dapat terwujud, toko *online* yang semakin marak dengan berbagai *brand* pakaian yang beragam serta bertemakan anak muda jaman sekarang tentulah memikat para pembeli untuk memiliki koleksinya, apalagi dengan tambahan kata pengaruh stok dengan ketersediaan terbatas, keadaan tersebut yang menjadikan hanya individu tertentu yang dapat memilikinya. Penampilan menjadi daya tarik bagi lawan jenis atau orang yang ada disekitar kita, baik itu di tempat bekerja, teman arisan, teman sekolah atau orang yang kita tidak kenalpun juga memberi penilaian ketika seseorang berpenampilan menarik, rapi dan unik.

Definisi gaya hidup tidak berhenti pada gambaran diri seseorang dan penggambaran seluruh pola interaksi dan interaksi seseorang dengan lingkungannya. Pada perkembangan budaya konsumen telah mempengaruhi cara masyarakat mengekspresikan estetika dan gaya hidup. Seperti yang dikatakan oleh David Chaney menjelaskan bahwa (2009:40) gaya hidup telah menjadi ciri dalam dunia modern, sehingga masyarakat modern akan menggunakan gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri dan orang lain.

Peneliti sering melihat barang-barang unik yang dimiliki oleh *carder*, mereka dapat memilikinya secara gratis dari hasil *carding*, dan tidak menutup kemungkinan jika hanya dia yang hanya memiliki barang tersebut di Surabaya atau bahkan di Indonesia. Seperti mendapat kado-kado yang menarik dari orang yang tak dikenal, atau juga seperti yang mereka katakan “iseng-iseng berhadiah” maksud dari kata tersebut untuk mereka, *carder* dapat melakukan *carding* dimanapun ketika ada fasilitas internet atau wifi yang menjadi salah satu hal pendukung terbesar.

Dengan kemampuan yang dimiliki oleh kelompok ini, mereka memanfaatkannya dengan melakukan *carding*, yaitu mereka melakukannya untuk memenuhi gaya hidup dari standart yang mereka inginkan, *carder* yang sudah bermain cukup lama memiliki standart yang cukup tinggi dalam pemilihan barang dan apa yang mereka pakai. Kemampuan melakukan *carding* dan memiliki waktu

uang yang cukup banyak menjadi cara mereka untuk membeli gaya hidup. Mereka dapat dengan sangat sabar mencari apa yang ingin mereka temukan dan mereka miliki di internet sampai semua proses tersebut berhasil dan sukses dalam pengirimannya. Dari hasil *carding* barang yang datang mereka jual dan beberapa mereka pakai sendiri.

Hasil dari penjualan tersebut dapat mendukung para *carder* untuk melakukan beberapa aktivitas yang mereka inginkan, dapat sebagai modal dalam pengambilan barang atau dapat digunakan untuk yang lainnya. *Carder* biasa merencanakan liburan bersama, namun liburan tersebut biasa diadakan dengan sangat mendadak dan mereka akan memanfaatkan waktu dan uang yang ada semaksimal mungkin agar mereka merasa senang dan terpuasakan dengan dan dari apa yang mereka dapatkan. Seperti yang diungkapkan salah satu *carder* mereka melakukan ini untuk diri sendiri dan juga untuk bersama, maksudnya mereka tidak menyimpan uang dari hasil tersebut semua pasti di manfaatkan untuk melakukan atau dimanfaatkan bersama, jika ingin berfoya-foya mereka akan melakukannya bersama-sama, membuat sebuah pesta untuk sebuah kelompok sendiri. Ataupun mereka biasanya mengadakan sebuah acara solidaritas bagi komunitas mereka sendiri, biaya ditanggung bersama-sama dan bagian dari acara tersebut adalah mereka sendiri, ini semacam sebuah acara yang diadakan untuk mempererat tali persaudaraan dan saling mengenal satu sama lain.

Semua gaya hidup yang kita pilih dan lakukan akan menjadi budaya tontonan, seperti yang di sebutkan Chaney (2009:16) bahwa pada akhir modernitas semua yang kita miliki akan menjadi budaya tontonan dan sekaligus ditonton, oleh karena itu gaya telah menjadi penyebab adanya manusia modern: kamu bergaya maka kamu ada.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka untuk mengetahui fenomena sosial budaya yang berhubungan dengan *carding* :

1. Bagaimana pemanfaatan *carding* bagi anggota komunitas *hardcore*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana gaya hidup dari *carder* pada komunitas *hardcore* di Ngagel Surabaya, dan bagaimana mereka memanfaatkan *carding* sebagai sebuah jalan untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka dan *carder* yang melakukan *carding* adalah orang-orang yang memiliki grub band musik.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah pengetahuan baru tentang fenomena *carding* dan bagaimana *carder* memanfaatkan *carding* sebagai tempat memenuhi kebutuhan pribadi terutama pada gaya hidup mereka. Gaya hidup yang dipilih oleh kelompok pertemanan ini adalah sebagai *carder*, inilah aktifitas sampingan yang mereka pilih. Hal ini dapat memenuhi kebutuhan hidup terutama dalam kebutuhan *fashion*. *Carding* menjadi sarana yang sangat menguntungkan. Barang bermerk bagi mereka adalah tentang kualitas dari suatu barang, barang yang memiliki harga jual yang cukup tinggi pastilah memiliki kualitas yang bagus pula dan barang akan lebih tahan lama untuk dipakai maupun disimpan.

1.5 KERANGKA TEORI

1.5.1 Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain (Chaney 1996: 40). Gaya hidup adalah sebuah cara seseorang menghabiskan waktunya, aktifitas keseharian yang biasa dilakukan. Baik itu bekerja, mencari hiburan, berlibur, atau hanya membaca. Seperti yang peneliti amati untuk tujuan penulisan skripsi ini, peneliti melihat gaya hidup dari *carder*, tentang *fashion* dan *passion* mereka.

Gaya hidup secara luas merupakan cara hidup orang dengan menghabiskan waktu mereka (aktifitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya. Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat lainnya. Menurut Mike

Featherstone (2005: 205), dalam budaya konsumen kontemporer, istilah ini mengkonotasikan individualitas, ekspresi diri, serta kesadaran diri yang stilistik. Lebih lanjut dikatakan bahwa tubuh, busana, bicara, hiburan saat waktu luang, pilihan liburan, dan seterusnya dipandang sebagai indikator dari individualitas, selera serta rasa gaya dari pemilik atau konsumen. Gaya hidup dapat mencerminkan sebuah identitas pada kelompok bisa merupakan identitas kelompok. Gaya hidup yang dijalani akan mempunyai ciri-ciri tersendiri.

Gaya hidup menurut Kotler dalam buku *Lifestyle* (Chaney 1996: 192) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “Keseluruhan dari diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi didunia. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat) , dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini).

Dari gaya hidup seseorang kita akan melihat menggambarkan diri seseorang dan penggambaran seluruh pola interaksi dan berinteraksi seseorang dengan lingkungannya. Perkembangan zaman yang didukung oleh teknologi yang canggih menuntut sumber daya manusia yang berkualitas pula, perkembangan perekonomian dan berbagai aspek kehidupan berupa cara kerja yang cepat untuk menghasilkan pemasukan yang besar juga dilakukan dengan banyak cara oleh orang pada saat ini. Standard hidup yang layak pada masa kini semakin mahal, dengan memanfaatkan fasilitas yang ada para remaja ini dapat berbelanja sesuka hati tanpa memikirkan tagihan di setiap akhir bulannya. Mereka dapat memiliki barang apa saja yang mereka mau, tanpa harus susah payah mengumpulkan uang untuk membeli barang.

Pola-pola kehidupan sosial yang khusus seringkali disederhanakan dengan istilah budaya (tentu saja ada makna lain dari budaya yang lebih artistik tapi saya tidak ingin membahas itu tersebut sekarang). Memang budaya biasa didefinisikan sebagai, “keseluruhan gaya hidup suatu masyarakat kebiasaan/adat istiadat, sikap, dan nilai-nilai mereka serta pemahaman yang sama yang menyatukan mereka sebagai sesuatu masyarakat “ (Kephart 1982 :93).

Pemahaman terhadap pemasaran gaya hidup ini lebih dekat dengan bahasa sensibilitas karena produk yang terpengaruh dengan nilai simbolik atau nilai sosial kemudian diposisikan secara implisit sesuai dengan nilai-nilai gaya hidup lainnya. Gaya hidup pribadi dalam pandangan ini menimbulkan permintaan akan pencarian barang, jasa, ataupun aktivitas secara pribadi yang membentuk pola pergaulan yang dirasakan (Chaney 1996 :77)

1.5.2 Komunitas

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam masyarakat manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko, mengumbar dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Ada banyak definisi yang menjelaskan tentang arti komunitas. Tetapi setidaknya definisi komunitas dapat didekati melalui; pertama, terbentuk dari sekelompok orang; kedua, saling berinteraksi secara sosial di antara anggota kelompok itu; ketiga, berdasarkan adanya kesamaan kebutuhan atau tujuan dalam diri mereka atau di antara anggota kelompok yang lain; keempat, adanya wilayah-wilayah individu yang terbuka untuk anggota kelompok yang lain, misalnya waktu (Hillery, 1955).

Menurut Koentjaraningrat (2002: 161) bahwa sebuah komunitas dalam masyarakat, terdapat syarat-syarat yang mengikat berbagai kesatuan sosial manusia antara lain secara pusat orientasi, memiliki kesamaan ciri potensi untuk berinteraksi,

Menurut Crow and Allan, Komunitas dapat dibagi menjadi tiga komponen: berdasarkan lokasi atau tempat Daerah atau tempat komunitas dapat dilihat sebagai tempat di mana sekelompok orang memiliki sesuatu yang sama secara geografis. Dan mengenal satu sama lain sehingga menciptakan interaksi dan berkontribusi terhadap lingkungan. Berdasarkan minat sekelompok orang yang membentuk komunitas karena mereka memiliki kepentingan yang sama dan

kepentingan, seperti agama, pekerjaan, suku, ras, hobi atau berdasarkan gangguan seksual.

Kepentingan berbasis masyarakat memiliki jumlah terbesar karena mencakup berbagai aspek, untuk pecinta animasi misalnya masyarakat dapat berpartisipasi dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan animasi, seperti menggambar, mengumpulkan *action figure* atau film.

Berdasarkan Komunitas komunitas dapat berarti ide dasar yang dapat mendukung masyarakat itu sendiri. Secara umum, definisi komunitas adalah pertemuan dari beberapa orang untuk membentuk sebuah organisasi yang memiliki kepentingan bersama.

Komunitas dapat berupa wilayah atau fungsional. Selain komunitas istilah dapat merujuk pada arti penduduk di kota, desa atau bahkan negara. Seperti kita ketahui penduduk perkotaan juga memiliki tujuan yang sama yaitu untuk dapat tinggal dan hidup di kota. Berbicara secara umum tentang masyarakat kita hidup beripikiran bahwa masyarakat adalah sekelompok orang yang berkumpul karena mereka memiliki visi misi yang sama

(<http://www.duniapelajar.com/http://www.dosenpendidikan.com/6-pengertian-komunitas-menurut-para-ahli/> diakses tanggal 1 oktober 2015 pada pukul 15.18wib).

1.5.1 Konsumerisme

Konsumerisme merupakan ekspresi budaya dari tindakan konsumsi, pemahaman konsumerisme mengacu kepada sebuah tindakan konsumsi secara berlebihan sehingga berdampak negatif. Menurut Sudjatmiko, konsumsi merupakan sebuah tindakan di mana konsumerisme merupakan sebuah caranya. Konsumsi merupakan sebuah manifestasi, sedangkan konsumerisme lebih kepada motivasi seseorang dalam melakukan proses konsumsi Sudjatmiko (2008: 9).

Seperti yang dapat dilihat pada aktifitas yang dilakukan *carder*, mereka mengkonsumsi barang secara masal dan berlebih, maksud dari secara masal

adalah mereka berbelanja dengan jumlah yang sangat banyak tidak sesuai kapasitas yang mereka butuhkan, mereka berbelanja sebagai aktifitas yang tetap dengan jumlah yang banyak juga berulang ulang dengan barang yang berbeda, baik barang dari yang datang digunakan sendiri atau dari hasil penjualan, gaya hidup yang berfoya-foya juga termasuk didalamnya sebagai gaya hidup mereka namun mereka tidak menghabiskan uangnya secara individu, mereka berpesta dan membuat acara untuk kebersamaan kelompok pertemanan ini.

Baudrillard dalam Soedjatmiko (2008:28) mengatakan bila konsumsi merupakan sebuah tindakan (*an act*), konsumerisme merupakan sebuah cara hidup (*a way of life*). Konsumsi merupakan cerminan aksi yang tampak, sedangkan konsumerisme lebih terkait dengan motivasi yang terkandung di dalamnya. Secara umum batasan konsumtivisme yaitu kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas, dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

Ideologi konsumerisme, yaitu sugesti bahwa makna kehidupan kita harus kita temukan pada apa yang kita konsumsi, bukan pada apa yang kita hasilkan, telah merasuki anak-anak dan orang dewasa (Ainiyah 2013: 72). Berkonsumsi dilihat sebagai upaya pernyataan diri, suatu cara untuk bertindak dalam dunia ini, cara pengekspresian identitas seseorang. Konsumsi di dorong oleh hasrat untuk menjadi sama dan sekaligus berbeda, menjadi serupa dengan dan berbeda dari (Ainiyah 2013: 73).

Seperti pandangan Featherstone yang memandang konsumsi sebagai sumber difrensiasi kelas atau status sosial. Featherstone membagi budaya konsumen menjadi tiga tipe (Chaney, 2006:67) pertama, konsumerisme merupakan tahap tertentu kapitalis; kedua; konsumerisme dan konsumsi merupakan tahap tentang relasi benda-benda dan cara melukis status. Praktik konsumsi merupakan strategi penciptaan dan pembedaan status sosial; ketiga, kemunculan kreativitas konsumsi. Ini terkait dengan estetika konsumsi yang kemudian menciptakan mode estetisasi bentuk, dan gaya hidup. Jad bagi siapa saja dapat merayakan konsumsi tanpa

memandang kelas dan status sosial, karena konsumsi memberikan identitas tertentu tanpa batasan-batasan sosial.

1.6 Metode Penelitian

Kata metode berasal dari istilah Yunani *methodos* (*meta+hodo*), artinya cara. Jadi, metode penelitian sosial adalah cara sistematis yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data yang diperlukan untuk proses identifikasi dan penjelasan fenomena sosial yang tengah diteliskanya (Rusliwa, G. S., 2005).

Menurut Spradley, J. P. (1997: xviii) bahwa penelitian etnografi bersifat holistik-integratif, *thick description*, dan analisis kualitatif dalam rangka mendapatkan *native's point of view* yang dilakukan dengan observasi, partisipasi dan wawancara terbuka dan mendalam. Dalam penelitian ini, dilakukan dengan sebuah observasi yang harapan untuk mendapatkan gambaran secara deskriptif kehidupan anggota komunitas yang melakukan carding.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Menurut Santoso, G., 2005 mengatakan bahwa penelitian deskriptif umumnya bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat terhadap suatu daerah tertentu mengenai berbagai sifat dan faktor tertentu.

Penelitian juga menggunakan studi etnografi dengan wawancara dan observasi. Spradley (1997: 3) mengatakan bahwa etnografi bertujuan untuk mendeskripsikan suatu kebudayaan dengan memahami suatu sudut pandang hidup dari sudut pandang penduduk asli. Dalam hal ini adalah anggota komunitas hardcore. Dalam studi etnografi ini berupaya untuk memperhatikan tindakan yang dilakukan oleh anggota komunitas hardcore.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif yaitu melakukan pengamatan terhadap objek yang diteliti, dan mendeskripsikan tentang apa yang peneliti amati selama beberapa bulan tentang *lifestyle* dari para *carder*, seperti yang di kemukakan Bogdan dan Taylor (1975:5) yang di kutip oleh Moleong mendefinisikan "metode kualitatif" sebagai prosedur penelitian yang

menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh) (Moleong 2012:3).

Definisi metode kualitatif menurut Kirk dan Miller (1986:9) yang dikutip oleh Moleong mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia pada kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya (Moleong 2012 :3).

Peneliti akan mengamati *carder* yang ada di Surabaya tapi lebih tepatnya yang berada di daerah ngagel, peneliti mendeskripsikan tentang apa yang dilakukan remaja-remaja ini dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dan bagaimana *lifestyle* dari remaja yang melakukan *carding* dan mereka yang menjadi *carder*.

1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang diamati oleh peneliti di Surabaya karena keterjangkauan tempat dan waktu, disini peneliti melakukan penelitian secara kualitatif yaitu dengan mendeskripsikan tentang *lifestyle* para *carder* yang ada di Surabaya khususnya penelitian ini bertempat di Ngagel Surabaya, Jawa Timur.

Mereka sering berkumpul pada sore hari dan malam hari, tempat berkumpul mereka tidak berpindah mereka biasa berinteraksi di Ngagel, walau yang datang ketempat tersebut bukan dari sekitar Ngagel saja namun ada dari beberapa tempat seperti dari Ketintang, Dukuh Kupang, Sidoarjo. Mereka tidak mementingkan jarak untuk dapat bertemu, karena solidaritas dari *carder* tersebut dibidang sangat erat.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti, yaitu diantara lain :

1.6.2.1 Penentuan Informan

Informan adalah individu-individu tertentu yang dapat memberikan keterangan dan data untuk kebutuhan informasi dalam suatu penelitian. Sehingga informan menjadi subyek penelitian ini. (Koentjaraningrat, 1993:130). Menurut Spradley (1997, 59: 70) menjelaskan ada ukuran atau kriteria yang dijadikan bahan pertimbangan dalam menentukan seseorang individu untuk menjadi informan :

1. Cukup waktu, individu yang dipilih harus mempunyai waktu yang cukup untuk berpartisipasi pada penelitian yang dilakukan. Individu yang dipilih diharuskan memiliki waktu yang cukup untuk memberikan jawaban atas pertanyaan pertanyaan yang diajukan peneliti dan tidak dalam kondisi sedang melakukan kegiatan atau aktivitas mungkin yang menghambat jalannya proses wawancara. Hal ini dilakukan agar informasi yang diberikan sifatnya luwes dan jawaban atas pertanyaan penelitian menjadi tidak terburu buru sehingga informasi yang didapatkan pun menjadi akurat.
2. Keterlibatan langsung yaitu, ketika penelitian sedang berlangsung individu yang dijadikan informan ini masih terlibat dalam suasana budaya tempat penelitian berlangsung..
3. Enkulturasi penuh, individu yang dipilih menjadi informan adalah masyarakat yang hidup dalam lingkungan budaya yang sedang diteliti sehingga mengetahui informasi lingkungan budayanya dengan baik.
4. Non analitik, yaitu informan menggunakan menggunakan bahasa mereka untuk mendeskripsikan dan tidak melakukan analisis terhadap hal-hal yang dikerjakan oleh peneliti sehingga informasi bersifat apa adanya.

Ketika melakukan penelitian penentuan informan sangatlah penting dikarenakan data atau informasi yang didapatkan haruslah sesuai dan memenuhi hasil dari penelitian maksudnya informan mengatakan hal yang dia ketahui tanpa adanya informasi yang dibuat-buat atau dilebihkan. Peneliti mencari informan dilapangan, yaitu informan yang mampu diajak bicara dan dari mereka data diperoleh.

Dalam memilih informan harus selektif agar informasi yang diberikan tidak palsu, informasi dapat saling terkait antara *carder* satu dengan *carder* lainnya. Informan yang memberikan informasi seputar *lifestyle* dan *carding* yang dia lakukan haruslah merespon artinya mereka tanggap atas suasana yang sedang berlangsung ketika diwawancara.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dimana peneliti melakukan wawancara kepada responden sebagai sumber data, responden yang memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang peneliti berikan adalah sebagai suatu sumber yang asli tanpa ada rekayasa hasil dilapangan baik kata-kata yang di tambahkan ataupun pemalsuan atas apa yang diperoleh di lapangan. Seperti dalam buku Metodologi Etnografi oleh (Spradley 1997:35), seorang informan adalah seorang pembicara asli yang berbicara mengulang kata-kata, frasa dan kalimat dalam bahasa dialeknya sebagai model imitasi dan sumber informasi. Informan bebas berbicara sesuai dengan apa yang dia pikirkan tanpa rasa tertekan atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, disini peneliti akan berusaha membuat informan merasa nyaman dan berusaha mengerti apa yang ingin di sampaikan oleh informan sehingga mendapatkan informasi yang diinginkan dan dibutuhkan dalam penelitian ini.

Peneliti memilih informan yang menurut peneliti dapat berbagi informasi tentang bagaimana cara melakukan *carding* dan mereka yang mudah untuk diwawancarai karena beberapa dari *carder* sangat menutup dirinya terhadap pendatang baru atau orang yang belum lama dikenal.

Carder yang peneliti wawancarai menjadi informan dari penelitian ini adalah teman-teman dari peneliti yang sudah beberapa lama peneliti kenal, mereka sebagai seorang *carder* dan merekalah yang akan peneliti wawancarai sebagai sumber data dari penelitian ini, mereka yang peneliti wawancarai adalah mereka yang bersedia berbagi informasi tentang diri mereka, dan tidak memalsukan atau melebih lebihkan atas apa yang mereka lakukan dan tentang kehidupan mereka, peneliti akan memilih sekitar 10 informan sebagai orang yang diwawancarai dalam penelitian ini.

Peneliti sudah memilah dan memilih 10 informan tersebut dari beberapa informan yang lain karena ada bayak sekali *carder* yang ada di Surabaya dan yang peneliti wawancarai hanya beberapa dari mereka dan sisa dari *carder* tersebut. Alasan peneliti memilih informan tersebut adalah mereka yang sudah peneliti kenal cukup dekat dan mereka sudah memiliki rasa percaya dan menerima peneliti dalam kelompok pertemanan mereka.

Menurut *Webster New Colligate Dictionary* dalam buku *Metodologi Entografi* oleh Spradley (1997:35), seorang informan adalah seorang pembicara asli yang berbicara dengan mengulang kata-kata, frasa dan kalimat dalam bahasa dialeknya sebagai model imitasi dan sumber informasi. Peneliti tidak boleh melarang informan menggunakan dialek dan bahasa informan dalam berinteraksi menyampaikan apa informasi. Informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Barker, usia 23 tahun seorang mahasiswa di sebuah universitas swasta di Surabaya, dia mulai bermain *carding* sejak SMA (Sekolah Menengah Atas), Barker berasal dari Pacitan dia pindah ke Surabaya sejak SMA. Pada siang hari dia bekerja di sebuah toko sebagai pegawai, dia bermain *carding* dan sebagai seorang *carder* sudah 7 tahun lamanya.
2. Raden Deden berusia 25 tahun, dia seorang laki-laki yang berstatus mahasiswa di sebuah perguruan tinggi negeri di Surabaya, dia mulai bermain *carding* sejak SMA (Sekolah Menengah Atas) deden berasal dari Surabaya, dan sebagai seorang *carder* dia sudah 8 tahun bermain *carding*.
3. Eko Marger, berusia 21 tahun dia lahir di Surabaya, seorang laki-laki lulusan SMA, dia mulai bermain *carding* sejak 2 tahun terakhir.
4. Cocacola, 23 tahun dia seorang mahasiswa di sebuah perguruan tinggi negeri di Surabaya, dia mulai bermain *carding* sejak duduk di bangku SMA
5. Mikail berusia 26 tahun, seorang laki-laki yang berstatus mahasiswa di sebuah perguruan tinggi swasta di Surabaya, Mikail menjadi seorang *carder* sudah semenjak dia duduk di bangku SMA (sekolah menengah akhir) dia bermain *carding* sudah 10 tahun lamanya.

6. Danang budal, laki-laki berusia 20 tahun lama menjadi *carder* sekitar 8 bulan walau seorang yang baru saja menjadi *carder* namun danang termasuk orang yang ulet dalam kegiatannya dia ini, Danang juga adalah seorang anak band dalam komunitas.

Seorang informan adalah seorang pembicara asli yang berbicara dengan mengulang kata-kata, frasa dan kalimat dalam bahasa dialeknya sebagai model imitasi dan sumber informasi. Dapat disimpulkan dari penjelasan tersebut bahwa informan adalah sumber informasi dari pengumpulan data frasa dan kalimat dalam bahasa dialeknya sebagai model imitasi dan sumber informasi.

1.6.2.2 Pengamatan (Observasi)

Dalam pengamatan ini dilakukan sebuah aktifitas atau sebuah pengamatan terhadap objek yang diteliti, dengan melihat fenomena-fenomena apa sajakah yang terjadi diaktivitas para *carder* ketika melakukan *carding*. Hal ini bertujuan agar peneliti dapat menyimpulkan sebuah gagasan tentang para *Carder* ketika melakukan aktivitasnya. Tanggapan mereka tentang memaknai gaya hidup begitu pada kebutuhan hidup mereka. Adapun alasan mengapa memilih pemanfaatan pengamatan ini, menurut Guba dan Lincoln (1981:191-193) yang dikutip oleh Moleong sebagai berikut:

1. Teknik pengamatan ini didasarkan pada pengalaman secara langsung.
2. Teknik pengamatan juga memungkinkan melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya.
3. Pengamatan memungkinkan peneliti mencatat peristiwa dalam situasi yang berkaitan dengan pengetahuan proporsional maupun pengetahuan yang langsung diperoleh dari data.
4. Sering terjadi ada keraguan pada peneliti, jangan-jangan pada data yang dijaringnya ada kekeliruan atau *bias*.
5. Teknik pengamatan memungkinkan peneliti mampu memahami situasi-situasi yang rumit.

6. Dalam kasus-kasus tertentu di mana teknik komunikasi lainnya tidak dimungkinkan, pengamatan dapat menjadi alat yang sangat bermanfaat bagi peneliti.

Peneliti melakukan pengamatan di sebuah Warung Kopi di Ngagel Balantara, Surabaya. Dari hal tersebut peneliti dapat mendeskripsikan tingkah laku para *Carder* ketika sedang berburu *online shop*. Dalam kegiatan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, peneliti juga ikut terlibat dalam aktifitas mereka. Peneliti hanya sebagai penjual barang-barang yang ingin mereka jual. Peneliti mengikuti kegiatan jam berapa saja mereka berkumpul dan ikut mengobrol berbasa-basi tentang keseharian mereka. Para *Carder* biasa berkumpul pada sore hari dan malam hari, terkadang mereka melakukan aktifitasnya tersebut hingga subuh. Mereka melakukan *carding* di waktu senggang mereka, namun ada juga yang melakukan *carding* memang sebagai mata pencaharian sebagai uang tambahan setiap bulannya.

Pengamatan yang dilakukan oleh peneliti akan berlangsung pada tempat warung kopi yang berada di ngagel surabaya, peneliti melakukan pengamatan selama beberapa bulan, pengamatan tersebut bertujuan untuk melihat sikap dan apa saja yang mereka lakukan dalam kesehariannya, dan apa yang mereka bicarakan ketika sedang bersama selaku sebagai sesama *carder*. Peneliti duduk dan berpartisipasi dalam kegiatan sehari-hari mereka, mereka biasa ngopi pada sore dan malam hari, dan peneliti sempat beberapa kali mengambil barang dari hasil *carding* di kantor pos, dan melihat serta mengetahui barang apa saja yang datang, barang apa saja yang mereka ambil, mereka pakai dan barang yang dijual dan juga peneliti ikut liburan dalam beberapa kali kesempatan bersama para *carder*.

Dalam mengambil barang para *carder* sangat memperhatikan barang yang mereka ambil, mereka melihat dari brand sebuah produk, tidak semua *brand* menjadi pilihan mereka, *brand-brand* terkenal ala anak muda jaman

sekarang yang menjadi incaran dari seorang *carder*. Gengsi yang terdapat dari sebuah barang yang mereka pakai membuat mereka lebih percaya diri, terlebih mereka juga adalah seorang mahasiswa di beberapa universitas yang ada di Surabaya.

Barang-barang yang datang sebagian dijual dan menjadi incaran para remaja Surabaya lainnya, karena barang tersebut tidak ada yang menyamainya di Surabaya, dan hanya beberapa orang saja yang memiliki barang yang datang dari hasil *carding*. Peneliti melakukan pengamatan sudah dari beberapa bulan yang lalu tepatnya bulan desember 2014, dan tentang apa saja yang peneliti amati adalah tentang bagaimana proses berlangsungnya *carding* dan apakah barang dari hasil *carding* tersebut dijual atau dipakai sendiri, dan jika barang dari hasil tersebut di jual digunakan untuk apakah uang dari hasil tersebut sebagai pemenuhan gaya hidupnya atau sebagai biaya tambahan untuk kesehariannya saja.

1.6.2.3 Teknik Wawancara

Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara sebagai salah satu cara dalam menapatkan data dari pelaku *carding*. Tujuan wawancara menurut Endraswara antara lain :(a) untuk menggali pemikiran konstruktif seorang informan, yang menyangkut peristiwa, organisasi, perasaan, perhatian, dan sebagainya yang terkait dengan aktivitas budaya, (b) untuk merekonstruksi pemikiran ulang tentang hal ihwal yang dialami informan masa lalu atau sebelumnya, (c) untuk mengungkap proyeksi pemikiran informan tentang kemungkinan budaya miliknya di masa mendatang (2003: 212)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan itu dan informan yang menjawab pertanyaan dari pewawancara. Moleong (2012 :135) Menurut Lincoln dan Guba (1985 :266) dalam buku metode penelitian kualitatif maksud mengadakan wawancara antara lain:

mengkonstruksikan mengenai orang kejadian, kegiatan, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain Moleong (2012 :135)

Peneliti akan melakukan wawancara secara terbuka dengan memberitahukan tujuan dari wawancara agar informan mengetahui dan menyadari bahwa sedang diwawancarai agar informan memberikan keterangan yang lebih tentang apa yang dia ketahui dan apa yang dia lakukan, sebagai sumber data bagi peneliti.

Proses wawancara akan berlangsung di sebuah warung kopi, dan wawancara ini bersifat terbuka yaitu tidak ada sifat rahasia yang ditutup-tutupi antara informan lainnya. Proses wawancara ini akan bersifat santai dan akan terlihat seperti sharing tentang bagaimana cara carding dan tentang bagaimana lifestyle mereka. Waktu untuk melakukan wawancara ini tidak di tentukan karena peneliti akan melakukan wawancara ketika ada kemungkinan untuk melakukan wawancara.

Wawancara yang peneliti lakukan bisa beberapa menit, dan proses wawancara ini berlangsung sekitar 40 hari. Hambatan yang pneliti alami adalah terkadang *carder* merahasiakan beberapa informasi seperti dari mana mendapat nomer kartu kreditnya, selebihnya mereka akan dengan santai menceritakan dan memberitahu bagaimana melakukan *carding* dan tentang bagaimana *lifestyle* mereka sehari-hari sebagai seorang *carder*.

1.6.3 Teknik Analisis Data

Menurut (Bogdan dan Taylor 1975 :5) dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif mendefinisikan :metode kualitatif' sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Metode penulisan kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan. Pertama, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan-kenyataan ganda; kedua, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden; dan ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi Moleong (1996:5).

Metode analisis data digunakan untuk mendapatkan sebuah informasi dari sebuah data yang di peroleh ketika melakukan penelitian, informan dapat menggunakan logika berfikirnya dalam menjawab pertanyaan dari peneliti. Bogdan dan Baliken dalam buku Metodologi Penelitian kualitatif oleh Moleong (2012: 248), menyatakan bahwa analisis data kualitatif adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan data, berupa mengorganisasi data, membagi-bagi menjadi suatu kelompok yang dapat dikelola, menyelaraskan data, mencari dan mendapatkan pola, mendapatkan suatu yang dianggap penting dan suatu yang dapat dipelajari, dan pada akhirnya dapat menentukan apa yang harus diceritakan kepada orang lain.

Dari hasil penelitian ini peneliti akan menganalisis sebuah fenomena yang terjadi pada anggota komunitas *hardcore*, bagaimana mereka memanfaatkan carding sebagai sebuah cara untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yakni penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud melihat fenomena apa sajakah yang terjadi. Mengenai aktifitas *carder* dan gaya hidup mereka penelitian ini juga memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap dan perilaku setiap individu kemudian peneliti akan mendeskripsikan bagaimana para *carder* bekerja dan tentang pemaknaan gaya hidup dan juga tentang kebutuhan hidup para *carder*.