

IDENTITAS REMAJA PUTRI PERKOTAAN TENTANG MAKNA SIMBOLIK HEDONISME

Gebby Olivia

Program Studi S-1 Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Surabaya

gebbyolivia@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Fokus penelitian ini meneliti identitas remaja putri perkotaan tentang makna simbolik hedonisme. Dimana remaja putri perkotaan ingin sekali menunjukkan identitasnya melalui simbol-simbol yang dikonsumsi. Penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik Herbert Blummer, gaya hidup David Chanay, serta konsumsi Baudillard dengan pendekatan kualitatif metode fenomenologi. Tujuan penelitian ini mendeskripsikan remaja putri perkotaan dalam interaksi dilingkungannya, mengetahui simbol-simbol yang dikonsumsi mereka, mendeskripsikan gaya hidup dalam sehari-harinya, serta pola konsumsi yang dilakukan oleh remaja putri perkotaan. Hasil dari penelitian ini yaitu remaja putri perkotaan memang dengan sengaja menggunakan simbol-simbol melalui apa yang dilihat dalam lingkungannya. Interaksi simbolik yang dilakukan remaja putri perkotaan dengan melakukan kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi yang dilakukan remaja putri perkotaan dengan memakai barang-barang mahal dan bermerk. Gaya hidup tinggi dan mewah yang diperlihatkan pada sekitarnya dan kegiatan konsumtif yang dilakukan, sehingga mereka menjadi remaja putri perkotaan yang hedon. hal yang dilakukan mereka agar dapat menunjukkan identitas dirinya kepada lingkungan sekitarnya.

Kata Kunci : *Remaja Putri Perkotaan, Simbol, Konsumsi, Gaya Hidup, Identitas*

Abstract

The focus of this study examines the identity of urban teenagers about the symbolic meaning of hedonism. Where urban teenagers want to show their identity through the symbols they consume. This study uses the theory of symbolic interaction Herbert Blummer, David Chanay's lifestyle, and Baudillard's consumption with a qualitative approach to phenomenology methods. The purpose of this study is to describe urban female adolescents in their environment interactions, to know the symbols consumed, to describe their daily lifestyle, and the consumption patterns carried out by urban girls. The results of the study are urban teenage girls who deliberately use symbols through what is seen in their environment. Symbolic interactions carried out by urban female adolescents by carrying out consumption activities. Consumption activities carried out by urban girls using expensive and branded items. High and luxurious lifestyles are shown to the surroundings and consumptive activities are carried out, so that they become urban hedon girls. things they do to be able to show their identity to the surrounding environment.

Keywords: Urban Young Women, Symbols, Consumption, Lifestyle, Identity

PENDAHULUAN

Indonesia saat ini sedang berada pada zaman yang semakin menglobal. Terlihat dari banyaknya kemajuan yang terjadi di dalam negeri kita. Kemajuan yang terjadi meliputi pesatnya teknologi dan alat transportasi yang semakin beredar luas di Indonesia. Dunia semakin berlomba-lomba untuk menunjukkan hasil karya terbaik dinegaranya. Kemajuan jaman yang telah diiringi juga oleh perkembangan teknologi dan sains, membuat dunia semakin mudah dijangkau. Pola hidup masyarakat yang semakin konsumtif serta kemajuan teknologi,

membuat segala sesuatu berubah dengan begitu cepat.

Sehingga teknologi pada saat ini menjadi sangat maju dan membuat masyarakat mengikuti kemajuan tersebut. Secara tidak langsung hal ini sudah memaksa masyarakat untuk menjadi konsumtif. Dimana mereka dipaksa untuk tau akan kemajuan yang sedang terjadi saat ini. Namun kepaksaan yang dialami oleh masyarakat itu tidak membuat mereka merasa terbebani, malah seakan-akan mereka menerima hal tersebut.

Memasuki era globalisasi ini bukan hanya teknologi saja yang menjadi sangat maju dan berkembang melainkan perkembangan gaya hidup juga ikut menjadi berkembang dengan cepat. Perkembangan gaya hidup yang pesat ini sangat terlihat pada kota-kota besar. Keadaan seperti ini terjadi dikarenakan banyaknya saran dan prasarana yang ada, seperti banyaknya pusat perbelanjaan dan mall yang berada di perkotaan.

Selain itu semakin banyaknya resto dan kafe yang menawarkan tampilan yang unik serta menarik yang dapat menarik masyarakat untuk datang. Tempat yang seperti ini secara tidak langsung merubah gaya hidup masyarakat di zaman sekarang. Sebab dahulu masyarakat tidak mengenal tempat seperti itu, tetapi setelah munculnya kafe dan resto ini seakan-akan menjadi fenomena sosial yang merubah gaya hidupnya.

Gaya hidup merupakan perilaku seseorang yang ditunjukkan dengan melakukan aktivitas, minat dan opini khususnya berkaitan dengan citra diri yang merefleksikan status sosialnya. Prilaku konsumsi yang semakin heterogen merupakan salah satu bentuk gaya hidup yang dilakukan oleh seseorang, konsumsi merupakan satu petanda yang dapat menunjukkan gaya hidup seseorang, gaya hidup sebagaimana dikatakan Chanay (2004:40) dalam Rahma adalah ciri sebuah dunia modern, atau modernitas. Terutama bagaimana orang lain yang melihat, sehingga gaya hidup sangat berkaitan dengan membentuk image di mata orang lain yang berkaitan dengan status sosial yang disandangnya.

Rasa gengsi yang tinggi dapat terlihat dari barang bermerek dan mahal, atau simbol-simbol kemewahan lainnya merupakan gejala umum sekarang ini. Terlihat jelas di kota-kota saat ini semakin banyak bermunculan butik dan toko-toko pakaian yang merupakan barang import dan bermerek dengan harga yang tinggi. Begitu pula bagi remaja belanja memiliki makna tersendiri bagi mereka. fenomena ini adalah stratifikasi sosial yang mana sebuah struktur sosial yang terdiri dari lapisan-lapisan dari lapisan atas sampai lapisan terbawah.

Semakin pesatnya tren kapitalisme maka pertumbuhan tempat-tempat hiburan dan pusat-pusat perbelanjaan semakin berkembang seperti jamur dimusim hujan. Fenomena tersebut secara langsung ataupun tidak langsung mempengaruhi budaya dan pola hidup terutama pada kaum muda remaja pada saat ini. Dimana pergeseran budaya mulai menjangkit kaum muda remaja tanpa kompromi dan berubah secara besar tentang paradigma berpikir kaum muda

remaja, dari budaya timur beralih menjadi budaya kebaratan.

Berbicara mengenai gaya hidup remaja, mereka yang memiliki perbedaan yang bisa dilihat oleh kelompok lainnya. Gaya hidup mencakup kebiasaan, pandangan dan pola-pola respons terhadap hidup, gaya hidup tidak tercipta secara alamiah namun ditemukan, diadopsi dan diciptakan serta digunakan untuk menampilkan tindakan agar mencapai tujuan tertentu. Gaya hidup sebagai pembeda kelompok akan muncul pada masyarakat, terbentuk atas dasar stratifikasi sosial. Setiap kelompok didalam struktur sosial tertentu akan memiliki gaya hidup yang khas.

Inilah yang dikatakan bahwa gaya hidup seperti ini yang menjadi simbol prestis dalam sistem stratifikasi sosial. Dalam struktur stratifikasi inilah, gaya hidup dapat dilihat dari barang-barang yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, cara berperilaku, cara bersosial, sampai bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi sehari-hari. Dalam struktur yang seperti inilah, kita dapat melihat gaya hidup remaja dibentuk dalam kelasnya masing-masing.

Eksistensi kaum muda remaja hanya ditempatkan pada pengakuan-pengakuan yang sementara, misalnya seorang remaja dianggap eksistensinya jika ada dari mereka yang menggunakan baju-baju bermerk, menggunakan handphone yang masa kini seperti android, seku untu ngekafe dan yang lainnya. Hal ini didukung dengan pembangunan perkotaan yang mendukung adanya sarana-sarana konsumsi baru yang kemudian membentuk pola konsumsi masyarakat menjadi tidak terkandali.

Ini akan menjadi masalah ketika kebiasaan yang wajar menjadi tidak wajar bahkan berlebihan. Pada awalnya remaja melakukan hal itu hanya untuk memenuhi kebutuhannya, namun saat ini mereka melakukannya hanya untuk kesenangan dan hanya untuk bergaya saja. Semua itu mereka lakukan untuk mendapatkan identitas dikalangnya. Karena pada akhirnya mereka akan menuntut orang tuanya untuk memenuhi kebutuhannya dalam hal gaya hidup.

Banyak sekali dampak buruk dalam hal konsumtif yang berlebihan ini. Dampak negatifnya akan lebih besar terjadi apabila pencapaian finansial didapatkan dengan segala cara yang tidak baik. Bagi remaja, penyesuaian diri dengan kelompok pada tahun-tahun awal masa remaja adalah penting. Secara

bertahap remaja mulai mengharapkan identitas diri dan tidak lagi merasa puas dengan adanya kesamaan dalam segala hal dengan teman-teman sebayanya.

Banyak cara yang dilakukan remaja untuk menunjukkan identitasnya, antara lain penggunaan simbol-simbol status dalam bentuk kendaraan, pakaian, dan pemilikan barang-barang lain yang mudah dilihat. Melalui cara seperti ini, remaja berusaha menarik perhatian orang lain agar mereka memandangnya secara individu. Di samping itu, ia juga berusaha mempertahankan identitas dirinya terhadap kelompok sebaya.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mendeskripsikan remaja putri perkotaan dalam interaksi dilingkungannya, mengetahui simbol-simbol yang dikonsumsi mereka, mendeskripsikan gaya hidup dalam sehari-harinya, serta pola konsumsi yang dilakukan oleh remaja putri perkotaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif penelitian yang mempunyai maksud untuk memahami fenomena dialami subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan Fenomenologi menurut Alfred Scutz membuat interpretasi fenomena terhadap realitas yang diamati. Fenomenologi digunakan untuk membongkar *because of motive* dan *in order to motive* para remaja putri perkotaan.

PEMBAHASAN

A. Interaksi Simbolik Mahasiswa FEB Unair

Interaksi yang dilakukan oleh individu dalam terlihat melalui penggunaan simbol-simbol, interpretasi, atau dengan saling berusaha untuk sama-sama memahami maksud dari tindakan masing-masing. Simbol merupakan ekspresi seseorang yang dapat menimbulkan makna bagi orang lain yang menerimanya. Seperti pada mahasiswa putri FEB simbol-simbol yang dipertukarkan dimaknai berbeda oleh masing-masing. Menurut Blummer istilah interaksionisme simbolik menunjukkan pada sifat khas dari interaksi antar manusia saling menerjemahkan dan saling mengidentifikasi tindakannya.

Seperti simbol bahasa, bagi beberapa teman cerita-cerita mengenai kegiatan sehari-hari hanya sebagai bentuk interaksi sosial, *sharing* antar teman atau percakapan biasa. Namun demikian, bagi beberapa anggota lain simbol tersebut dianggap sebagai tanda yang memiliki arti dan mendorong lain untuk melakukan hal yang sama. Saat di kampus mereka bertemu dan melakukan kegiatan bersama dan saling menceritakan hal apa pun dengan bersama.

Pertukaran yang dilakukan dengan saling mempertontonkan barang-barang pribadi sebagai bentuk stimulus dan respon dalam interaksi simbolik yang dilakukan oleh mahasiswa tersebut. Terlihat adanya interaksi yang melibatkan stimulus dan respon. Ketika ada salah satu teman melakukan sesuatu hal kemudian diikuti oleh teman yang lain. Seperti ketika salah satu teman menggunakan pakaian dengan merk tertentu nantinya yang lainnya juga akan menggunakan baju dengan merk yang sama juga.

Hal tersebut merupakan salah satu bentuk interaksi dengan menggunakan stimulus dan respon yakni adanya sebuah simbol yang disampaikan oleh salah satu anggota dan kemudian dianggapi oleh anggota lain. Artinya anggota lain telah melakukan pemaknaan mengenai simbol yang diberikan dan melakukan hal yang sama sebagai bentuk interaksi. Pertukaran simbol dapat terlihat dengan perilaku informan dari adanya persamaan perilaku yang dimiliki sesama informan.

Persamaan tersebut dapat dilihat melalui konsumsi, liburan, pakaian dan juga aksesoris. Dengan menunjukkan simbol berupa barang dan aktifitas yang dilakukan, masing-masing anggota berusaha untuk merepresentasikan kelas sosial mereka. Aktifitas konsumsi adalah salah satu bentuk representasi kelas sosial. Konsumsi meliputi barang dan jasa. Barang dapat berupa tas, sepatu, pakaian, perhiasan dan aksesoris lain seperti gelang bermerk dan jam tangan.

Selain itu ada pula konsumsi jasa meliputi perawatan tubuh, perawatan wajah, olahraga dan juga perawatan kesehatan. Dari percakapan verbal maupun simbol yang ditunjukkan informan terlihat adanya persamaan konsumsi. Tidak hanya itu, bahkan terlihat adanya persaingan antar anggota dalam melakukan konsumsi. Perilaku konsumsi yang dilakukan oleh masing-masing informan dapat dimaknai bahwa mereka adalah seorang mahasiswa atau remaja putri perkotaan yang peduli dengan penampilannya.

B. Gaya Hidup Sebagai Representasi Kelas Sosial Menengah Atas

Jika dilihat dan dicermati mahasiswa FEB Unair yang menjadi informan memang berasal dari kalangan kelas atas. Melihat pekerjaan orang tua beserta penghasilan setiap bulannya terlihat berasal dari kalangan menengah atas. Menurut Heru Widiatmanti (2015), pada masyarakat Indonesia, kelas menengah itu berada di kisaran pendapatan diatas Rp. 6.000.000,00 (enam juta rupiah). Mengacu pada *Boston Consulting*, ia membedakan kelas

menengah menjadi dua, yaitu: menengah atas dan menengah bawah. Kelas menengah atas memiliki pendapatan diatas Rp.6.000.000 (enam juta rupiah) setiap bulannya, sedangkan menengah bawah memiliki pendapatan Rp. 2.600.000,00 (dua juta enam ratus ribu rupiah).

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap mahasiswa FEB Unair sebagian besar dari mereka merupakan anak-anak dari kelas menengah atas. Dari sisi perekonomian keluarganya, tempat kos memiliki selera yang tinggi dan bagus. Terlihat dengan fasilitas serta harga kos yang memang cukup tinggi. Gaya hidup sudah pasti yang utamanya akan berkaitan erat dengan status dan kedudukan. Singkatnya pelapisan sosial yang nantinya akan mendistribusikan kedudukan tertentu kepada anggota masyarakat sesuai dengan kategori yang dimilikinya.

Selanjutnya kedudukan dalam lapisan sosial mempunyai pengaruh kehidupan masyarakat. Pengaruh tersebut setidaknya-tidaknya akan terlihat dalam tingkah laku, sosialisasi, partisipasi dalam kehidupan masyarakat maupun gaya hidup. Dalam hal tertentu gaya hidup sering ditonjolkan dan unsur-unsur yang dianggap paling dihargai dalam masyarakat. Salah satu strata yang paling menarik dilihat adalah lapisan menengah, sebab saat ini golongan lapisan menengah memiliki cara hidup tersendiri yang cukup membedakannya dengan kelompok-kelompok diatas maupun dibawahnya.

Gaya hidup diekspresikan melalui apa yang dipakai seseorang, apa saja yang dikonsumsinya dan bagaimana dia membawa dirinya dalam lingkungan sosialnya. Terlihat jika orang tua informan selalu memberika uang saku beserta fasilitas yang terbaik untuk anaknya. Memberika uang saku yang lumayan banyak, serta kendaraan yang dibawakan kepada anak-anaknya.

Hampir semua informan menggunakan mobil ke kampus. Jenis mobil yang dimiliki informan berjenis minibus yang harganya masih di atas Rp 150.000.000,00 bahkan lebih. Hal ini kembali lagi dengan keadaan ekonomi keluarga informan yang ada. Representasi kelas juga di tunjukan melalui konsumsi barang-barang bermerk. Barang-barang tersebut berupa tas, sepatu, baju, kendaraan. Beberapa tas yang dimiliki informan seperti C&K, Fossil, Guess dan Gosh yang harganya masih berkisaran Rp500.000,00 hingga Rp 2.000.000,00.

Selain tas ada pula aksesoris tambahan yang merak gunakan seperti jam tangan yang bermerk dan memiliki harga yang memang cukup tinggi. Seperti merk jam AC, Casio, Fossil, dan Swatch yang harganya berkisar Rp 700.000,00-Rp 2.000.000,00. Aksesoris lainnya yang digemari oleh informan yaitu perhiasa, ada beberapa yang suka dengan jenis mas

kuning ada pula yang menyukai jenis mas putih. Dimana harga perhiasa juga tidaklah murah, tergantung dari beratnya. Tidak hanya itu saja tempat belanja yang sering mereka update di media sosial juga merupakan representasi kelas yang ingin di sampaikan oleh mereka seperti Tunjungan Plasa, Galaxy Mall, Sutos dan CITO. Representasi kelas juga dilihat melalui pakaian yang dipakai oleh masing-masing informan. Dengan memiliki selera yang berdeba-beda setiap informan. Selain itu kegiatan mempercantik diri seperti perawatan wajah dan melakukan kegiatan olah raga juga dilakukan mereka.

C. Konsumsi Mencolok Mata

Konsumsi adalah bentuk barang terutama merupakan salah satu bentuk konsumsi yang disebut Veblen sebagai konsumsi mencolok mata dan berlebih. Hal ini di tunjukan melalui cara mereka ketikan menggunakan tas, meletakkan tas dan juga memakai tas ketika berfoto. Ada pesan-pesan simbolik yang sengaja di tampilkan oleh informan seperti merk dan juga simbol-simbol dari merk tersebut.

Konsumsi berlebihan, mewah dan berlebihan atas barang dan jasa yang di perlihatkan bertujuan untuk menampilkan kelas dan hal ini sengaja dipertontonkan kepada publik untuk memperoleh label sebagai kelas sosial menengah. Kemajuan teknologi juga turut membantu dalam mendukung gagasan yang dikeluarkan oleh Veblen mengenai konsumsi mencolok mata. Hal ini dikarenakan teknologi sebagai salah satu media komunikasi digunakan oleh masyarakat.

untuk mempertontonkan konsumsi yang mereka lakukan baik itu dalam bentuk gambar yang di unggah ataupun profil yang di tulis di dalam sebuah media sosial. Ketika sebuah barang di pertontonkan mengenai bentuk fungsinya maka konsumsi mencolok mata tidak dapat dijelaskan. Namun demikian, ketika sebuah benda di perlihatkan sebagai bentuk tandanya maka hal ini dapat dikatakan sebagai bentuk konsumsi mata, bahkan konsumsi menyakitkan mata.

Karena tidak menutup kemungkinan ketika orang lain melihatnya akan timbul sebuah rasa iri yang kemudian membuat mereka merasa tersaingi dan mengakibatkan mereka melakukan tindakan yang sama yaitu konsumsi. Kegiatan-kegiatan konsumsi yang mencolok mata seperti ini merupakan salah satu bentuk representasi kelas yang dilakukan oleh mereka.

Mereka melakukan konsumsi atas barang bermerek dan jasa dengan tarif mahal merupakan salah satu cara mereka menampilkan diri untuk mendapatkan identitas diri dan diakui oleh kelompoknya. Tentu anggota kelompok ini melakukan hal tersebut secara sadar dan bertujuan. Seperti kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang mereka. Kegiatan tersebut adalah jalan-jalan, kuliner, traveling, foto, pergi ke *cafe* dan juga belanja.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini terlihat jelas jika setiap mahasiswa FEB menggunakan simbol yang mereka lihat di lingkungan. Dengan mengkonsumsi simbol tersebut mereka melakukan pertukaran yang dilakukan dengan saling mempertontonkan barang-barang pribadi sebagai bentuk stimulus dan respon dalam interaksi simbolik yang dilakukan oleh mahasiswa tersebut. Dengan menunjukkan simbol berupa barang dan aktifitas yang dilakukan, masing-masing anggota berusaha untuk merepresentasikan kelas sosial mereka.

Aktifitas konsumsi adalah salah satu bentuk representasi kelas sosial. Konsumsi meliputi barang dan jasa. Sehingga mereka memiliki gaya hidup yang tinggi dengan menggunakan barang-barang bermerk yang harganya tinggi. menggunakan pakaian, tas, jam tangan serta aksesoris pendukung lainnya. Sehingga membuat mereka mengkonsumsi yang berlebihan dan mencolok mata. Konsumsi yang berlebihan sengaja ditunjukkan agar mereka mendapatkan label dan diakui oleh publik sebagai kelas sosial menengah atas dan sebagian dari identitas mereka sebagai remaja perkotaan

DAFTAR PUSTAKA

- Amir Piliang, Yusuf. 1999. *Hiper-realitas Kebudayaan: Semiotika, estetika, Posmoderinsme*. Bandung: LKIS.
- Bagong, Suyanto. 2013. *Sosiologi ekonomi, kapitalisme dan konsumsi di era masyarakat postmodernisme*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grub.
- Boudillard, Jean. 2004. *Masyarakat Konsumsi*, (penerjemah: Wahyunto) Jogjakarta: Kreasi Wacana.
- Berger, Peter L. Dan Thomas Luckmann. 1966. *The Social Construction of Reality: A Treatise in The Sociology of Knowledge*. Diterjemahkan

oleh Basari, Hasan. 2012. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Sebuah Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta: LP3ES.

- Creswell, John W. 2014. *Research Design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Damsar dan Indrayani. 2011. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Lexi, J, Moleong. 2006. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosada Karya.
- Lubis, Akhyar Yusuf. 2014. *Postmodernisme, Teori dan Merode*. Jakarta: Raja Grafindo Pustaka.
- Raharjo Adisasmita. 2015. *Teori pertumbuhan kota*. Jogjakarta: Graha Ilmu.
- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman. 2009. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: kencana.
- Umiarso dan Elbadiasnyah. 2014. *Interaksionisme Simbolik.: Dari Era Klasik Hingga Modern*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.