

SHOPAHOLIC;
STUDI ETNOGRAFI TENTANG PERILAKU KONSUMTIF
DI KALANGAN MAHASISWA DI KOTA MAKASSAR



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin

Oleh:

HERY HANDIKA GINTING

E511 14 019

DEPARTEMEN ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR

2021

HALAMAN JUDUL

SHOPAHOLIC;
STUDI ETNOGRAFI TENTANG PERILAKU KONSUMTIF
DI KALANGAN MAHASISWA DI KOTA MAKASSAR

OLEH:

HERY HANDIKA GINTING

E511 14 019

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin

DEPARTEMEN ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : **SHOPAHOLIC; STUDI ETNOGRAFI TENTANG PERILAKU KONSUMTIF DI KALANGAN MAHASISWA DI KOTA MAKASSAR**

Nama : Hery Handika Ginting

Nim : E51114019

Departemen : Antropologi

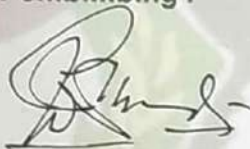
Program Studi : Antropologi Sosial

Telah diperiksa dan disetujui oleh Pembimbing I dan Pembimbing II
Untuk diajukan pada Tim Evaluasi Skripsi Departemen Antropologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyetujui,

Makassar, 25 Februari 2021

Pembimbing I



Prof. Dr. Supriadi H. MA.
NIP. 19640202 198903 1005


Pembimbing II



Dr. Tasrifin Tahara, M.Si.
NIP. 19750823 200212 1002

Mengetahui,

**Ketua Departemen Antropologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin**



Dr. Yahya, MA

NIP. 19621231 200012 1001

LEMBAR PENERIMAAN

Judul : MENJADIKAN KERABAT (Strategi *Pinggawa* dalam Membangun Hubungan Kelompok Kerja pada Nelayan Teripang di Pulau Barrang Lompo)

Nama : Ismail Muhtar

NIM : E511 14 017

Departemen : Antropologi

Program Studi : Antropologi Sosial

Telah diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana studi Antropologi Sosial dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan.

Makassar, 25 Februari 2021

Panitia Ujian

Ketua : Prof. Dr. Hamka Naping, MA. (.....)

Sekretaris : Ahmad Ismail, S.Sos., M.Si (.....)

Anggota : Prof. Dr. Mungsi Lampe, MA. (.....)

Muhammad Neil, S.Sos., M.Si (.....)

Icha Musywirah Hamka, S.Sos., M.Si (.....)

HALAMAN PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hery Handika Ginting

Nim : E51114019

Judul : *Shopaholic*; Studi Etnografi Tentang Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa Di Kota Makassar

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana) baik di Universitas Hasanuddin maupun pada perguruan tinggi lainnya. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah ini dengan disebutkan nama dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Makassar, 16 Juni 2021

Yang menyatakan,



Hery Handika Ginting
Hery Handika Ginting

PRAKATA

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini yang berjudul *Shopaholic; Studi Etnografi Tentang Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa Di Kota Makassar* lahir dari hasil penelitian dan beberapa studi literatur yang dilakukan oleh penulis. Penyelesaian studi penulis terhitung mulai dari bulan Maret tahun 2019 sampai bulan Mei tahun 2020. Dimana dalam jangka waktu tersebut termasuk pengajuan judul, penyusunan proposal, bimbingan proposal, seminar proposal, penyusunan pedoman penelitian, turun lapangan untuk penelitian, penulisan skripsi kemudian proses bimbingan skripsi. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, kota Makassar. Dari judul diatas dapat diketahui bahwa skripsi ini ingin mendeskripsikan gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern. Oleh karena itu, siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan senantiasa mengalami perubahan pola perilaku. Salah satunya adalah perilaku konsumtif yang terjadi di Indonesia merupakan perubahan gaya hidup yang melanda kalangan remaja serta anak muda yang mayoritasnya adalah mahasiswa. Oleh karena itu, keluarga merupakan lingkungan pertama dan utama bagi anak untuk tumbuh sebagai makhluk sosial, sekaligus

merupakan wahana pembentukan karakter. Mencermati fenomena budaya konsumtif masyarakat terlihat bahwa permasalahan tersebut bersifat kompleks dan terkait dengan etika, moralitas dan spiritual, kesulitan ekonomi, ketenagakerjaan, pendidikan, sosial budaya dan lainnya. Bila fungsi keluarga bisa menguat, diharapkan dapat mengatasi masalah budaya konsumtif. Atas penyelesaian skripsi ini, dengan penuh rasa hormat penulis sampaikan terima kasih kepada kedua orang tua penulis, Bapak Hermanto Ginting dan Ibu Arny Setty Br Sembiring yang telah memberikan dukungan, doa dan motivasi dalam setiap urusan sampai pada tahap penyelesaian skripsi ini. Terima kasih untuk seseorang yang mengatakan aku selalu sibuk truss, sudah beberapa tahun belakangan ini yang secara tidak sadar merupakan sebuah motivasi yang memaksa penulis harus mengurangi segala tindakan yang menyibukkan diri kesana kemari bahkan santai. Untuk segala pengorbanan selama ini, secara khusus karya ini penulis persembahkan sebagai hadiah terindah saat ini untuk kedua orang tua. Selain itu, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, MA selaku Rektor Universitas Hasanuddin.
2. Prof. Dr. Armin Arsyad, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin beserta seluruh Staf.
3. Dr. Yahya, MA selaku Ketua Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
4. Muhammad Neil, S.Sos, M.Si selaku Sekretaris Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.

5. Dr. Tasrifin Tahara, M.Si.. selaku pembimbing akademik (PA) yang telah memberikan pengalaman, ilmu dan pengetahuan selama penulis pada tahap proses penyusunan dan bimbingan proposal penelitian skripsi.
6. Prof. Dr. Supriadi H, MA. selaku pembimbing I dan Dr. Tasrifin Tahara, M.Si. selaku pembimbing II yang selama ini telah meluangkan waktunya bagi penulis dan dengan sabar membimbing penulis sampai selesai.
7. Para tim penguji Prof. Dr. Supriadi H, MA, Prof. Dr. Pawennari Hijjang, M.A., Dr. Tasrifin Tahara, M.Si.dan Ibu Dra. Hj. Nurhadelia F. L, M.Si yang telah memberikan saran dan kritik yang membangun dalam memperbaiki skripsi ini.
8. Dosen atau staff pengajar Departemen Antropologi Sosial Prof. Dr. Mahmud Tang, MA, Prof. Dr. M. Yamin Sani, MS, Prof.Nurul Ilmi Idrus, Ph.D. Prof. Hamka Naping, MA, Prof. Dr. Mungsi Lampe, MA, Prof. Dr. Ansar Arifin, M.S, Dr.Muh. Basir Said, MA, Dr. Safriadi, M.Si., Ahmad Ismail, S.Sos., M.Si Icha Muswirah Hamka, S.Sos, M.Si, dan Hardianti Mungsi, S.Sos, M.Si yang telah berbagi ilmu dan pengalaman selama penulis belajar di Kampus Universitas Hasanuddin.
9. Staff pegawai Departemen Antropologi Sosial, bapak M. Idris S, S.Sos, bapak Muh. Yunus, Ibu Anni yang selalu membantu dalam proses kelengkapan berkas penulis.

10. Ketiga saudara penulis, Nia Christina (+) Harista Br Ginting dan Herany Br Ginting dan Be'bere mamana Frienty DJ Br Sitepu yang selalu memberikan dukungan selama kuliah sampai pada tahap penyelesaian skripsi.
11. Semua informan yang telah berpartisipasi dan meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam proses pengumpulan data sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Kanda Ari Suriasyah, S.Sos, Andi Cipta Surya S.Sos, Sudirman S.Sos, Irfan Sakkir S.SoS, Taufik Kamara S.Sos, Victor Pasoloran S.Sos, Rahmat Hidayat S.Sos dan Bayu Andika Putra S.Sos yang selama kuliah telah berbagi pengalaman dan ilmu pengetahuan serta memberikan pinjaman buku kepada penulis sejak penyusunan proposal sampai penulisan skripsi.
13. Kanda Varis Vadly Sanduan, S.Sos, M.Si (Antropologi 2008) yang selama ini telah berbagi ilmu, dan memberikan solusi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
14. HUMAN FISIP UNHAS, yang telah hadir sebagai 'rumah' dan memberikan ruang bagi penulis untuk mempelajari banyak hal.
15. BEM KEMA FISIP UNHAS, yang telah hadir sebagai 'rumah' dan memberikan ruang bagi penulis untuk mempelajari banyak hal.
16. PMKO FISIP UNHAS, yang telah hadir sebagai pendalaman kerohanian dan senior members.

17. Teman angkatan Antropologi 2014 (BERL14N) Akbar, Alfian, Albert, Erik, Ical, Ismail, Yulian, Nawir, Naim, Ilham, Rahmad, Aswah, Akira, keke, Hilda, Teten, hasmida, Nidar, Esty, Jumalia, Sakinah, Winda, Nisa, Nirma, Nidar, yang senantiasa selalu memberikan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
18. Seluruh kerabat dan Anggota HUMAN FISIP UNHAS yang senantiasa memberikan bantuan, semangat, saran dan kritikan kepada penulis selama dikampus. Teman-teman KKN gelombang 99 Kecamatan Tanete Rilau Kabupaten Barru, khususnya posko Lasitae untuk setiap pengalaman, doa dan dukungannya selama ini. Seseorang yang menemani selama proses penyelesaian skripsi ini, terima kasih untuk semangat, dukungan dan doanya.
19. Seluruh kawan penulis yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberikan dukungan dan doanya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu dengan segala keikhlasan hati serta tangan terbuka, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Makassar, 2 Februari 2020

Hery Handika Ginting

ABSTRACT

HERY HANDIKA GINTING (E51114019). *SHOPAHOLIC; Study of Anthropology of Consumptive Behavior among Students in Makassar City.* Under the guidance of Prof. Dr. Supriadi Hamdat, MA as a counselor I , and Dr. Tasrifin Tahara, M.Si as a counselor II.

This Research purpose to find out how students perceive shopaholic and factors that affect students to be shopaholic. The writer interested in researching this is because there is a luxurious lifestyle that happens to students and not common on campus as college is identical with the feel of academic and simple.

This research is a kind of research of descriptive set of qualitative and as for the research which is on campus, Hasanuddin University and the city of Makassar. The Source of data in this research obtained from interview, observation of the informant behavior, and documentation

This research result indicates that shopaholic was seen as the luxury lifestyle that be seen from the activities, interest, as well as appearance. And then this research explains how students perceive awesome, be interpreted as a form of prestige, as a form of the luxury lifestyle and exclusive, and as a form of the self existence. Then explain about factors that affect students to be shopaholic is divided into two factor, the first is internal factor and external factor. The factors internal includes goals, motives and benefits, then needs management and desires the luxury lifestyle, meanwhile external factors consisted of the relationships, family, social media, as well as the campus as a stylish arena and many entertainment venues in the city of Makassar.

Key Words; Shopaholic, Lifestyle, Students

ABSTRAK

HERY HANDIKA GINTING (E51114019). SHOPAHOLIC; Studi Etnografi Tentang Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa di Kota Makassar. Dibawah bimbingan Prof. Dr.Supriadi Hamdat, MA sebagai pembimbing I, dan Dr. Tasrifin Tahara, M.Si sebagai pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk-bentuk perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa dan faktor penyebab mahasiswa berperilaku shopaholic. Penulis tertarik meneliti hal ini karena adanya suatu gaya hidup mewah yang terjadi pada mahasiswa dan tidak biasa terjadi di kampus sebagaimana kampus diidentikkan dengan nuansa akademik dan sederhana.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan adapun lokasi penelitian yaitu lingkungan kampus Universitas Hasanuddin dan kota Makassar. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara observasi tindakan informan,dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa shopaholic dilihat sebagai gaya hidup mewah yang dilihat dari aktifitas, minat, serta penampilan secara fisik. Kemudian penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana bentuk-bentuk perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa yang dimaknai sebagai bentuk prestise, sebagai bentuk gaya hidup mewah dan eksklusif, serta sebagai bentuk eksistensi diri. Kemudian menjelaskan tentang faktor penyebab mahasiswa berperilaku shopaholic ialah terbagi atas dua factor, faktor yang pertama ialah factor internal kemudian faktor yang kedua adalah faktor eksternal. Adapun faktor internal meliputi tujuan, motif dan keuntungan, kemudian manajemen kebutuhan dan hasrat gaya hidup mewah, serta sikap. Sedangkan faktor eksternal terdiri atas lingkungan pergaulan, keluarga, media sosial, serta kampus sebagai arena bergaya dan munculnya banyak tempat hiburan di Kota Makassar.

Kata kunci; Shopaholic, Gaya Hidup, Mahasiswa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENERIMAAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
PRAKATA	v
ABSTRACT	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	15
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	15
1. Tujuan Penelitian	15
2. Manfaat Penelitian	16
D. Metode Penelitian	16
1. Jenis Penelitian.....	16
2. Pertimbangan-pertimbangan Etis	17
3. Lokasi Penelitian.....	19
4. Teknik Penentuan Informan.....	20
5. Jenis dan Sumber Data	21
6. Teknik Pengumpulan Data.....	22
7. Teknik Analisis Data	24
8. Hambatan Penelitian.....	26

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Globalisasi	29
B. Gaya Hidup	32

C. Bentuk-bentuk Gaya Hidup	34
D. Budaya populer	37
E. Masyarakat Konsumtif	39
F. Kerangka Konseptual	40

BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Universitas Hasanuddin.....	42
B. Gambaran Umum Tempat Aktivitas Mahasiswa di Kota Makassar.....	45
1. New Makassar Mall.....	45
2. Mall Panakukkang (MP).....	46
3. Zafferano Restaurant and café	47
4. Mall Ratu Indah.....	48
5. Makasa Town Square (M'Tos).....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik dan Kategori Mahasiswa “ <i>Shopaholic</i> ”	50
1. Mahasiswa Candu Belanja	50
2. Mahasiswa <i>Online Shop</i>	53
B. <i>Lifestyle Mahasiswa shopaholic</i>	55
1. <i>Fashion Mahasiswa shopaholic</i>	57
2. Aktifitas Mahasiswa	64
C. Pemaknaan <i>shopaholic</i> bagi Mahasiswa	73
1. <i>Shopaholic</i> sebagai bentuk Prestise	75
2. <i>Shopaholic</i> sebagai Gaya Hidup Mewah & Eksklusif	80

3. <i>Shopaholic</i> sebagai bentuk eksistensi diri	84
D. Faktor yang mempengaruhi Mahasiswa Bergaya hidup	
<i>shopaholic</i>	89
1. Faktor Internal	91
2. Faktor Eksternal	99
BAB V KESIMPULAN	
A. Kesimpulan	108
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	112
Tabel Informan	43
Gbr 1. Letak dan kedudukan Sulawesi Selatan di Wilayah Indonesia	43
Gbr 2. Letak dan kedudukan Makassar di Sulawesi Selatan	44
Gbr.3.Letak dan Kedudukan Universitas Hasanuddin di dalam Kota Makassar	44
Gbr 4. Foto Udara Universitas Hasanuddin dan daerah sekitarnya	44
Gbr 5. Sepatu Nike x CDG	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengaruh globalisasi yang telah menyebabkan munculnya perilaku konsumtif di Indonesia pada kalangan remaja dan anak muda sangat kelihatan nyata di kota-kota besar seperti Jakarta, Medan, Bandung, Yogyakarta, Aceh, hingga Makassar. Di Indonesia berdiri banyak Universitas Negeri maupun Universitas Swasta yang sudah bukan menjadi rahasia umum lagi bahwa keberadaan dari institusi pendidikan tersebut saat ini tidak semata-mata sebagai tempat menimba ilmu, melainkan pula sebagai tempat berlangsungnya ajang popularitas dan membentuk citra diri dalam rangka mempertahankan eksistensi guna mendapatkan pengakuan sosial yang berarti di kalangan mahasiswa. Hal tersebut kemudian telah menciptakan perubahan gaya hidup, mulai dari cara berpakaian, makanan yang dikonsumsi, barang-barang ber merk, dan lain-lain.

Dengan berkembangnya aspek sosial dan budaya, menimbulkan perkembangan gaya hidup pada masyarakat. Istilah gaya hidup merupakan istilah yang sedang populer pada saat ini, dan juga telah mengalami perubahan dan perkembangan seiring dengan berkembangnya suatu jaman. Kini gaya hidup atau *lifestyle* menjadi kebutuhan sekunder yang mana sifatnya menjadi

kebutuhan nomor dua namun akan menjadi sangat penting pada masyarakat perkotaan.

Gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern. Oleh karena itu, siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan senantiasa mengalami perubahan pola perilaku. Salah satunya adalah perilaku konsumtif yang terjadi di Indonesia merupakan perubahan gaya hidup yang melanda kalangan remaja serta anak muda yang mayoritasnya adalah mahasiswa. Pola konsumtif inipun kemudian dirasa sangat mengkhawatirkan manakala telah meninggalkan bahkan menghilangkan pola hidup produktif (Gunawan, 2001:87). Hal yang lebih disayangkan lagi adalah ketika pergeseran logika tersebut juga disusul oleh pergeseran orientasi belajar di kalangan mahasiswa, mahasiswa menjadi hipperrealitas, menurunnya semangat belajar yang berorientasi pada kemandirian, kritis, serta inovatif, hingga sampai pula pada persoalan pergaulan bebas dan kriminilitas pada kalangan mahasiswa di perkotaan yang menghalalkan segala cara untuk dapat memenuhi hasrat konsumtifnya tersebut.

Perkembangan gaya hidup juga dapat membawa perubahan pada selera, kebiasaan, dan perilaku pembelian. Engel, Blacwell, dan Miniard (1994) menyebutkan bahwa gaya hidup merupakan konsep yang kontemporer, lebih komperhensif, dan lebih berguna daripada kepribadian. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong (2008), gaya hidup seseorang

menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan di dunia ini sebagaimana tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapatnya. Lebih lanjut Kotler dan Amstrong (2008) juga mengatakan bahwa gaya hidup mencerminkan keseluruhan orang tersebut dalam interaksinya dengan lingkungannya. Gaya hidup yang banyak dijumpai sekarang ini lebih merujuk kepada gaya hidup yang mengutamakan kesenangan, kenikmatan materi dan eksistensi adalah tujuan utama hidup. Bagi para penganut paham ini belanja, bersenang-senang, dan pelesiran merupakan tujuan utama hidup, entah itu menyenangkan bagi orang lain atau baginya. Karena mereka beranggapan hidup ini hanya sekali, sehingga mereka merasa ingin menikmati hidup senikmat-nikmatnya dengan belanja.

Terdapat beberapa peneliti yang telah melakukan studi tentang gaya hidup mahasiswa. Mislanya adalah sebagai berikut; Dauzan Deriyansyah Praja, Lamtiur Sihotang, Nurailah Dewi, Firman, dan Nugraha Hebryanto.

Lamtiur Sihotang (2015) dalam penelitian etnografinya yang berjudul "Shopping" (Studi Etnografi Gaya Hidup Berbelanja Fashion pada Mahasiswa) menggambarkan tentang bagaimana mahasiswa FE-USU dalam meningkatkan status sosialnya di kampus tersebut, beberapa cara yang dilakukan oleh mahasiswa tersebut dengan berbelanja di mall. Beberapa kasus dalam meningkatkan status sosial tersebut, membuat mahasiswa melakukan pemborosan dalam berbelanja, karena harus membeli barang yang

bermerk. Selain itu faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk berbelanja di mall karena mall merupakan tempat yang nyaman, praktis, aman, diskon, dan perasaan puas dan bangga.

Melihat hasil penelitian dari Lamtiur Sihotang mempunyai kaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Hubungan tersebut dapat dilihat dari gaya hidup mahasiswa yang ingin terlihat eksis di mall sehingga mall dipandang sebagai arena eksistensi. Kemudian mall merupakan tempat berbelanja yang lengkap dan nyaman. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis ialah untuk menunjang eksistensi bukan cuman ke mall dan berbelanja fashion saja namun, masih banyak faktor yang harus dipenuhi untuk menunjang eksistensi mahasiswa. Kemudian penulis ingin mencari makna dari apa yang ada dikepala mahasiswa mengenai gaya hidup hari ini.

Nurailah Dewi (2011) dalam penelitiannya yang berjudul Budaya Shopping Online (analisis gaya hidup mahasiswa Universitas Hasanuddin Makassar) menunjukkan bahwa mahasiswa UNHAS dalam memaknai *shopping online* sebagai aktivitas memanfaatkan waktu luang, menghemat waktu untuk berbelanja, sebagai ladang usaha dan barang yang lebih beragam. Penelitian ini juga menunjukkan adanya faktor yang melatar belakangi terjadinya aktivitas berbelanja online, karena tingginya kebutuhan sebagian dari mahasiswa.

Hubungan dengan penelitian yang akan penulis lakukan menunjukkan orientasi mahasiswa akan gaya hidup yang menjadi kebutuhan. Yang membedakan dalam penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan ialah perbedaan antara pemaknaan penelitian ini lebih bagaimana memaknai *shopping online*, sedangkan penelitian penulis ialah adanya pemaknaan baru mengenai makna *awesome* dan gaya hidup.

Firman (2013) dengan judul skripsinya yang membahas tentang karaoke keluarga (studi tentang gaya hidup perkotaan) menjelaskan bahwa karaoke sebagai suatu gaya hidup masyarakat perkotaan, menganggap karaoke sebagai tempat mencari kepuasan dan kesenangan yang mampu menghilangkan kebosanan dalam hiruk pikuk kehidupan perkotaan.

Kaitan dengan penelitian yang akan penulis lakukan, menunjukkan bahwa tidak hanya masyarakat secara umum yang melihat karaoke sebagai tempat mencari kepuasan dan kesenangan, tetapi secara khusus mahasiswa juga ikut andil dalam hal tersebut, dikarenakan tingkat kebosanan dan stres yang terjadi pada mahasiswa juga membutuhkan hiburan dan salah satunya ialah karaoke.

Yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan ialah, penelitian ini mengkaji persepsi masyarakat perkotaan terhadap karaoke, mengetahui situasi sosial di tempat karaoke sedangkan

penelitian yang ingin penulis lakukan ialah mau mencari makna gaya hidup pada mahasiswa dan bagaimana faktor yang mempengaruhinya.

Nugraha Hebryanto (2014) dalam penelitian studi deskriptifnya yang berjudul Mahasiswa Dunia Gemerlap Malam (Studi Deskriptif tentang Kehidupan Gemerlap malam Mahasiswa di Kota Medan) mendeskripsikan bagaimana seorang mahasiswa dalam pergaulannya, baik itu di dalam maupun di luar kampus. penulis memaparkan mahasiswa dengan gaya hidup yang dimilikinya. Gaya hidup yang dimaksudkan oleh penulis yakni gaya hidup para mahasiswa yang gemar melakukan aktivitas di tempat-tempat hiburan malam. Di mana seharusnya sebagai seorang mahasiswa, mereka memiliki jadwal kegiatan yang sangat padat, tetapi di sini penulis menceritakan, bahwa mahasiswa yang memilih untuk terjun menjadi pengunjung di tempat hiburan malam kebanyakan karena pemilihan akan gaya hidup yang dilakoni mahasiswa tersebut. Menunjukkan bahwa mahasiswa yang memilih untuk terjun ke dalam dunia gemerlap malam merupakan gaya hidup yang sudah tidak lazim lagi pada saat ini. Adanya aktivitas mahasiswa yang cenderung glamour dan ingin eksis dengan gaya hidup memasuki tempat-tempat hiburan malam tidak selalu merusak ataupun mengganggu jadwal kuliah yang dimiliki mahasiswa tersebut. Karena aktivitas dunia gemerlap malam ini, tidaklah setiap harinya dilakukan mahasiswa tersebut.

Penelitian yang telah dilakukan, kebanyakan mahasiswa memilih gaya hidup seperti ini, karena mereka ingin menambah relasi dan awalnya karena mereka diajak oleh teman-temannya juga. Ajakan itu pun lantas dituruti bagi mahasiswa yang memiliki rasa ingin taunya tinggi, karena mereka juga merasakan kejenuhan dalam aktivitasnya sehari-hari di kampus, maka mereka mengikuti ajakan tersebut.

Hubungan dengan penelitian penulis ialah mahasiswa untuk terkesan eksis dan glamour mereka menjadikan tempat hiburan malam sebagai wadah untuk menunjukkan eksistensinya. Yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian penulis yakni, penelitian ini mendeskripsikan pergaulan mahasiswa yang sering pergi ke tempat hiburan malam sedangkan penelitian yang penulis lakukan ialah bukan sekedar aktifitas dunia malam saja yang menjadi ajang eksistensi mahasiswa namun masih ada sarat lain dari pada hanya dunia malam dan mencari tahu apa makna gaya hidup bagi mahasiswa dan apa faktor yang menyebabkannya.

Dauzan Deriyansyah Praja (Jurnal Sociologie, 2010. Vol. 1, No. 3: 184-193) dengan judul Potret gaya hidup hedonism di kalangan mahasiswa. Dalam penelitiannya bertujuan untuk menjelaskan dan mengetahui bagaimana factor penyebab hedonism di kalangan mahasiswa Sosiologi Universitas Lampung dan dampak dari hedonism di kalangan mahasiswa. Dari hasil pembahasan jurnal tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa faktor penyebab gaya hidup

hedonisme pada mahasiswa adalah berasal dari pergaulan teman-teman yang memang juga memiliki gaya hidup hura-hura dan terkesan bermewah-mewah, ada pula faktor lingkungan yang tidak peka terhadap tindakan menyimpang dari mahasiswa yang tinggal di sekitarnya. Serta kurangnya kontrol dari orang tua terhadap gaya hidup anaknya terutama sebagai anak kos yang justru memberikan kepercayaan penuh dengan memenuhi segala keinginannya. Hedonisme adalah derivasi (turunan) dari liberalisme. Sebuah pandangan hidup bahwa kesenangan adalah segalanya, bahkan kehidupan itu sendiri. Bagi kaum hedonis, hidup adalah meraih kesenangan materi. Sesuatu yang bersifat semu, sesaat, dan *artificial*. Bentuk-bentuk gaya hidup hedonisme yang terlihat pada mahasiswa adalah pergaulan bebas seperti menikmati dunia malam dengan mengunjungi diskotik dan tempat-tempat hiburan malam lainnya, mengkonsumsi minum-minuman keras bahkan narkoba. Konsumtif seperti gemarnya mahasiswa berbelanja agar penampilannya terlihat *fashionable* dan mahasiswa yang kerap mengikuti taruhan judi online. Menggampangkan proses perkuliahan seperti jarang masuk jam perkuliahan, menitip absen saat tidak masuk kuliah, serta mengupah jasa pengerjaan tugas kuliah pada orang lain. Gaya hidup hedonisme sama sekali tidak sesuai dengan tujuan pendidikan bangsa kita. Salah satu dampak yang berpengaruh pada mahasiswa yakni cara mereka menjalani hidup, menghabiskan waktu, apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya,

dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya. Gaya hidup yang mahasiswa gunakan setiap harinya akan berakibat pada tingkat motivasi dan prestasi yang akan diperoleh. Dampak gaya hidup hedonisme pada mahasiswa mengerucut pada tiga hal yaitu, penurunan motivasi dan prestasi belajar mahasiswa, perubahan pola hidup menjadi materialistis, serta perubahan pola pikir menjadi pragmatis dan acuh tak acuh.

Kaitan dengan penelitian tersebut ialah sama-sama ingin melihat bentuk gaya hidup yang mewah atau hedonis, namun yang membedakan adalah penulis tidak mencari dampak dari hedonis tersebut melainkan faktor yang mempengaruhi. Kemudian juga penelitian ini melihat adanya penurunan tingkat prestasi belajar mahasiswa diakibatkan gaya hidup yang hedonis. Gaya hidup menjadi fokus kebanyakan masyarakat saat ini dan menjadi kebutuhan terutama pada masyarakat perkotaan. Gaya hidup dalam pengertiannya yang lain menjadikan status sebagai sesuatu yang penting, bahwa status keberadaan seseorang ditandai dengan penampilan dan segala yang di pakaiannya untuk menjadi mewah dan berfoya-foya. Gaya hidup mewah identik dengan orang kaya, namun dalam kenyataannya tidak jarang ditemukan masyarakat yang sebenarnya tidak masuk dalam kategori tersebut namun berusaha hidup secara mewah atau hedonis, seperti yang ada pada lingkungan kampus yakni mahasiswa.

Mahasiswa dalam kehidupannya di kampus tidak terlepas dari rutinitas akademik seperti kuliah, diskusi, organisasi kemahasiswaan. Mahasiswa menempati posisi yang penting karena, mahasiswa di anggap sebagai terpelajar, sebagai agen perubahan, dan sosial control. Namun dalam kenyataannya kini mahasiswa tidaklah seperti itu lagi, kegiatan akademik seperti diskusi, organisasi kemahasiswaan kini tidak terlalu diminati oleh kebanyakan mahasiswa.

Mengerjakan kegiatan akademik di kampus, dewasa ini telah menjadikan kebanyakan mahasiswa bosan, stres, bahkan apatis terhadap segala masalah yang seharusnya menjadi urusan mahasiswa seperti belajar, berdiskusi, berkarya, menulis dsb. Telah banyak contoh kasus mahasiswa yang menjadikan kegiatan akademik, keorganisasian sangat membosankan. Kini mahasiswa beralih ke aktifitas yang bersifat menyenangkan, seperti nongkrong di cafe-cafe ternama, mall, karaoke, bar, bahkan club malam. Kemudian memenuhi hasratnya dalam berpenampilan di kampus untuk mendapatkan status sosial.

Kemudian cara mahasiswa berpakaian sekarang ini semakin beragam dan banyak gaya, hal tersebut tidak lepas dari globalisasi dan modernisasi di Indonesia. Cara berpakaian dipengaruhi dari informasi-informasi yang didapatkan dari berbagai media seperti televisi dan Internet. Saat ini, cara

berpakaian sebagian mahasiswa banyak dipengaruhi oleh apa yang dilihatnya dan diketahuinya dari media dan lingkungannya.

Dalam buku pengantar cultural studies, tak ada yang lebih menggejala dalam masyarakat kapitalis kecuali bahwa masyarakat telah larut dalam sebuah wilayah seni dan budaya, dipicu oleh media yang membombardir gaya hidup dan mengestetiskan kehidupan sehari-hari dalam budaya massa dan budaya konsumen. Fredric Jameson (2001), “adalah orang yang yakin bahwa budaya merupakan unsur yang sangat penting dalam masyarakat”. Tidak ada masyarakat yang benar-benar dipenuhi dengan tanda dan imaji seperti masyarakat konsumen.

Gaya hidup memunculkan berbagai *image* (citra) serta tempat konsumsi yang mendukung kenikmatan yang berlebihan. Imaji serta tempat-tempat itu juga mendukung dikaburkannya batas antara seni dan kehidupan sehari-hari. Kita bisa merasakan bagaimana tiap detik kita diserang produksi seni, lagu-lagu pop, iklan, sinetron, dan saat di rumah dengan TV. Di tiap kota besar di Indonesia terkhusus Makassar dimana-mana ditemukan ada baliho iklan produk besar dan ada di berbagai tempat, menunjukkan sisi rayuannya yang akan menyeret kita ke dalam kehidupan hedonis.

Sekarang gaya hidup menjadi penting bagi mahasiswa, terutama mahasiswa yang tingkat perekonomiannya menengah ke atas di dalam memenuhi hasrat gaya hidupnya. Banyak dari mahasiswa dalam memenuhi

gaya hidup tersebut rela untuk melakukan apapun sebisanya untuk mengikuti perkembangan gaya hidup. Tidak jarang ditemukan mahasiswa yang perekonomiannya yang menengah ke bawah mau ikut ambil bagian dalam perkembangan gaya hidup. selain itu doktrin gaya hidup membuat sebagian banyak orang merasakan kebebasan, percaya diri, menawarkan banyak kesenangan dan hal itu membuat nyaman untuk ke kampus.

Individu memiliki kecenderungan terus –menerus menghabiskan waktu dan uang untuk mendapatkan sesuatu benda tertentu namun benda tersebut tidak selalu menjadi keperluan pokok bagi dirinya, hal ini disebut dengan istilah “*shopaholic*”. *Shopaholic* sendiri berasal dari kata *shop* yang artinya belanja dan *aholic* yang memiliki arti suatu ketergantungan yang di sadari atau tidak. *Shopaholic* adalah individu yang tidak mampu menahan keinginannya untuk berbelanja dan berbelanja untuk menghabiskan begitu banyak waktu dan uang untuk berbelanja meskipun barang-barang yang dibelinya tidak selalu ia butuhkan. Biasanya ini dilakukan untuk menghindari pembullying, serta tidak disepelekan oleh pihak lain yang biasanya terjadi pada teman sebaya dilingkungan sosialnya. Kecenderungan demikianlah yang pada akhirnya menjadikan anak muda kalangan mahasiswa kehilangan identitas diri ketika lingkungan perguruan tinggi mengalami distorsi yang menyebabkan visi misi di setiap Universitas tergeserkan oleh kepentingan popularitas, kepentingan penghargaan dan nama baik yang semata-mata hanya menjadikan mahasiswa sebagai generasi konsumtif.

Gaya hidup mewah memaksakan kita untuk mendahulukan keinginan, hasrat-hasrat untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan demi kepentingan untuk mencapai kepuasan yang maksimal demi untuk dikatakan gaya hidup mewah dan bergelamor. Dengan adanya beberapa hal di atas, maka dapat dilihat situasi yang ada di dalam mahasiswa tersebut menuju pada perilaku yang mementingkan urusan gaya hidup. Pakaian, sepatu, tas dan perhiasan atau aksesoris adalah jenis-jenis barang yang menjadi kebutuhan para mahasiswa saat ini. Urusan gaya hidup tidak hanya menyangkut soal busana dan aksesoris semacam perhiasan seperti kalung, gelang, sepatu akan tetapi benda-benda fungsional lainnya juga seperti *handphone* dan sebagainya menjadi alat yang dapat menunjukkan dan mendongkrak penampilan seseorang. Gaya hidup hedonis juga menyatakan bagaimana kita ingin diperlakukan oleh orang lain melalui penampilan tersebut. Bukan hanya busana yang melekat, gaya hidup hedonis juga menyatakan tentang cara kita membawa diri dengan apa yang kita kenakan. Gaya hidup hedonis merupakan suatu hal tentang gaya hidup seseorang yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya kesehariannya.

Kampus atau ruang publik kota dijadikan mahasiswa sebagai wadah untuk menunjukkan eksistensi diri mereka mengenai gaya hidup modern atau mewah ditengah-tengah pergaulan. Awalnya kampus yang seharusnya digunakan sebagai tempat memperoleh ilmu pengetahuan mulai berubah

menjadi tempat ajang pameran penampilan dan kemewahan semata. Misalnya mahasiswa akan dianggap mengikuti perkembangan zaman apabila telah mengikuti semua *trend* yang ada.

Adapun fenomena yang terjadi, peneliti melihat kecenderungan perilaku shopaholic pada mahasiswa. Kebanyakan di antara mereka berpenampilan *fashionable* dalam arti mengikuti perkembangan dunia fashion sebagai simbol citra dirinya yang dibentuk oleh lingkungan sosialnya. Fenomena ini menjadi penting dan menarik untuk diteliti karena, hal ini yang kemudian menjadikan tindakan konsumtif tersebut tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional. Dalam keadaan tersebut mahasiswa lebih mementingkan faktor keinginan daripada sebuah kebutuhan. Dengan ini penulis menarik garis besar judul **SHOPAHOLIC; Studi Antropologi Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Makassar.**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan paparan dari keseluruhan latar belakang, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah bagaimana perilaku gaya hidup dalam hal ini *shopaholic* bagi mahasiswa. Dari pokok permasalahan tersebut dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk-bentuk perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa?
2. Apa faktor penyebab mahasiswa berperilaku *shopaholic* ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

3. Tujuan Penelitian

Dengan pertanyaan pada batasan masalah atau focus penelitian di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui bagaimana bentuk-bentuk perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.
- b. Untuk mengetahui faktor penyebab mahasiswa berperilaku *shopaholic*.

4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini diharapkan sebagai berikut ini:

a. Manfaat Akademik

Diharapkan juga hasil penelitian ini menyumbang karya etnografi mengenai gaya hidup pada mahasiswa, yang dapat dijadikan sebagai kajian ilmiah untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya Antropologi terkait dengan fenomena *life style* yang terbentuk dalam dunia akademik.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumber informasi kepada masyarakat terkhusus anak muda dan para orang tua dan pihak-pihak yang berkompeten dalam bidangnya tentang *life style*.

D. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa dan aktivitas sosial, sikap dan kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual dan kelompok. Dengan konsep penelitian ini terkait dengan *SHOPAHOLIC*; Studi Antropologi Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Makassar di pandang

penting sebagai fenomena budaya gaya hidup mewah yang terbentuk dibalik dunia akademik kampus.

2. Pertimbangan-pertimbangan Etis

Sangat penting untuk membahas pertimbangan etis. Karena, dalam konteks penelitian yang sangat sensitif ini. Sebab, menyangkut masalah yang berhubungan dengan privasi informan. Dalam hal ini peneliti berkewajiban untuk menghormati hak-hak, kebutuhan-kebutuhan, nilai-nilai, dan keinginan (para) informan. Karena peneliti nantinya akan menggali salah satu aspek kehidupan informan. Dalam penelitian ini Gaya Hidup pada mahasiswa UNHAS merupakan salah satu perhatian utama.

Untuk itulah diperlukan pula proteksi terhadap hak-hak informan yaitu ; Sasaran penelitian harus disampaikan secara verbal dan tulisan sehingga sasaran tersebut bisa di pahami dengan baik oleh informan, izin tertulis untuk melakukan penelitian harus diperoleh dari informan, informan harus diberi tahu mengenai semua perangkat dan aktivitas pengumpulan data, transkripsi harfiah (kata demi kata) dan interpretasi serta laporan tertulis yang dibuat oleh peneliti harus diperlihatkan kepada informan, dan keputusan akhir yang terkait dengan anominitas informan selebihnya diserahkan kepada informan sendiri. (Creswell, 2012: 297).

Instrument kunci dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri. Para peneliti kualitatif mengumpulkan data sendiri melalui dokumentasi, observasi perilaku, atau wawancara dengan para partisipan atau informannya. Peneliti bisa saja memakai sejenis instrumen untuk mengumpulkan data, seperti alat perekam suara, dan kamera juga penelusuran data lainnya. Akan tetapi penelitalah yang sebenarnya menjadi instrumen utama dalam mengumpulkan informasi melalui pengalaman-pengalaman empirisnya. (Creswell, 2012:261).

Untuk membantu mengumpulkan data, peneliti juga akan menggunakan *field note* (catatan lapangan) sebagai sebuah instrument penelitian, yang menampilkan sejumlah petunjuk tentang bagaimana peneliti harus memanfaatkan waktu ketika peneliti berada di lapangan, ketika mentranskrip, dan menganalisis data (Creswell 2012, 298).

Peneliti juga ingin bermaksud untuk mencatat detail-detail observasinya dalam notebook dan pemikiran, perasaan dan persepsi peneliti selama proses penelitian dalam catatan lapangan tersebut. Kegunaan dari field note ini adalah untuk menjelaskan cara peneliti mencatat informasi yang deskriptif dan reflektif.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan dengan setting penelitian di dalam dan sekitar kampus UNHAS beserta juga di jejaringan media sosial. Untuk itu setting penelitian ini di lakukan secara snowball, pada tempat dimana mereka bisa ditemui tetapi tetap pada wilayah Kota Makassar. Setting penelitian ini dilakukan pada Kota Makassar dengan pertimbangan-pertimbangan bahwa Kota Makassar merupakan salah satu kota terbesar yang berada pada kawasan Indonesia bagian timur serta strategis dalam penelitian. Lokasi yang spesifik untuk tempat ini tak dapat ditentukan secara langsung. Karena dalam konteks penelitian ini peneliti belum berani untuk menentukan lokasi yang lebih spesifik pada beberapa kecamatan, karena dengan pertimbangan bahwa keberadaan mahasiswa melakukan aktifitas berpindah-pindah dari tempat lain ke tempat lainnya. Penelitian ini secara umum mencakup pada keseluruhan wilayah Kota Makassar.

Setelah melakukan penelitian dengan menelusuri Gaya Hidup pada Mahasiswa UNHAS dapat ditemukan bahwa lokasi tempat mereka biasa menghabiskan waktu serta aktifitas berada pada kampus, sekitar kampus serta tempat-tempat lainnya di Kota Makassar seperti mall, restoran mewah dengan melakukan kegiatan nongkrong, hingga Carrefour, hingga *online shop*.

4. Teknik Penentuan Informan

Teknik menentukan informan dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (purposive) Untuk menjawab pokok permasalahan yang terdapat pada penelitian ini, olehnya itu penulis sengaja memilih secara selektif beberapa informan yang akan diwawancarai, dengan pertimbangan bahwa informan yang dipilih adalah seseorang yang terlibat langsung dalam gaya hidup yang sedang berkembang saat ini di kehidupan/golongan anak muda, baik itu dari segi fashion, selera music, aktifitas dsb. Adapun keterangan mengenai informan berdasarkan umur, jenis kelamin, fakultas dan angkatan dapat dilihat pada tabel berikut ;

Tabel 1
Informan berdasarkan Umur
Jenis Kelamin, Fakultas dan Angkatan

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Fakultas	Angkatan
1.	Aul	23	Perempuan	Hukum	2015
2.	Biba	22	Perempuan	Sastra	2016
3.	Nevy	22	Perempuan	Fisip	2016
4.	Inci	22	Perempuan	Ekonomi	2016
5.	Kiky	22	Perempuan	Ekonomi	2016
6.	Ira	22	Perempuan	Sastra	2016

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa informan yang telah diwawancarai selama penelitian ini berlangsung sebanyak 6 (Enam) orang.

5. Jenis dan Sumber Data

Sumber data dalam konteks penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer merupakan data-data yang nantinya didapatkan setelah melakukan pengumpulan data lapangan seperti observasi, dan wawancara. Sedangkan data sekunder merupakan data yang didapatkan dari hasil studi literatur, dan dokumentasi. Kemudian nantinya data yang didapatkan dari kedua sumber tersebut akan dilakukan triangulasi untuk proses analisis sehingga akan mempermudah peneliti untuk menginterpretasi data yang telah didapatkan.

6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam konteks penelitian ini terdapat beberapa strategi pengumpulan data yang akan diterapkan yaitu :

- a. Obervasi

Pengumpulan data pada penelitian ini juga menggunakan teknik observasi. Observasi berarti pengamatan yang dilakukan pada objek penelitian guna melakukan pengecekan terhadap informasi yang didapatkan dari hasil wawancara. Dalam melakukan observasi atau pengamatan untuk mendapatkan informasi yang tidak bias harus melakukan pengamatan dengan tingkat kepekaan yang tinggi dengan menggunakan kelima panca indra, sehingga dapat menghasilkan sebuah penafsiran terhadap fenomena yang berlangsung itu dengan baik. Observasi dianggap perlu, karena untuk dapat mendapatkan data yang tidak bias. Observasi dilakukan pada aktivitas keseharian masing-masing mahasiswa yang menyangkut dengan kegiatan luang baik di kampus dan diluar kampus serta pergaulan mereka. Dalam konteks penelitian ini peneliti ingin mengobservasi secara dalam atau melakukan observasi partisipan kepada kategori informan yang berbentuk menjadi mahasiswa yang berorientasi ke gaya hidup mewah pula.

b. Wawancara

Wawancara merupakan sebuah proses interaksi yang dilakukan oleh peneliti dan informan melalui sebuah percakapan guna untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan

objek penelitian. Dalam wawancara tersebut bisa dilakukan secara individu maupun secara berkelompok, sehingga bisa memperoleh data informatik yang orientik. (Firman, 2013)

Wawancara digunakan untuk mengumpulkan data terkait siapa mereka, mengapa mereka menjalankan aktivitas yang berbau kemewahan tersebut, bagaimana mereka menunjukkan eksistensi mereka Dan bagaimana mereka memaknai hal tersebut serta faktor apa yang mempengaruhinya.

Di dalam penelitian ini digunakan instrumen pengumpulan data berupa pedoman wawancara atau instrumen yang berbentuk pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan ke informan, Kemudian digunakan juga protokol perekam suara sebagai sebuah instrument pendukung untuk merakam hasil wawancara itu.

c. Studi Kepustakaan

Agar dapat memperoleh data, memperluas wawasan dan lebih mendalami fokus penelitian, dilakukan pengumpulan informasi pada berbagai macam dokumen dan kepustakaan yang berkaitan dengan masalah penelitian. Teknik ini dilakukan pada

berbagai macam buku, hasil penelitian sebelumnya, karya tulis ilmiah, majalah ilmiah, makalah-makalah, jurnal online dan media massa serta media komunikasi (Muharezky, 2014:19).

7. Teknik Analisis Data

Adapun Langkah-langkah yang dilakukan untuk menganalisis data yang telah didapatkan baik dari hasil studi pustaka, observasi maupun wawancara adalah sebagai berikut :

a. Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis

Langkah ini melibatkan transkripsi wawancara, men-scanning materi, mengetik data lapangan, atau memilah-milah dan menyusun data tersebut kedalam jenis-jenis yang berbeda-beda bergantung pada sumber informasi (Creswell, 2012:276).

b. Membaca keseluruhan Data

Pada tahap ini peneliti membuat deskripsi dari proses coding. Deskripsi ini melibatkan usaha penyampaian informasi secara setelah itu di analisis lebih lanjut (Creswell, 2012:282- 283).

c. Menerapkan coding untuk mendeskripsikan topik untuk dianalisis.

Rossmann & Rallis mengungkapkan bahwa coding merupakan proses mengolah materi dan informasi menjadi segmen-segmen tulisan sebelum memaknainya (Dalam Creswell, 2012:276). Pada tahap ini data yang telah dikumpulkan tersebut

yang berupa kalimat atau paragraf atau gambar disegmentasi ke dalam bentuk kategori-kategori, kemudian melabeli kategori tersebut dengan istilah khusus.

d. Penyajian kembali tema dan deskripsi dalam bentuk narasi.

Pada tahap ini peneliti membuat deskripsi dari proses coding. Deskripsi ini melibatkan usaha penyampaian informasi secara detail mengenai topik dan fokus penelitian dalam setting tertentu. Langkah ini bertujuan untuk mendeskripsikan informasi yang telah di coding setelah itu di analisis lebih lanjut (Creswell, 2012:282-283).

e. Menginterpretasi dan memaknai Data

Pada tahap ini, hasil analisis disajikan dalam bentuk narasi. Dalam pembahasan ini peneliti mencoba untuk menghubungkan tema-tema yang ada sebelumnya dari hasil coding kemudian di sajikan dalam bentuk narasi.(Creswell, 2012:283).

f. Menginterpretasikan dan memaknai Data

Interpretasi merupakan makna yang berasal dari perbandingan antara hasil penelitian dengan informasi yang berasal dari studi literatur atau teori. (Creswell, 2012:285).

8. Hambatan Penelitian

Dalam proses penelitian ini terdapat pula beberapa hambatan-hambatan yang sering dijumpai peneliti. Hambatan-hambatannya yaitu terjadi pada saat peneliti melakukan pendekatan terhadap informan, kendala-kendala yang muncul misalnya adalah kurang terbukanya informan ketika berkenalan, kemudian penampilan peneliti yang tidak begitu mengikuti perkembangan jaman membuat susah di terima di kelompok mahasiswa yang menjadi informan, untuk mengatasi hal tersebut peneliti berusaha mengikuti mode perkembangan jaman yang di geluti oleh informan. Kemudian hambatan-hambatan lain adalah peneliti merasa kurang percaya diri ketika bersama teman kelompok informan, kemudian banyaknya biaya yang harus di keluarkan untuk penelitian ini, serta sulitnya menemukan informan yang bersedia untuk di wawancarai. Dan jika peneliti telah mendapatkan seorang informan, sangat sulit pula jika ingin mewawancarainya sebab informan tersebut memiliki banyak aktivitas nongkrong bersama dengan teman kelompoknya. Untuk itu salah satu strategi peneliti untuk mengatasi hal

tersebut adalah dengan membuat janji terlebih dahulu sebelum mewawancarainya.

Pada waktu awal penelitian ini dilaksanakan pada libur semester sehingga peneliti susah menjumpai informan sebab informan, yang tidak sedang berada di kampus sehingga sulit untuk melakukan observasi. Selain itu kecenderungan informan yang notabene merupakan masyarakat perkotaan sangat bersifat individualis dan rata-rata dari mereka menanyakan ke saya untuk apa saya melakukan penelitian terhadap apa yang mereka jalani dengan kehidupannya, dan ada pula yang menertawai peneliti. Tapi terlepas dari itu semua ada juga yang baik hati. Untuk dapat diterima oleh informan dan teman kelompoknya peneliti menjadi bagian dari informan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Gaya hidup lebih diidentikkan dengan perilaku konsumtif individu untuk mendapatkan citra diri yang baik dan dipandang pada kelas atas oleh orang lain. Istilah gaya hidup pada awalnya diperkenalkan oleh Max Weber.

Gagasannya itu mengatakan status sosial yang terutama ditentukan oleh gaya hidup orang, lebih ditentukan oleh cara orang mengkonsumsi ketimbang cara orang memproduksi (Weber, 1996:26). Gaya timbul dari adanya keinginan individu untuk menghias dirinya agar memiliki daya tarik yang lebih memikat. Mode hal yang penting di dalam masyarakat yang bersitem kelas sosial. Orang-orang kelas sosial yang aktif adalah orang-orang yang memperhatikan mode (Koning, 1984 dalam Paul B. Horton). Pandangan inilah yang membentuk individu terus berusaha memenuhi keinginannya mengikuti perkembangan mode tersebut, hal ini di aplikasikan dengan membeli benda-benda yang sedang uptodate, dengan harapan penampilan dirinya menjadi lebih baik dan dapat memikat banyak orang. Gaya hidup seperti ini didukung oleh semakin terbentuknya masyarakat terhadap sesuatu yang baru dan semakin pada tingkat ekonomi yang lebih baik. Sehingga memungkinkan individu membeli barang-barang sesuai dengan kepribadian, keinginan dan sosial individu di dalam masyarakat, hal ini selaras dengan pendapat Kenichi Ohmae dalam Sari. Putri Nurul (2015) yang mengatakan bahwa variabel gaya hidup semakin kaya dan dinamika sosialnya semakin menarik, semakin terbentuknya masyarakat, semakin maju tingkat ekonomi, semakin bervariasi desain yang dihasilkan dan semakin majemuknya perlintasan masing-masing bangsa “anda membeli barang-barang karena barang itu mewakili jenis dan nilai yang dicari”.

A. Globalisasi

Globalisasi bisa diartikan sebagai proses penyebaran unsur-unsur baru baik berupa informasi, pemikiran, gaya hidup maupun teknologi secara mendunia. Globalisasi diartikan sebagai suatu proses di mana bata-batas suatu negara menjadi semakin sempit karena kemudahan interaksi antara negara baik berupa pertukaran informasi, perdagangan, teknologi, gaya hidup dan bentuk-bentuk interaksi yang lain.

Globalisasi juga bisa dimaknai sebagai proses di mana pengalaman kehidupan sehari-hari, ide-ide dan informasi menjadi standar di seluruh dunia. Proses tersebut diakibatkan oleh semakin canggihnya teknologi komunikasi dan transportasi serta kegiatan ekonomi yang merambah pasar dunia. Seperti dua mata koin yang berbeda, globalisasi menawarkan keuntungan yang sangat besar dalam kemajuan perekonomian suatu negara tapi disisi lain ada juga dampak negatif yang ditimbulkan seperti lunturnya budaya luhur karena serbuan budaya baru dari luar.

Dimana-mana orang mengatakan bahwa kita sekarang hidup di zaman dengan kehidupan sosial yang sebagian besar ditentukan oleh proses global. Bahkan sekarang ini telah menjadi mode untuk menganggap bahwa zaman negara - bangsa sudah lewat, dan bahwa pemerintahan tingkat nasional tidak efektif lagi untuk menghadapi proses ekonomi dan sosial yang mengglobal (Paul Hirst, Graham Thompson 2001).

Hampir tidak ada satu pun negara di belahan dunia yang tidak membicarakan globalisasi secara intensif, sebab kehadirannya tak mungkin diabaikan dalam upaya memahami prospek kehidupan negaranya di abad ini. Di Perancis, kata globalisasi disebut dengan *mondialisation*. Di Spanyol dan Amerika Latin menyebutnya *globalization*. Sementara di Jerman menyebutnya *globalisierung* (Anthony Giddens, 2001).

Menurut Mahmud Thoha (2002) esensi globalisasi pada dasarnya merupakan peningkatan interaksi dan integrasi di dalam perekonomian baik di dalam negara maupun antar negara, yang meliputi aspek-aspek perdagangan, investasi, perpindahan faktor-faktor produksi, dalam bentuk migrasi, tenaga kerja, dan penanaman modal asing, keuangan dan perbankan internasional dan arus devisa.

Sementara menurut *Group of Lisbon*, sebagaimana dikutip oleh Mahmud Thoha, dalam buku yang berjudul *Globalisasi Krisis Ekonomi dan Kebangkitan Ekonomi Kerakyatan*, Pustaka Quantum, 2002. Bentuk globalisasi dapat dikategorikan menjadi tujuh jenis, yaitu ;

- Globalisasi keuangan dan pemilikan modal melalui deregulasi pasar modal, mobilitas pasar modal internasional, dan merger serta akuisisi.
- Globalisasi pasar dan strategi ekonomi melalui integrasi kegiatan usaha sekala internasional, aliansi strategis, dan pembangunan usaha terpadu di negara lain.

- Globalisasi ilmu pengetahuan dan teknologi serta penelitian dan pengembangan.
- Globalisasi sikap hidup dan pola konsumsi atau globalisasi budaya.
- Globalisasi aturan-aturan pemerintah.
- Globalisasi politik internasional.
- Globalisasi persepsi dan sosial budaya internasional

Sedangkan menurut Mochtar Buchori dalam bukunya yang berjudul Pendidikan Antisipatoris, 2001, menjelaskan bahwa, Secara populer "globalisasi" berarti menyebarnya segala sesuatu secara sangat cepat ke seluruh dunia.

B. Gaya Hidup

Istilah gaya hidup merupakan salah satu istilah yang populer pada zaman sekarang. Simbol-simbol modernisme bisa teridentifikasi lewat persoalan gaya hidup. Menurut Susanto (2003) gaya hidup adalah perpaduan antara kebutuhan ekspresi diri dan harapan kelompok terhadap seseorang dalam bertindak berdasarkan pada norma yang berlaku.

Gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana membentuk *image* di mata orang lain, berkaitan dengan status sosial yang disandangnya. Untuk merefleksikan *image* inilah, dibutuhkan simbol-simbol status tertentu, yang sangat berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumsinya. Dalam struktur masyarakat modern, status sosial haruslah diperjuangkan dan bukannya karena diberi atau berdasarkan garis keturunan. Selayaknya status sosial merupakan penghargaan masyarakat atas prestasi yang dicapai oleh seseorang. Jika seseorang telah mencapai suatu prestasi tertentu, ia layak di tempatkan pada lapisan tertentu dalam masyarakatnya. Semua orang diharapkan mempunyai kesempatan yang sama untuk meraih prestasi, dan melahirkan kompetisi untuk meraihnya.

Gaya hidup menurut Kotler (2002, 192) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. 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). Sedangkan menurut Minor dan Mowen (2002, p. 282), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu.

Selain itu, gaya hidup menurut Suratno dan Rismiati (2001, 174) adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Semakin bertambahnya zaman dan semakin canggihnya teknologi, maka semakin berkembang luas pula penerapan gaya hidup oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Dalam arti lain, gaya hidup dapat memberikan pengaruh positif atau negatif bagi yang menjalankannya. menjamurnya pusat perbelanjaan bergaya seperti, Shopping Mall, industri waktu luang, industri mode atau fashion dan industri kecantikan, kuliner, kegandrungan terhadap merek asing, telepon seluler, dan tentu saja serbuan gaya hidup lewat industri iklan dan televisi yang sudah sampai ke ruang-ruang kita yang paling pribadi.

Gaya hidup kini bukan lagi monopoli suatu kelas, tetapi sudah lintas kelas. Mana kelas atas, menengah, dan bawah sudah bercampur-baur dan terkadang dipakai berganti-ganti. Gaya hidup yang ditawarkan lewat iklan misalnya menjadi lebih beraneka ragam dan cenderung mengambang bebas, sehingga tidak lagi milik eksklusif kelas tertentu dalam masyarakat.

Chaney menunjukkan bahwa persoalan gaya hidup adalah persoalan yang sangat kompleks dan menuntut penjelasan dari berbagai disiplin

akademis. Jika dibenturkan dengan karya Chaney dengan kehidupan sehari-hari betapa akan mencengangkan bahwa ternyata pilihan gaya hidup yang kita buat dari sekian banyak pilihan model gaya hidup yang ditawarkan masyarakat adalah hasil dari pergulatan diri dalam pencarian identitas dan sensibilitas dengan lingkungan di mana kita hidup. Dalam karyanya gaya hidup dipahami Chaney sebagai proyek refleksif dan penggunaan fasilitas konsumen secara sangat kreatif. Ini mengingatkan kita pada pendapat Anthony Giddens bahwa dalam tatanan pascatradisional (modernitas), diri (*self*) menjadi suatu proyek refleksif.

C. Bentuk-bentuk Gaya Hidup

Menurut Chaney (dalam Idi Subandy, 1997) ada beberapa bentuk gaya hidup, seperti industri gaya hidup, iklan gaya hidup, *public relations* dan jurnalisme gaya hidup, gaya hidup mandiri, dan gaya hidup hedonis.

Kaitan dengan industri gaya hidup, penampilan-diri itu justru mengalami estetisasi, “estetisasi kehidupan sehari-hari” dan bahkan tubuh/diri (body/self) pun justru mengalami estetisasi tubuh. Tubuh/diri dan kehidupan sehari-hari pun menjadi sebuah proyek, benih penyemaian gaya hidup. “Kamu bergaya maka kamu ada!” adalah ungkapan yang mungkin cocok untuk melukiskan keandrungan manusia modern akan gaya. Itulah sebabnya industri gaya hidup untuk sebagian besar adalah industri penampilan.

Dalam masyarakat mutakhir, berbagai perusahaan (korporasi), para politisi, individu-individu semuanya terobsesi dengan yang digambarkan melalui iklan gaya hidup. Di dalam era globalisasi informasi seperti sekarang ini, yang berperan besar dalam membentuk budaya citra (*image culture*) dan budaya cita rasa (*taste culture*) adalah gempuran iklan yang menawarkan gaya visual yang kadang-kadang mempesona dan memabukkan. Iklan merepresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus (*subtle*) arti pentingnya citra diri untuk tampil di muka publik. Iklan juga perlahan tapi pasti mempengaruhi pilihan cita rasa yang kita buat.

Pemikiran mutakhir dalam dunia promosi atau *public relations dan* *journalisme* gay hidup sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis-selebriti (*celebrity based-culture*), para selebriti membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran “aksesori fashion”. Wajah generasi baru yang dikenal sebagai anak-anak E-Generation, menjadi seperti sekarang ini dianggap terbentuk melalui identitas yang diilhami selebriti (*celebrity-inspired identity*)-cara mereka berselancar di dunia maya (Internet), cara mereka gonta-ganti busana untuk jalan-jalan. Ini berarti bahwa selebriti dan citra mereka digunakan momen demi momen untuk membantu konsumen dalam parade identitas.

Kemudian gaya hidup mandiri ialah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Nalar adalah alat untuk menyusun strategi. Bertanggung jawab maksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami bentuk setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko dan dengan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa bentuk dari suatu gaya hidup dapat berupa gaya hidup dari suatu penampilan, melalui media iklan, modeling dari dengan gaya hidup mandiri yang menuntut penalaran dan tanggung jawab dalam pola perilakunya.

D. Budaya populer

Pop culture atau budaya populer adalah budaya yang berkembang mengikuti perubahan jaman yang perkembangannya lebih banyak ditentukan industri komunikasi seperti film, media massa dan industri iklan. Budaya populer juga sering disebut juga dengan budaya massa dengan pengertian budaya yang dihasilkan dari teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan kepada konsumen massa (Dominic Strinati, 2003: 12).

Konsumerisme dan budaya populer sesungguhnya merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ideologi kapitalisme yang banyak mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat di Dunia. Budaya ini diciptakan sebagai bagian dari logika dan budaya yang bergerak disebut keseimbangan tambahan (Jujun Suriasumantri, 2003: 49). Proses ini bersifat historical, kadang disebut budaya pop, kadang budaya saja, dan juga bersifat menyesuaikan. Jadi, siapapun akan melihat popular culture sebagai wilayah perjuangan ideologi dominan dengan ideologi pribumi.

Budaya populer sering dipandang sebelah mata dan tidak intelek jika dibandingkan dengan apa yang disetujui sebagai budaya arus utama. Sebagai hasil dari persepsi ini, budaya pop mendapat banyak kritikan dari berbagai sumber ilmiah dan budaya yang menganggap budaya pop superficial (palsu), konsumeris, sensasionalis, dan tak bermoral. Sikap ini tercermin dalam preferensi dan penerimaan atau penolakan terhadap berbagai fitur dalam

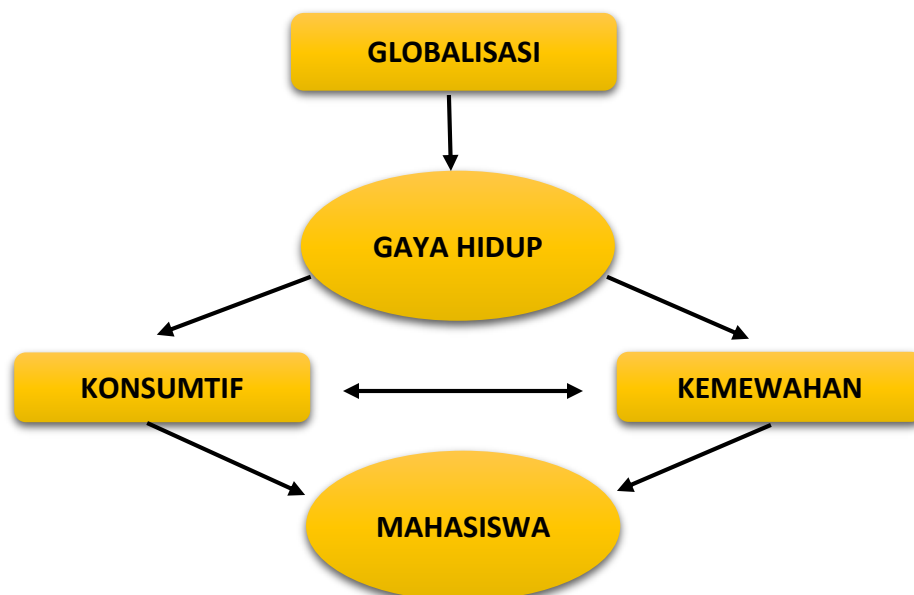
berbagai subjek, misalnya masakan, pakaian, konsumsi, dan banyak aspek entertainment seperti olahraga, musik, film, dan buku-buku. Budaya populer sering bertolak belakang dengan budaya luhur yang merupakan budaya kaum penguasa. Juga ditentang dengan budaya rakyat dari kelas bawah. Produk cultural merupakan komoditas yang dihasilkan oleh industri kebudayaan yang meski demokratis, individualistis, dan beragam, namun pada kenyataannya otoriter, konformis, dan sangat ter standarisasi. Jadi kebudayaan membutuhkan stempel yang sama atas berbagai hal (Olong, 2006: 16).

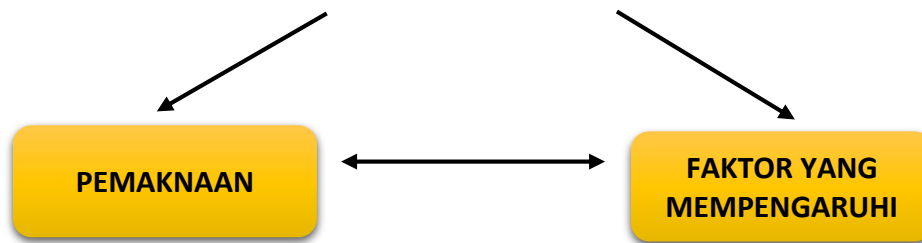
E. Masyarakat Konsumtif

Masyarakat modern adalah masyarakat konsumtif. Masyarakat yang terus menerus berkonsumsi. Namun konsumsi yang dilakukan bukan lagi hanya sekedar kegiatan yang berasal dari produksi. Konsumsi tidak lagi sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar dan fungsional manusia. Konsumsi telah menjadi budaya, budaya konsumsi. Sistem masyarakat pun telah berubah, dan yang ada kini adalah masyarakat konsumen, yang mana kebijakan dan aturan- aturan sosial masyarakat sangat dipengaruhi oleh kebijakan pasar (---, 2014. Budaya Konsumen).

Dalam masyarakat konsumtif, objek-objek konsumsi yang berupa komoditi tidak lagi sekedar memiliki manfaat atau kegunaan, pembelian barang yang dilakukan masyarakat konsumtif bertujuan untuk mengejar nilai status social yang ada didalamnya. Menurut baudrillard fungsi utama objek-objek konsumtif bukanlah pada kegunaan dan mafaatnya, melainkan lebih pada fungsi sebagai nilai-tanda atau nilai-simbol yang disebarluaskan melalui iklan-iklan gaya hidup berbagai media (Baudrillard, 2011: 87).

F. Kerangka Konseptual





Gaya hidup didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat). Gaya hidup hanyalah salah satu cara mengelompokkan konsumen secara psikografis. Gaya hidup pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya.

Gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang, dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. Hedonisme yang juga termasuk salah satu bentuk dari gaya hidup merupakan cara pandang yang menganggap bahwa kesenangan adalah hal yang paling penting dalam hidup. Atau hedonisme adalah paham yang dianut oleh orang-orang yang mencari kesenangan hidup semata-mata, hidup berfoya-foya. Begitupun yang terjadi pada kalangan mahasiswa. Karena keterbukaan kehidupan kondisi sosial masa kini, pluralisme kontek tindakan dan aneka ragam otoritas, pilihan gaya hidup semakin penting dalam penyusunan identitas diri dan aktivitas