

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi dan modern sekarang ini, gaya hidup atau *life style* merupakan hal yang sangat penting dan kerap menjadi ajang untuk menunjukkan identitas diri. Berbagai macam cara dilakukan orang-orang untuk bisa menunjukkan jati dirinya masing-masing. Termasuk bergaya dengan menggunakan pakaian atau atribut distro yang akhir-akhir ini semakin nampak di kalangan remaja. Perubahan sosiokultural yang menyertai kemajuan ekonomi di Indonesia lima tahun terakhir ini dapat dilihat dari berkembangnya berbagai gaya hidup dan diferensiasi sosial sebagai fungsi dari perkembangan ekonomi dan industrialisasi (Piliang, 2004: 303)¹.

Remaja pada umumnya peka terhadap perkembangan mode yang dapat menunjang penampilan misalnya pakaian. Hasil penelitian Surindo tentang *Behaviorial Trend of generation* menunjukkan bahwa frekuensi membeli distro pada remaja untuk meningkatkan tren mode merupakan peringkat teratas, yakni membeli pakaian lebih dari satu kali dalam satu bulan sebesar 99 %, sedangkan untuk membeli asesoris agar berpenampilan menarik seperti jam tangan, ikat pinggang, dompet, kaca mata dan sepatu sebesar 89 % (Suara Merdeka Cyber Media, 3 Januari 2009)². Menurut Desmond Morris, dalam "*Man Watching*": *A field guide to human behavior* (1977): "Pakaian juga menampilkan peran sebagai pajangan budaya", yang di dalamnya membawa suatu pesan dan gaya hidup suatu masyarakat atau komunitas tertentu dan lebih spesifiknya pakaian merupakan ekspresi identitas pribadi.

¹. Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Dunia yang Dilipat, Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*. Yogyakarta: Jalasutra. Hal 303

². Surya. 1999 Semarang (Sabtu 3 Januari 2009). *Perbedaan Tingkat Konformitas Ditinjau Dari Gaya Hidup Pada Remaja*. Yogyakarta: Psikologika

Distro adalah tempat untuk mendistribusikan suatu barang. Distro memang identik dengan remaja dilihat dari sekitar sejarah, Distro mulai marak pada tahun 1990-an, Distro merupakan tempat distribusi bagi barang-barang lokal yang tidak hanya terbatas pada *fashion* tetapi juga memiliki ikatan kuat dengan musik, *life style*, dan komunitas. Dan distro menjadi pemicu perkembangan gaya hidup remaja ke arah modern, pakaian distro yang di pajang di rumah distro adalah barang buatan sendiri sehingga barang yang di jual sifatnya terbatas atau tidak banyak. Distro biasanya menjual barang dengan merek yang mereka kembangkan sendiri merek *independen* ini biasanya digemari anak muda karena model pakaiannya tidak pasaran. Barang yang ada di distro biasanya tidak di jual secara berulang hal ini di karenakan distro ingin menjaga agar barang yang akan dijual tidak sama dengan barang yang telah di jual³. Di Mall Gorontalo banyak remaja yang memakai dan membeli pakaian distro. Beberapa remaja yang ditemui rela mengeluarkan uang untuk membeli pakaian distro, dengan cara meminta kepada orang tua. Selain itu, mereka juga rajin mengunjungi distro supaya dapat mengikuti perkembangan pakaian. Mereka senang memakai dan membeli pakaian distro dikarenakan dengan memakai pakaian distro tersebut mereka lebih percaya diri dalam bergaul dengan teman-temannya, mengikuti *tren* yang sedang berkembang, untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan-nya (Graniato, 2008, h. 10)⁴. Distro dipilih karena barang dan desainnya tidak dibuat terlalu banyak atau terbatas, sehingga apabila remaja membeli pakaian distro kemungkinan kecil untuk sama atau kembar dengan orang lain.

Gaya hidup membeli dan menggunakan pakaian distro merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan barang dan jasa.

³. Agustian, Rinto; 2009. Peluang Usaha Distro: Meraih Laba Di Usia Muda. Pustaka Baru Pers. Yogyakarta. hal 1

⁴. Graniato, H. 2008. Bisnis Distro, Panduan Mendirikan dan Mengelola Distro Clothing Company. Yogyakarta: Media Presshindo. Hal 10

Kecenderungan membeli dan menggunakan barang biasanya menjadi penuh arti dan berdampak pada satu tujuan karena diharapkan barang tidak sekedar memenuhi kebutuhan tetapi juga memiliki nilai lebih⁵. (Engel dkk, 1994, h. 3) Ahli sosiologi mengemukakan bahwa seseorang untuk meng-ekspresikan diri dan memperbaiki diri sendiri adalah mencapai bentuk aspirasi untuk mencapai status yang tinggi. Dengan simbol status, orang-orang akan menyatakan kepribadian mereka dalam bentuk simbol-simbol, misalnya pakaian dan asesoris (Winardi, 1991, h. 173)⁶. Persoalan simbol status tersebut mempengaruhi gaya hidup membeli remaja dengan beraneka macam cara dalam pola hidup sehingga memiliki sejumlah keyakinan yang dapat menimbulkan pengaruh penting dalam pembelian barang (Winardi, 1991, h. 154)⁷.

Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan, karena pakaian digunakan untuk melindungi tubuh dan sebagai salah satu perlengkapan kehidupan manusia (Palupi, 2000, h. 15)⁸. Remaja membeli dan menggunakan pakaian distro untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Misalnya remaja membeli pakaian bukan karena membutuhkan barang itu, melainkan karena barang tersebut dianggap dapat memenuhi kebutuhan dan penampilan dirinya. Jadi barang yang dibeli remaja bukanlah kegunaan yang dapat diberikan oleh barang tersebut, tetapi kemampuan barang tersebut untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan remaja (Swastha dan Handoko, 1997, h. 24)⁹.

⁵. J. Supranto, Nandan Limakrisna. 2010. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran: Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis (Edisi 2). Mitra Wacana Media. Jakarta. Hal 16

⁶. Winardi, 1991. Marketing Dan Perilaku Konsumen. Bandung : MandarMaju. Hal 173

⁷. Winardi, 1991. Marketing Dan Perilaku Konsumen. Bandung : Mandar Maju. Hal 154

⁸. Hill Inc Palupi, D. H. 2000. Gaya Hidup dan Remaja Funky. Jakarta: Temprint hal 15

⁹. Swastha, B, dan Handoko H. T. 1997. Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Liberty hal 24

Dalam sosiologi, remaja yang menggunakan distro tidak hanya dipandang bukan sekedar pemenuh kebutuhan yang bersifat fisik dan biologis manusia, tetapi berkaitan dengan aspek-aspek social budaya. Menggunakan distro berhubungan dengan masalah selera, identitas, atau gaya hidup. menurut sosiolog, selera sebagai suatu yang dapat berubah, difokuskan pada suatu kualitas simbolik suatu barang, dan tergantung persepsi selera orang lain¹⁰. Weber (1922 1978) berpendapat bahwa selera merupakan pengikat kelompok dalam (ingroup). Sebuah kelompok berkompetisi dalam penggunaan barang-barang distro. Keberhasilan dalam berkompetisi ditandai dengan kemampuan untuk memonopoli sumber budaya, sehingga akan meningkatkan prestis dan solidaritas suatu kelompok tersebut¹¹.

Veblen (1899 1973) memandang selera sebagai senjata untuk berkompetisi. Kompetisi tersebut berlangsung antar pribadi. Antara seorang dengan orang lain. Hal ini tercermin dalam masyarakat modern yang menganggap selera orang dalam mengkonsumsi suatu barang akan dapat melihat selera dasar dan penghargaan yang didapat. Hubungan antara konsumsi dan gaya hidup menurut Webber (1922 1978) mengatakan bahwa konsumsi terhadap suatu barang merupakan gambaran gaya hidup tertentu dari kelompok status tertentu. Konsumsi terhadap barang merupakan landasan bagi penjenjangan dari kelompok status. Sedang menurut vablen (1899 1973), penghargaan social terhadap masyarakat luas terletak pada keperkasaan, misalnya perang. Sedang pada masyarakat industri terletak pada kepemilikan kesejahteraan seseorang. Juga pada konsumsi yang dilakukan sebagai indikator dari gaya hidup kelompok status¹².

¹⁰. <http://sosbud.kompasiana.com/2012/06/20/makalah-sosiologi-ekonomi-konsumsi-dan-gaya-hidup-471274.html>

¹¹. Max Weber. (1922) 1978. *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. Berkley, CA: U. California Press,

¹². [Thorstein Veblen](#) 1899 *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*

Engel, Blackwell, & Miniard. (1994:347) menjelaskan bahwa gaya hidup kadang lebih dipengaruhi oleh tekanan dari lingkungan sosial ketimbang oleh sikap pribadi, dapat dikatakan pengukuran sikap kerap sekali dikaitkan dengan pengukuran pengaruh sosial untuk meramalkan gaya hidup¹³. Artinya ada norma-norma subyektif yang mempunyai pengaruh terhadap gaya hidup remaja. Azwar (2000:11) mengemukakan secara singkat bahwa norma subyektif sebagai “keyakinan kita mengenai apa yang orang lain lakukan dapat kita perbuat” dapat disimpulkan norma subyektif seseorang merupakan suatu keyakinan bahwa orang lain berpendapat sebaiknya dia melakukan atau tidak melakukan gaya hidup tertentu dan memotivasi dia untuk menuruti pendapat tersebut¹⁴. Hal ini sesuai dengan pendapat (Engel dkk 1994, h.46-57) yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup adalah interaksi sosial.

Secara harfiah interaksi berarti tindakan yang berbalasan antar individu atau antar kelompok. Tindakan saling mempengaruhi ini seringkali dinyatakan dalam bentuk simbol-simbol atau konsep-konsep. Jadi, pengertian interaksi sosial, yaitu hubungan timbal balik yang dinamis antara individu dan individu, antara individu dan kelompok, atau antara kelompok dengan kelompok baik dalam kerja sama, persaingan, ataupun pertikaian¹⁵. Konformitas dengan teman sebaya selalu dipertahankan oleh remaja, walaupun hal itu dapat menimbulkan pertentangan antara remaja dengan orang tuanya sebagai akibat perbedaan nilai. Interaksi sosial pada remaja biasanya di latar belakang oleh adanya keinginan dipandang tidak berbeda dari teman-temannya. Perbedaan pada masa remaja sering kali dipersepsikan dengan penolakan yang akan menyebabkan mereka terasing.

¹³. Blackwell, R. D., Miniard, P. W. 1994. Perilaku Konsumen: Jilid 1. Alih Bahasa : Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara (Edisi Keenam). Hal 347

¹⁴. Azwar, S. 2000. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Belajar hal 11

¹⁵. <http://www.plengdut.com/2013/09/Ciri-ciri-dan-Pengertian-Interaksi-Sosial.html>

Interaksi sosial mempengaruhi berbagai aspek kehidupan remaja seperti penampilan, *life style*, bahasa yang digunakan, dan nilai-nilai yang dianut (Mappiare, 1982, h. 59)¹⁶.

Gaya hidup membeli dan menggunakan distro pada remaja terkait dengan karakteristik psikososial tertentu yang dimiliki oleh remaja yaitu cara mereka berinteraksi terhadap teman sebaya. Masa remaja merupakan tahapan peralihan antara masa anak-anak dengan masa dewasa yang ditandai dengan berbagai perubahan. Perubahan tersebut bersumber pada upaya menemukan identitas diri. Dalam rangka memperoleh jati diri remaja berusaha berpenampilan modern dan mengikuti model-model yang sedang tren. Mereka membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang yang dapat menunjang penampilan diri seperti distro. Mereka ingin kehadirannya diakui oleh kelompok teman sebayanya. Di sisi lain keinginan yang kuat untuk melepaskan diri dari keterikatan dengan orang tua membuat remaja mencari dukungan sosial dari teman sebayanya.

Penelitian ini memfokuskan diri meneliti gaya hidup remaja yang menggunakan dan membeli pakaian atau atribut distro. Banyak faktor mempengaruhi gaya hidup remaja diantaranya gaya hidup berpakaian distro pada remaja, remaja yang mengkonsumsi distro menyagkut selera dan hubungan konsumsi dengan gaya hidup, dan mereka ingin keberadaannya di akui oleh kelompok dan teman sebaya dengan cara berinteraksi dan dengan menggunakan pakaian dan atribut distro. Remaja dalam mengikuti mode sering terakumulasi dengan mencoba menampilkan dirinya secara fisik. Penilaian fisik dan sosial tentang penampilan diri dapat mempengaruhi hubungan remaja dengan lingkungannya, bahwa dengan menunjang penampilan mereka dengan menggunakan pakaian dan atribut distro akan lebih diterima dan menjadi bagian dalam kelompok. Remaja lebih aktif mencari masukan dari teman sebayanya maupun kelompok-nya dalam mengambil keputusan untuk menggunakan atau mengonsumsi suatu barang. Oleh karena itu peneliti

¹⁶. Prenhallindo.Mappiare, A. 1982. Psikologi Orang Dewasa: Jilid 1. Surabaya: Usaha Nasional

ingin meneliti apakah ada hubungan antara distro dan gaya hidup yang di timbulkan remaja setelah menggunakan pakaian dan atribut-atribut distro tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Memulai penelitian ini peneliti ingin merumuskan apa yang menjadi permasalahan dalam judul penelitian tentang gaya hidup dan interaksi sosial remaja peminat distro di kota Gorontalo

1. Bagaimana Gaya Hidup Remaja Peminat distro Di Kota Gorontalo?
2. Bagaimana Interaksi Sosial Antara Remaja Peminat Distro Di Kota Gorontalo?

3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- A. Untuk mengetahui apakah penyebab kebanyakan remaja yang lebih sering membeli pakaian distro.
- B. Untuk mengetahui gaya hidup yang di timbulkan oleh remaja setelah menggunakan barang distro berupa pakaian dan atribut-atribut yang ada di dalam distro tersebut.
- C. Untuk mengetahui interaksi sosial antar remaja sesama peminat distro.

4.1 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah :

- A. Diharapkan mampu menjadi bahan masukan bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya terhadap sosiologi itu sendiri.
- B. Diharapkan bisa menjadi referensi dan sekaligus mampu memberikan stimulus bagi peneliti lain yang tertarik untuk meneliti topik yang terkait sehingga studi sosiologi selalu mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan ilmu pengetahuan.

Diharapkan hasil penelitian ini bisa menjadi kontribusi pemikiran bagi para alumni UNG yang tertarik untuk menjalankan bisnis tersebut dan bagi para pengusaha dalam upaya pengembangan usahanya.