

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Modernisasi merupakan pola kehidupan masyarakat yang mulai berkembang sejak dari tahun ketahun. Modernisasi di gunakan untuk tahapan perkembangan sosial yang di dasarkan pada, perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi yang semakin hari semakin canggih, serta penemuan industrialisasi yang sudah meluas ke negara–negara berkembang, diantaranya di Indonesia. Penemuan industri–industri baru yang mampu mempengaruhi kehidupan masyarakat dan banyak diminati diantaranya seperti, industri fashion.

Semua industri inipun lebih banyak mengarah kekaum perempuan. Mulai dari perlengkapan rumah seperti halnya perabot–perabot. Dan juga alat kecantikan seperti *make-up*. Tak hanya alat kecantikan saja, industri baju, sepatu, tas inipun banyak diminati oleh masyarakat. Semua hasil–hasil industri inipun sengaja dibuat dan dipasarkan melalui media online, bahkan ke media cetak. Jadi jangan heran, perusahaan tertentu cenderung mengiklankan produk mereka dengan kelebihan tertentu yang mengandung informasi yang berguna, agar masyarakat yang melihatnya tertarik.¹ Harga–harga dari industri inipun beragam hingga mencapai jutaan dan bahkan sampaipuluhan juta rupiah. Namun semua harga–harga yang terdapat pada hasil industri tersebut tergantung pada mereknya masing–masing. Tidak heran jika banyak orang yang mengkonsumsi barang–barang industri seperti tersebut diatas lebih banyak diminati oleh masyarakat kalangan atas, seperti halnya pejabat, pengusaha, dan juga artis.

Perbedaan status sosial ekonomi diantara para pengguna juga membedakan pola konsumsinya meskipun tidak jauh berbeda antara satu dengan lainnya. Masyarakat dengan

¹Yustiman Ihza “*Bujuk Rayu Konsumerisme*” Bandung; Linea Pustaka, 2013, hal. 24.

status sosial tinggi cenderung berpola konsumsi tinggi yaitu mengkonsumsi barang yang tidak melihat dari manfaatnya tetapi lebih melihat pada *mode*-nya. Kesadaran seseorang bahwa ia masuk dalam strata yang tinggi, menyebabkan timbulnya keinginan untuk diakui statusnya. Dalam penampilannya sehari-hari, orang-orang yang berkelas sosial tinggi berusaha menampilkan atribut-atribut mewah sebagai simbol untuk menunjukkan status yang mereka miliki.

Salah satu penyebab terjadinya perubahan pola kehidupan masyarakat tidak terlepas dari perkembangan zaman dengan era globalisasi yang sudah mulai muncul di negara-negara berkembang seperti halnya di Indonesia. Perkembangan era globalisasi ini ditandai dengan gemparnya perdagangan industri dimana-dimana. Perdagangan atas hasil industri ini diantaranya seperti *fashion*. *Fashion* telah menjadi kebutuhan masyarakat, khususnya kaum perempuan yang juga merupakan bagian dari realita sosial pada saat ini dan telah menjadi trend dimana-mana. Contohnya saja ketika kita mengunjungi tempat perbelanjaan, kita bisa melihat berbagai macam jenis *fashion* di tempat-tempat perbelanjaan dengan pengunjunnya yang beragam. Baik itu baju yang digunakan, celana, sepatu, bahkan pada tas. Bukan hanya pada pengunjung saja, pada tempat-tempat perbelanjaanpun banyak menjual industri *fashion*.

Namun pola konsumsi produk fashion tidak hanya dipengaruhi oleh status sosial ekonomi saja, tetapi juga dipengaruhi oleh adanya iklan. Peran iklan dalam meningkatkan pola konsumsi sangat besar karena iklan dapat menciptakan *mode* atau *trend* yang terbaru. Iklan menjadi media bagi produsen untuk memperkenalkan produknya baik melalui media cetak maupun media elektronik. Kedua media ini merupakan media yang efektif dalam memasarkan suatu produk. Melalui iklan produk fashion menjadi semakin melekat dikalangan pelajar putri yang memperhatikan penampilannya.

Lingkungan sekitar merupakan tempat sosialisasi setelah di dalam keluarga. Pengaruh lingkungan terhadap kehidupan seseorang bisa lebih besar pengaruhnya dari pada pengaruh

dalam keluarga itu sendiri. Demikian juga dengan kehidupan pelajar putri. Kehidupannya, dalam hal ini gaya hidupnya banyak dipengaruhi oleh lingkungan pergaulannya. Cara berdandan, cara berpakaian banyak dipengaruhi oleh lingkungan pergaulannya. Hal ini disebabkan karena pelajar masa kini sebagian besar waktunya dihabiskan di luar rumah. Baik mengikuti bimbingan belajar, kursus, atau hanya sekedar kumpul bareng teman di pusat perbelanjaan atau mal. Sehingga hal ini juga akan berpengaruh pada pola konsumsi produk fashion.

Melihat realita sosial yang terjadi pada dunia *fashion* saat ini, peneliti tertarik untuk meneliti tentang industri *fashion* tersebut terutama pada industri tas. Sebab masyarakat yang awalnya hanya mengkonsumsi barang untuk kebutuhan produksi dan konsumsi yang cukup. Namun sekarang lebih suka mengkonsumsi segala sesuatu yang berlebihan. Hal ini ditunjukkan dengan berbagai macam produk bermerek yang masyarakat gunakan saat ini, misalnya pada merek-merek *fashion* tas yang sekarang sudah banyak dikonsumsi oleh masyarakat diantaranya seperti: *Hermes, Zara, Chanel, Prada, Furla* dan masih banyak lagi. Masyarakatpun sebagian lebih melihat merek tas yang dikonsumsi dibandingkan melihat kegunaan dari tas tersebut.

Di zaman yang sekarang ini, sudah banyak masyarakat yang mengubah penampilannya dengan gaya yang lebih trend dengan menggunakan merek-merek tertentu, agar dilihat modis, dan berbeda dengan yang lainnya. Pada kenyataannya gaya tren di tahun 2014 ini kita bisa lihat, semakin hari semakin berkembang, perkembangan itu dapat dilihat dalam kehidupan sehari-hari, dimana banyaknya pejabat, pengusaha, dan artis bersaing untuk menampilkan gaya mereka masing-masing. Bukan hanya kalangan atas saja, kalangan mahasiswa, karyawan, dan pegawai swastapun tidak kalah. Namun harga-harga tas yang mereka gunakan berbeda dengan penggunaan tas dari kalangan atas (pejabat, pengusaha, dan

bahkan terutama para artis). Sebab merek–merek tas yang mereka gunakan hanyalah kualitas–kualitas KW 2, dan KW 3 yang biasa kita dengar dalam dunia *fashion* tas.

Perilaku konsumsi kaum perempuan dalam hal ini sebenarnya dapat dimengerti bila melihat tingkat pergaulan dan upaya mereka dalam mencari identitas diri sebagai perempuan terpendang. Kaum perempuan ingin diakui eksistensinya oleh lingkungannya dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain menyebabkan mereka berusaha untuk mengikuti atribut yang sedang trend.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam dan menyusunnya dalam studi deskripsi tentang pengguna tas-tas bermerek dikalangan kaum perempuan di Kota Gorontalo

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pola perilaku perempuan pengguna tas bermerek di Kota Gorontalo?
2. Faktor-faktor apa sajakah yang menyebabkan kaum perempuan lebih memilih tas bermerek di Kota Gorontalo?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk pola perilaku kaum perempuan pengguna tas bermerek di Kota Gorontalo.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menyebabkan kaum perempuan lebih memilih tas bermerek di Kota Gorontalo.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dari adanya penelitian ini adalah:

1. Bagi Industri

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat industri, khususnya industri fashion tas bermerek tentang perkembangan industri tas bermerek di Kota Gorontalo.

2. Bagi Peneliti

Sebagai tambahan pengetahuan kepada peneliti mengenai perilaku masyarakat khususnya kaum perempuan pengguna fashion tas bermerek dengan harapan penelitian ini kedepan dapat memberi pengalaman tersendiri kepada peneliti dalam melakukan penelitian ini dan sebagai titik awal dalam melaksanakan penelitian lanjutan yang berhubungan dengan masalah penelitian ini maupun masalah-masalah sosial lainnya yang patut untuk diteliti.

3. Bagi Pembaca

Semoga penelitian ini dapat menambah pengetahuan kepada pembaca, utamanya yang akan melakukan penelitian yang serupa di kemudian hari.

