

ABSTRAK

Millennials adalah sebuah generasi dalam konsep pembagian generasi di Amerika Serikat, sebuah generasi yang memiliki ketergantungan terhadap teknologi. Internet sebagai salah satu produk teknologi memiliki pengaruh terhadap pola kehidupan *millennials*. Dengan adanya internet, *millennials* bisa melakukan banyak kegiatan secara *online*, salah kegiatan tersebut adalah belanja secara online atau sering disebut sebagai *online shopping*. Kedekatan *millennials* dengan internet ini ternyata mempengaruhi pola konsumsi mereka dalam *online shopping* yang pada akhirnya. Kemudahan mengakses *online shop* membuat *millennials* cenderung konsumtif. Hal yang menarik adalah bahwa ternyata objek yang dikonsumsi *millennials* bukanlah *use-value* barang yang sesungguhnya melainkan representasi barang yang ditampilkan melalui sistem tanda yang ada di dalam sebuah *online shop*.

Tesis ini meneliti apakah konsep *millennials* sebagai sebuah generasi bisa diaplikasikan dalam kondisi masyarakat urban Surabaya. Selanjutnya tesis ini berupaya untuk mendeskripsikan dan menganalisis apa saja yang bergerak di dalam kegiatan *online shopping millennials*. Penulis akan menggunakan menggunakan konsep *postmodern consumer culture* dan simulasi dan hiperrealitas oleh Jean Baudrillard. Penelitian tersebut dilakukan dalam ruang lingkup *cyber culture* yang dekat dengan *millennials*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan dua macam data. Data sekunder berasal dari kuesioner pendahuluan yang dilakukan kepada kelompok usia *millennials*, sedangkan data primer didapat dari *in-depth interview* terhadap informan yang merupakan hasil *screening data sekunder*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam kegiatan online shopping *millennials* urban Surabaya meresepsi sistem tanda dalam terdapat pada komponen komponen di dalam sebuah *online shop*. Beberapa sistem tanda tersebut saling berhubungan sehingga membentuk sebuah jaringan yang memiliki pengaruh terhadap proses konsumsi. Jaringan sistem tanda tersebut juga membuat *millennials* mengalami simulasi dan hiperrealitas yang membuat barang yang mereka lihat tampak sempurna. Hal itulah yang pada akhirnya menyebabkan mereka menjadi konsumtif.

Kata kunci: *millennials*, online shopping, konsumsi, posmodern, sistem tanda, *cyber culture*

ABSTRACT

