

ANALISIS BUDAYA KONSUMEN PADA GENERASI BABY BOOMERS (ORANG TUA DAN ANAK) DALAM MENGONSUMSI PRODUK ELEKTRONIK RUMAH TANGGA DI KOTA KEDIRI

Abstrak

Penelitian ini bertemakan budaya konsumen, dimana masyarakat diterpa berbagai produk dan iklan yang mempengaruhi pola pikir masyarakat. Budaya konsumen menurut Baudrillard, yang dikonsumsi bukan lagi *use* atau *exchange value* tetapi simbolik *value*. Fokus penelitian ini pada generasi *baby boomers* yang mengonsumsi produk elektronik rumah tangga dimana produk tersebut berkembang cepat dan memiliki *value* tinggi.

Penelitian ini berusaha menjawab masalah penelitian yaitu bagaimana budaya konsumen generasi *baby boomers* (orangtua dan anak) dalam mengonsumsi produk elektronik rumah tangga di kota Kediri?. Dan bertujuan untuk memahami budaya konsumen, mengetahui variasi ragam budaya konsumen dan mengetahui hubungan antara konsumsi dengan identitas gender, usia dan pengaruhnya terhadap keluarga, iklan, teman dan toko terhadap konsumsi produk elektronik rumah tangga *baby boomers* di Kediri.

Metode yang digunakan adalah *InDepth Interview* kepada 3 keluarga yang terdiri dari ayah, ibu dan anak-anaknya yang lahir dan tinggal di Kediri. Analisa interaktif yang memiliki 3 tahap yaitu *data reduction*, *data display* dan *conclusion drawing* digunakan untuk menganalisa hasil wawancara.

Hasil penelitian menemukan bahwa iklan dan teman tidak memberikan pengaruh besar pada konsumsi *baby boomers*, pengaruh terbesar pertama datang dari keluarga, yang kedua dari pelayan dan pemilik toko. Pemilihan produk dan merek didominasi oleh perundingan dan pemilihan keluarga yang dipengaruhi etnisitas dan kelas sosial.. Durasi pemakaianpun sampai barang tersebut rusak. Secara umum penelitian ini menunjukkan bahwa konsumsi produk elektronik rumah tangga generasi *baby boomers* di Kediri belum terpengaruh oleh budaya konsumen, namun hal ini akan semakin kuat pengaruhnya di masa depan terutama kepada anak dan cucu generasi *baby boomers*.

Kata Kunci: Budaya konsumen, konsumsi, generasi baby boomers