

1. ABOLISITIF
2. SURABAYA

KIK
Fis. Ant 12/00
Yuh
r

B

REMAJA DAN PAKAIAN
(Etnografi Remaja Pengunjung Plasa Surabaya)

SKRIPSI



OLEH :

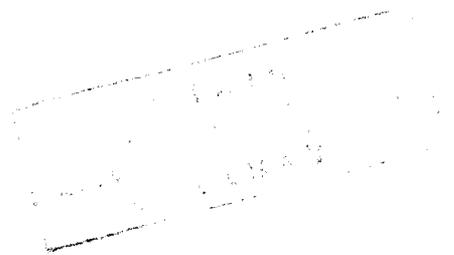
RUSLIA YUHANA
NPM : 079514744

PROGRAM STUDI ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
SEMESTER GENAP 2000

REMAJA DAN PAKAIAN
(Etnografi Remaja Pengunjung Plasa Surabaya)

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S-1
Pada Program Studi Antropologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga



OLEH :

RUSLIA YUHANA

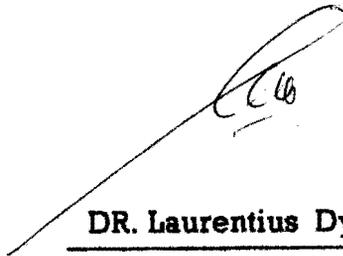
NPM : 079514744

PROGRAM STUDI ANTROPOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
SEMESTER GENAP 2000

Skripsi ini telah disetujui untuk diujikan

Surabaya, 7 Juli 2000

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'LD', is written over a horizontal line that extends to the left.

DR. Laurentius Dyson , MA.

NIP. 130 937 724

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

Pada tanggal 26 Juli 2000

DEWAN PENGUJI

KETUA,



Drs. Tri Joko Sri Haryono, MA.

NIP. 131 685 314

ANGGOTA,



DR. Laurentius Dyson, MA.

NIP. 130 937 724



Drs. Djoko Adi Prasetyo

NIP. 131 836 627

ABSTRAKSI

Membicarakan perilaku remaja dalam kesehariannya tidak akan pernah ada habisnya. Mulai dari segala tingkah laku hingga eksese-eksese yang dimunculkan dari segala perilaku sosialnya yang sebenarnya merupakan suatu fenomena sosial tersendiri dari suatu sistem sosial masyarakat kita.

Untuk saat ini, pakaian bagi sebagian remaja kita tidak hanya sebagai penutup tubuh belaka, namun memiliki aspek dimensi yang sangat luas yang tidak hanya berdimensi perlindungan tubuh dari sengatan matahari atau dinginnya malam, melainkan pula telah berdimensi sosial budaya. Dimana dari pakaian dan *trend* mode terbentuk pola pikir seseorang atau sekelompok remaja untuk berbuat atau berperilaku tertentu dan salah satunya adalah berperilaku konsumtif.

Penelitian ini mengambil lokasi di Plasa Surabaya dengan pertimbangan di tempat tersebut letaknya sangat strategis, yaitu di pusat kota serta mudah dijangkau dan dijadikan sebagai tempat transit oleh banyak remaja SMP dan SMU. Selain itu di Plasa Surabaya terdapat *Galleria Department Store* yang menempati areal terluas didalam Plasa Surabaya, dengan banyak menawarkan berbagai koleksi pakaian remaja yang terbagi atas berbagai outlet dari merk-merk terkenal dengan model-model pakaian yang sedang *nge-trend* sehingga banyak remaja yang datang ke tempat tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi etnografi dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Unit analisis yang diambil adalah remaja pengunjung Plasa Surabaya yang sedang memilih dan membeli pakaian di seputaran Plasa tersebut dan ditentukan secara *accidental*. Instrumen yang dipakai dalam pencarian data adalah pengamatan berpartisipasi dan wawancara mendalam dengan para informan dengan menggunakan pedoman wawancara.

Remaja pengunjung Plasa Surabaya, dalam mengkonsumsi pakaian terbagi atas 2 tingkatan yaitu tingkatan kognitif yang berupa pengetahuan mereka mengenai mode pakaian yang sedang *nge-trend* dan tingkatan perilaku yang merupakan implementasi dari tingkatan kognitifnya yaitu berupa tindakan pengambilan keputusan untuk membeli dan mengenakan pakaian tersebut. Pakaian bagi remaja bukan sekedar penutup tubuh belaka, tetapi merupakan simbol status, gengsi, harga diri, sarana untuk meningkatkan rasa percaya diri dan menjaga eksistensi remaja di lingkungan pergaulannya. Sehingga dalam membeli pakaian nilai kebutuhan bukanlah menjadi prioritas tetapi yang lebih dipentingkan adalah perasaan mendapatkan kepuasan untuk memperoleh status dan gengsi dari pakaian yang dibelinya.

Implikasi sosial yang dimunculkan dari dua tingkatan perilaku tersebut adalah munculnya strategi adaptif dalam menjaga keberadaan sosial remaja secara individu dari kelompoknya agar tetap *survive* dan mempunyai nilai serta status tersendiri dari kelompoknya dengan berperilaku konsumtif.

Fenomena sosial lain yang dimunculkan dari realitas sosial tersebut adalah terjadinya ketimpangan (gegar) gender dalam proses konsumsi dimana terdapat dominasi perempuan dalam sektor konsumsi maupun domestik dan dominasi pria pada sektor publik yang disebabkan oleh konstruksi sosial masyarakat berdasarkan stereotipe seksual laki-laki dan perempuan yang tersosialisasi sejak dini.