

ABSTRAK

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumerisme Helmet Lovers Surabaya Community serta bagaimana helm dapat membentuk identitas para anggotanya. Helmet Lovers Surabaya Community adalah komunitas yang berfokus pada pakaian keselamatan saat berkendara, khususnya helm. Teori yang diterapkan pada studi ini adalah Budaya Konsumen oleh Featherstone (2007) yang didukung oleh pendekatan etnografi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mencapai pemahaman lebih baik tentang masalah yang tertera. Studi ini menemukan bahwa ada konstruksi identitas yang terjadi di antara anggota Helmet Lovers Surabaya Community. Penelitian ini menyimpulkan bahwa anggota komunitas berusaha mencari cara untuk menyesuaikan diri dengan komunitas dengan membangun identitas mereka yang dapat diterima oleh komunitas seperti meniru idola, meningkatkan kelas sosial, serta mengaplikasikan ke hobi.

Kata Kunci: *Budaya konsumsi, etnografi, helm, identitas, pandangan konsumen*

ABSTRACT

The main purpose of this study is to find out the consumerism behaviour of Helmet Lovers Surabaya Community and also how helmet creates the member's identity. Helmet Lovers Surabaya Community is a community that centred its focus on safety gear specifically helmet. The theory applied in the study is Consumer Culture by Featherstone (2007) supported by ethnography approach. The method used in the study is qualitative to achieve a better understanding of the issue. The study found that there is a construction of identity among the members of the Helmet Lovers Surabaya Community. Ultimately, the member trying to discover how to fit themselves in the community by constructing their identity with various motives by imitating their idol, elevating social class, and applying to their hobby.

Keywords: *Consumer culture, consumer perspective, ethnography, helmet identity* ,