

ABSTRAK

Membeli atau mengonsumsi simbol status merupakan sebuah realitas sosial yang sedang berkembang dikalangan masyarakat kelas menengah. Berdasarkan konsep pemikiran Jean P Baudrillard, konsumsi pada masyarakat post-modern tidak lagi bertumpu pada nilai guna suatu komoditas melainkan merujuk pada konsumsi nilai tanda yang dianggap mampu memberi sebuah kesan, citra diri, serta simbol status bagi masyarakat. Dahulu konsumsi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan akan sandang, papan, dan pangan demi kelangsungan hidup, namun saat ini konsumsi harus lebih daripada itu agar masyarakat merasa lebih hidup.

Studi mengenai membeli status melalui konsumsi nilai simbolik pada masyarakat kelas menengah dilakukan menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam (*indepth interview*). Kemudian data dianalisis secara kualitatif menggunakan teori masyarakat konsumsi oleh Jean P Baudrillard.

Peneliti menemukan bahwa masyarakat kelas menengah tidak cukup jika hanya mengonsumsi nilai guna dari suatu barang, seperti membeli beberapa item barang yang memiliki fungsi hampir mirip, dan yang menjadi pembeda hanyalah model atau mereknya. Alasan masyarakat kelas menengah dalam mengonsumsi barang yang sarat akan nilai tanda ini cukup bervariasi, mulai dari mencari kualitas, kebutuhan koleksi, kepentingan mode, hobi hingga mengikuti tren yang sedang berkembang. Dengan mengenakan barang yang sarat akan nilai tanda masyarakat kelas menengah menjadi lebih nyaman, percaya diri, serta lebih diapresiasi oleh lingkungan sekitar.

Kata Kunci: konsumsi, nilai fungsi, nilai tanda, masyarakat kelas menengah

ABSTRACT

Buying or consuming status symbols is a social reality that is developing among the middle class. Based on the concept of Jean P Baudrillard's thought, consumption in post-modern society no longer rests on the use value of a commodity but refers to consumption of the value of a sign that is considered capable of giving an impression, self-image, and status symbol to the community. Previously consumption was done to meet the needs for clothing, shelter, and food for survival, but now consumption must be more than that so that people feel more alive.

The study of buying status through the consumption of symbolic values in the middle class is carried out using a qualitative approach. Determination of informants in this study was carried out purposively. Data collection techniques used were in-depth interviews. Then the data were analyzed qualitatively using the theory of consumption society by Jean P Baudrillard.

Researchers found that middle class people are not enough to only consume the use value of an item, such as buying several items that have almost similar functions, and the only difference is the model or brand. The reason for the middle class community in consuming goods that are full of the value of this sign is quite varied, ranging from looking for quality, collection needs, fashion interests, hobbies to following a growing trend. By wearing goods that are full of the mark value of middle class people become more comfortable, confident, and more appreciated by the surrounding environment.

Keywords: consumption, function value, sign value, middle class society

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT atas segala limpahan nikmat, rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul Membeli Status melalui Konsumsi Nilai Simbolik (Studi mengenai Konsumsi pada Masyarakat Kelas Menengah di Kab. Gresik).