GAYA HIDUP SHOPAHOLIC (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR)

Andi Syahreza Nugrawan Ruzadi¹, Zainal Arifin²
^{1,2}Pendidikan Sosiologi-FIS UNM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui; 1) Perilaku sosial mahasiswa yang mempunyai gaya hidup shopaholic di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar. 2) Jenis shopaholic yang mendominasi gaya hidup mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Teknik dalam menentukan informan menggunakan purposive sampling dengan informan berjumlah 8 orang. Adapun kriteria informan yaitu berstatus sebagai mahasiswa FIS UNM angkatan 2015-2018, mahasiswa yang meluangkan waktu dua kali dalam sebulan untuk berbelanja pakaian dan menghabiskan uangnya untuk berbelanja pakaian minimal Rp 500.000 per bulan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data kualitatif tipe deskriptif melalui tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik pengabsahan data menggunakan member check. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; 1) Perilaku sosial mahasiswa yang mempunyai gaya hidup shopaholic di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar yaitu cenderung merupakan mahasiswa yang hanya memilih sebagai mahasiswa biasa yang kegiatan pokoknya hanya berkuliah saja dan cenderung merasa akrab dengan lingkungan yang mempunyai hobi yang sama. 2) Jenis shopaholic yang mendominasi kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar adalah shopaholic pemburu image, kompulsif dan diskonan.

Kata kunci: *Gaya Hidup, Shopaholic.*

ABSTRACT

This study aims to determine; 1) Social behavior of students who havelifestyle shopaholic in the Faculty of Social Sciences, Makassar State University. 2) The type of shopaholic that dominates the lifestyle of students in the Faculty of Social Sciences, Makassar State University. This type of research is descriptive qualitative. The technique for determining informants used purposive sampling with 8 informants. The criteria for informants are status as a student college from 2015-2018 Faculty of Social Sciences Makassar State University, students who spend two times a month shopping for clothes and spending their money to shop for clothes at a minimum of IDR 500,000 per month. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. Descriptive qualitative data analysis techniques through three stages, namely data reduction, data presentation and conclusion. Technique of validating data using member check. The results of the study show that; 1) Social behavior of students who havelifestyles shopaholic in the Faculty of Social Sciences, Makassar State University, which tends to is a student who only chooses as an ordinary student whose main activities are only college and tend to feel familiar with the environment that has the same hobby. 2) The type of shopaholic that dominates among students of the Faculty of Social Sciences of the State University of Makassar is shopaholic hunter image, compulsive and discounted.

Keywords: *Lifestyle, Shopaholic.*

PENDAHULUAN

Di negara berkembang seperti Indonesia dimana suatu barang dapat dijadikan sebagai pemuas kebutuhan seseorang, kebiasaan dan gaya hidup seseorang akan dengan mudah berubah ke arah yang lebih modern dan berlebihan sehingga mengarahkan seseorang melakukan perilaku boros atau konsumtif. Hal ini didukung dari perkembangan banyaknya pembangunan seperti shopping mall, cafe, supermarket atau minimarket, serta toko-toko online yang mulai menjamur.

Gaya hidup konsumtif melanda berbagai kelompok sosial, tidak terkecuali bagi mahasiswa. Remaja akhir ini merupakan fase dimana seseorang akan mulai menyesuaikan dengan teman sebayanya, meningkatnya ketertarikan dengan lawan jenis dan juga keinginan untuk diakui dengan cara menaikkan harga diri, sehingga membuat mahasiswa

termasuk dalam kelompok sosial yang rentan terhadap suatu pengaruh gaya hidup, trend, dan juga mode yang sedang berkembang pada saat ini, supaya dapat diakui oleh kelompoknya, dengan cara mengubah penampilannya agar terkesan up to date dan mengikuti zaman.

Gaya hidup konsumtif dapat dilakukan dalam berbagai kalangan, tidak terkecuali dalam kalangan mahasiswa. Mahasiswa dipandang oleh masyarakat sebagai individu yang terpelajar, mengalami kematangan dalam berpikir, berpenampilan menarik, rapi dan sopan santun. Pandangan inilah yang kemudian membuat mahasiswa untuk membuat dirinya untuk selalu tampil menarik, elegan dan rapi. Tampilan menarik ini menurut mahasiswa ditampakkan dengan harus memakai pakaian terbaru, bermerek, mahal, untuk menjaga gengsi dan agar terlihat hebat. Hal inilah yang akhirnya membuat mahasiswa memiliki perilaku yang konsumtif untuk memenuhi gaya hidupnya.

Mahasiswa akan lebih percaya diri terhadap tampilannya ketika mahasiswa sudah dapat tampil layak sesuai dengan standar penampilan yang dibuatnya. Dikalangan mahasiswa mengikuti tren mode saat ini secara tidak sadar sebagai pemenuhan keinginan pengakuan dari mahasiswa lainnya akan eksistensi dirinya. Remaja dalam hal ini adalah mahasiswa membentuk sebuah trend untuk mengaktualisasikan dirinya. Ketersediaan waktu luang yang cukup serta bantuan keuangan yang selalu dipenuhi oleh orangtua menjadi faktor pendukung gaya hidup mahasiswa. Gaya hidup tersebut berpatokan pada style yang diciptakan dari orang lain atau melalui media.

Menggunakan pakaian yang sesuai dengan model terkini dapat menjadikan eksistensi kaum muda dihargai. Keinginan memiliki benda-benda khususnya pakaian yang sesuai mode dapat membuat mahasiswa mendapatkan pengakuan dalam status sosial kelas atas dari mahasiswa lainnya. Perilaku konsumtif yang dilakukan di beberapa kalangan ini mendorong kemudian seorang individu untuk memiliki gaya hidup shopaholic, tidak terkecuali di kalangan mahasiswa.

Shopaholic adalah seseorang yang memiliki pola belanja berlebihan yang dilakukan terus menerus dengan menghabiskan begitu banyak cara, waktu dan uang hanya untuk membeli atau mendapatkan barang-barang yang diinginkan namun tidak selalu dibutuhkan secara pokok oleh dirinya.

Gaya hidup shopaholic kebanyakan dilakukan oleh kaum wanita. Wanita mempunyai kecenderungan lebih besar untuk berperilaku konsumtif dibandingkan pria disebabkan "konsumen wanita cenderung lebih emosional, sedang konsumen pria lebih nalar. Kondisi pasar yang lebih banyak ditujukan untuk wanita dan kecenderungan wanita lebih mudah dipengaruhi mendorong wanita lebih konsumtif daripada pria". Wanita shopaholic selalu ingin mengikuti perkembangan trend yang ada, sehingga mereka segera membeli barang-barang keluaran terbaru.

Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar menjadi salah satu fakultas yang mahasiswanya berasal dari penjurua daerah yang ada di Sulawesi Selatan. Posisi geografis kampus FIS UNM yang strategis dalam hal ini dekat dengan banyak pusat perbelanjaan semakin mendukung candu berbelanja pakaian pada mahasiswa. Kampus FIS UNM banyak dikelilingi oleh pusat perbelanjaan yang semakin lama semakin menjamur. Jarak pusat perbelanjaan dengan kampus FIS UNM tidak terlalu jauh memberi pengaruh besar terhadap gaya hidup shopaholic pada mahasiswa. Kondisi sosial budaya dan ekonomi yang ada di Makassar pun sudah semakin menunjukkan perilaku konsumtif.

Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar, yang seharusnya kampus merupakan tempat mahasiswa memperoleh ilmu pengetahuan, bertukar pikiran, bersosialisasi sesama mahasiswa, dan lain sebagainya. Namun yang terlihat kampus dijadikan ajang pamer penampilan dan gaya hidup mereka.

Mahasiswa yang memiliki kemampuan dalam hal finansial menjadi mudah terpengaruh untuk memenuhi gaya hidup yang konsumtif tersebut. Mahasiswa akan dianggap mengikuti perkembangan zaman apabila telah membeli dan memakai barang-barang dengan merek terkenal, bukan lagi melalui prestasi. Melihat gaya hidup shopaholic pada mahasiswa FIS UNM dalam hal ini kecanduan dalam berbelanja pakaian, kebanyakan dari mahasiswa FIS UNM berpenampilan fashionable dalam arti mengikuti perkembangan dunia fashion sebagai simbol citra diri yang dibentuk dalam lingkungan sosialnya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Teknik dalam menentukan informan menggunakan purposive sampling dengan informan berjumlah 8 orang. Adapun kriteria informan yaitu berstatus sebagai mahasiswa FIS UNM angkatan 2015-2018, mahasiswa yang meluangkan waktu dua kali dalam sebulan untuk berbelanja pakaian dan menghabiskan uangnya untuk berbelanja pakaian minimal Rp 500.000 per bulan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data kualitatif tipe deskriptif melalui tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik pengabsahan data menggunakan member check.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Perilaku Sosial Mahasiswa yang Mempunyai Gaya Hidup Shopaholic di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar

Adapun perilaku sosial dari mahasiswa yang mempunyai gaya hidup shopaholic di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar adalah sebagai berikut:

a. Cenderung Hanya Memilih Sebagai Mahasiswa Biasa yang Kegiatan Pokoknya Hanya Berkuliah

Mahasiswa yang memiliki gaya hidup shopaholic cenderung merupakan mahasiswa yang hanya memilih sebagai mahasiswa biasa yang kegiatan pokoknya hanya berkuliah saja. Artinya mahasiswa tersebut memilih untuk tidak terlibat dalam organisasi-organisasi maupun UKM yang ada di kampus. Hal ini disebabkan karena mahasiswa tersebut lebih tertarik dan nyaman untuk menghabiskan banyak cara, waktu dan tenaga untuk membeli atau mendapatkan barang-barang yang diinginkan di pusat perbelanjaan dibandingkan menghabiskan waktu di lingkungan kampus bergelut dengan organisasi intra maupun ekstra kampus.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa para pelaku mahasiswa yang dikatakan shopaholic lebih senang menghabiskan waktunya dengan berjalan-jalan di mall dan berbelanja. Berbelanja akan menghasilkan kesenangan dan kepuasan tersendiri bagi mahasiswa tersebut. Waktu luang seharian dibutuhkan untuk memenuhi hasrat belanja mereka. Setelah jam kuliah selesai, mahasiswa tersebut lebih sering memilih untuk pulang tanpa mau berlama-lama menghabiskan waktu di lingkungan kampus untuk sekedar bercengkrama dengan teman maupun mengikuti kegiatan organisasi seperti diskusi maupun aktif masuk dalam kepanitiaan organisasi di himpunan program studinya.

Hal di atas sejalan dengan pendapat Jean P. Baudrillard bahwa “waktu hanya bisa dibebaskan sebagai obyek, sebagai capital pengukur waktu dengan tahun, jam, hari, minggu dengan menanamkannya melalui setiap orang menurut selera sendiri”. Selain itu juga sejalan dengan kutipan pada jurnal Eva Melita Fitria bahwa “berbelanja juga dianggap sebagai sebuah pekerjaan, sebuah aktivitas sosial”. Jika dikaitkan dengan hasil penelitian ini sudah sangat jelas bahwa waktu senggang dalam masyarakat hanyalah bagian

lain dari sistem produksi tanda yang pada akhirnya habis dipertukarkan, secara tidak langsung maupun tidak langsung oleh pemilik waktu tersebut. Berbelanja saat ini bagi mahasiswa menjadi sebuah aktivitas yang difokuskan untuk perlu dilakukan dalam rangka memuaskan hasrat pribadi.

b. Cenderung Akrab dengan Lingkungan yang Mempunyai Hobi yang Sama

Lingkungan pergaulan memiliki pengaruh yang sangat besar dalam membentuk kepribadian seseorang. Memiliki teman yang hobi berbelanja dapat menimbulkan rasa ingin meniru dan memiliki apa yang dimiliki juga oleh temannya. Teman kelompok ataupun teman di lingkungan sekitar merupakan agen sosialisasi yang berpengaruh pada diri individu, dalam membentuk suatu pribadi yang baik ataupun buruk. Pengaruh langsung maupun tidak langsung dalam hal ini adalah pada pemilihan gaya hidup shopaholic.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa shopaholic Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar tetap berteman dengan siapa saja, tidak membedakan orang lain. Hanya saja ketika berkumpul di lingkungan kampus maupun di luar, mereka mengaku lebih merasa akrab dengan teman-teman yang memiliki hobi yang sama seperti berbelanja dan nyaman untuk bergaul dengan teman yang memiliki hobi yang sama tersebut. Selain itu informan juga mengakui merasa nyaman bergaul pada lingkungan yang senang berbelanja sebab dapat dijadikan sebagai teman dalam bertukar pikiran mengenai hobinya serta dapat saling membantu dalam hal fashion yang berkaitan dengan pakaian kekinian. Mereka menganggap bahwa teman sebayanya lebih mengerti keinginannya, sehingga mereka dapat menghabiskan waktu lebih banyak dengan teman sebayanya.

Adanya teman sepermainan yang memiliki gaya hidup shopaholic di suatu kelompok, memberikan suatu sugesti kepada teman lain untuk bergaya hidup seperti. Secara tidak langsung teman memberikan pengaruh yang besar pada mahasiswa lain untuk hobi berbelanja dan juga dapat menimbulkan rasa ingin meniru dan memiliki apa yang dimiliki juga oleh temannya jika dari anggota dalam kelompok tersebut menggunakan suatu produk atau barang-barang yang baru.

Hal ini didasari sesuai dengan yang dikemukakan bahwa “dalam lingkungan dapat berpengaruh pada keputusan pembelian artinya bagaimana pola hidup berpengaruh pada keputusan yang diambil untuk membeli sesuatu baik dari teman maupun orang lain yang mempengaruhi”. Sejalan juga dengan salah faktor eksternal yang mempengaruhi gaya hidup yaitu “seseorang akan lebih banyak menghabiskan waktu bersama teman-teman sebayanya dalam kelompok-kelompok untuk melakukan berbagai aktivitas. Sehingga pengaruh dari luar yang sangat mempengaruhi gaya hidup remaja ialah kelompok teman sebaya yang menjadi kelompok acuan bagi seseorang tersebut”.

2. Jenis Shopaholic yang Mendominasi Gaya Hidup Mahasiswa Di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar

Belanja merupakan cerminan dari gaya hidup seseorang dan sebagai bagian dari rekreasi bagi suatu kalangan sosial tertentu. Gaya hidup shopaholic pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar dapat dilihat dari segi penampilan serta cara bergaulnya. Pelaku dari shopaholic berbelanja pakaian didasarkan oleh berbagai alasan. Dari alasan-alasan berbelanja khususnya pakaian, dapat diketahui jenis shopaholic yang mendominasi. Adapun jenis shopaholic yang mendominasi di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar adalah shopaholic pemburu image, kompulsif dan diskonan.

Pertama, shopaholic pemburu image. Shopaholic pemburu image adalah mengoleksi dan memakai berbagai barang yang sesuai dengan perkembangan trend fashion. Mahasiswa dipandang oleh masyarakat sebagai individu yang terpelajar, mengalami kematangan dalam berpikir, berpenampilan menarik, rapi dan sopan santun. Tampilan menarik ini menurut mahasiswa ditampakkan dengan harus memakai pakaian terbaru, bermerek, mahal, untuk menjaga gengsi dan agar terlihat hebat.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa shopaholic berbelanja pakaian bergerak mengikuti arus dan gaya yang menjadi trend anak muda kekinian dengan alasan agar tidak ketinggalan zaman menjadi faktor utamanya. Selain berbelanja pakaian, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar juga memperhatikan benda-benda lain yang berkaitan dengan fashion seperti hijab, sepatu, kalung dan aksesoris pendukung lainnya. Sehingga aktivitas berbelanja akan terus dilakukan sebagai cara agar tidak ketinggalan model pakaian yang sedang trend tersebut.

Berkaitan dengan hasil penelitian, mahasiswa akan berbelanja pakaian hanya melihat nilai tanda atau objek tanpa mengarah kepada nilai guna dari objek tersebut. Dimana nilai guna merupakan kegunaan dari pakaian tersebut. Namun dilandasi dari nilai tanda yang berkaitan dengan pakaian tersebut merupakan pakaian yang mengikuti tren mode. Sebagian dari mahasiswa berpakaian sesuai dengan fashion dan mode yang sedang berlaku saat ini. Pakaian yang fungsi utamanya adalah menutupi dan melindungi tubuh, namun sepertinya pakaian tidak lagi dilihat sebagai kebutuhan dasar bagi manusia, tetapi juga sebagai fashion dan mode yang membawa pesan dan gaya hidup suatu komunitas yang menjadi bagian dari kehidupan sosial.

Kedua, shopaholic kompulsif. Shopaholic kompulsif adalah mereka yang berbelanja untuk menghasilkan perasaan, jika merasa situasi kurang mengenakan, maka akan merasa senang jika berbelanja. Mood negatif selalu cepat memicu keinginan mereka untuk shopping dan menghamburkan uang. Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa mahasiswa shopaholic berbelanja pakaian menjadi media bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar untuk menghilangkan kebosanan dan kejenuhan yang dirasakan dalam aktivitas perkuliahan, mengingat kegiatan mahasiswa di kampus tidak hanya belajar di kelas saja, namun juga berbagai aktivitas lain seperti mengerjakan tugas individu, tugas kelompok yang ada di kampus.

Ketiga, shopaholic diskonan. Shopaholic diskonan diartikan membeli barang bukan karena suatu kebutuhan yang riil, namun hanya karena mereka merasa mendapatkan deal yang oke, mereka senang saat mendapatkan barang yang bukan kebutuhan. Bagi mereka yang penting tidak ketinggalan diskon atau "sale". Pelaku shopaholic menjalankan aktifitas berbelanja pengaruh diskon tak kelak membuat mereka tergiur akan diskon dan promo-promo yang diberikan pusat perbelanjaan.

Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa mahasiswa shopaholic berbelanja pakaian tergiur dengan diskon meskipun pakaian tersebut pada saat itu tidak begitu dibutuhkan. Kampus FIS UNM banyak dikelilingi oleh pusat perbelanjaan yang semakin lama semakin menjamur. Posisi geografis kampus FIS UNM yang strategis dalam hal ini dekat dengan banyak pusat perbelanjaan semakin mendukung candu berbelanja pakaian pada mahasiswa. Jarak pusat perbelanjaan dengan kampus FIS UNM tidak terlalu jauh memberi pengaruh besar terhadap gaya hidup shopaholic pada mahasiswa.

Teori perilaku konsumtif berbicara mengenai "cara konsumen yang berlebihan dalam memenuhi kebutuhannya". Penjabarannya sesuai teori perilaku konsumtif ialah dimana konsumen atau individu atau para informan dalam penelitian ini yang membeli suatu barang karena adanya iming-iming hadiah, diskon dan harga murah, membeli produk karena tampilannya menarik yang disediakan oleh pusat perbelanjaan dan menarik,

membeli produk demi menjaga atau mendukung penampilan sesuai trend gaya hidup dan perkembangan zaman yang terbaru.

Gaya hidup shopaholic merupakan kecenderungan perilaku individu untuk membeli atau mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan. Membeli suatu barang hanya karena mementingkan faktor keinginan, kepuasan, kesenangan dan mendukung penampilan sebagai wujud identitas diri, daripada kebutuhan sebenarnya.

Berkaitan teori perilaku konsumsi dari Baurdillard pada hasil penelitian ini, yang mana bahwa “orang tidak lagi mengonsumsi sebuah objek berdasarkan kegunaan dan nilai tukarnya, tetapi juga adanya nilai simbolik dan nilai tanda yang bersifat abstrak”. Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar hanya terobsesi dengan nilai tanda dari produk atau jenis barang tersebut tanpa melihat nilai guna dari barang yang sementara trend. Juga mendorong tumbuhnya kebutuhan palsu, menyebabkan orang berkeinginan untuk menjadi orang tertentu serta trend cenderung menggeser nilai guna menjadi nilai simbolis.

PENUTUP

Perilaku sosial dari mahasiswa yang mempunyai gaya hidup shopaholic di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar yaitu cenderung merupakan mahasiswa yang hanya memilih sebagai mahasiswa biasa yang kegiatan pokoknya hanya berkuliah saja dan kurang memperhatikan pergaulan yang mana merasa akrab dengan lingkungan yang mempunyai hobi yang sama. Jenis shopaholic yang mendominasi di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar adalah shopaholic pemburu image, kompulsif dan diskonan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hurlock, Elizabeth B. 1991. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- S, Purnomo. 2011. *Pandangan Masyarakat Terhadap Mahasiswa*. Jakarta: Erlangga.
- Arbaini, Nurul. 2017. “Gaya Hidup Shopaholic Pada Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Riau yang Kecanduan Berbelanja Pakaian)”. *Jom FISIP* Volume 4 No.1, hal. 3
- Amiruddin, Ahmad Fajrul. 2018. “Gaya Hidup *Shopaholic* Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif (Studi Kasus pada Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar)”. *Tesis S2*. Universitas Negeri Makassar.
- Fitria, Eva Melita. 2015. “*Dampak Online Shop di Instagram dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarinda*”. *eJournal Ilmu Komunikasi*, Volume 3, Nomor 1.
- Darden, [William R.](#) & Griffin, [Mitch](#). 1994. “*Work and/or Fun: Measuring Hedonic and Utilitarian Shopping Value*”. *Journal of Consumer Research*, Volume 20, Issue 4.