

**GAYA HIDUP SHOPAHOLIC PADA MAHASISWA
(STUDI PADA MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS RIAU YANG KECANDUAN
BERBELANJA PAKAIAN)**

Nurul Arbaini
nurularbaini42@gmail.com

Supervisor: Drs. Yonyanis, Msi

Department of Sociology
Faculty of Social and Political Science
University of Riau

Campus Bina Widya Jl.H.R Soebrantas Km 12,5 Simpang Baru Pekanbaru 28293
Phone Fax 0761-63277

Abstract

According to Boudrillard (2004), there is a tendency in the community to do consumption or buying something not because the value of advantages, but because the lifestyle. Consumptive behavior only intended for people who like to purchase goods without care to the its advantages. This is a phenomenon that occurs on student of social and political science faculty at the RiauUniversity. But, on the other hand this behaviour has a function for survival like the ability to keep the existence of students in the their community. Life style on social and political science student at this time shows the lifestyle that the shopaholic, so that it can be categorized into several typologies of shopaholic. The purpose of this research is to find out students who haveshopaholic lifestyles which seen from the student's profile and to find out the dominant typology of shopaholic that occurred among students of social and political science faculty. The method in this research is descriptive qualitative, by using the technique of accidental sampling, interviews, observation and documentation.

The results of this research show that students of social and political science faculty at theRiau University haveshopaholic lifestyle mostly come from students who live at the boardinghouse as well as earn money monthly from their parents. The cause of Shopaholic lifestyle on students is the willingness tokeep their existence in social environment. The typology of shopaholic onstudents of social and political science faculty at the RiauUniversity is compulsive shopaholic, where they become a shopaholic because want tokeep their existence and because most of students were bored in study and othersactivitiesat the campus.

Keywords: Lifestyle, Shopaholic, Consumtive

A. PENDAHULUAN

Era globalisasi dapat di katakan sebagai penyebaran kebiasaan-kebiasaan yang mendunia, hubungan dalam kehidupan sosial pada skala yang lebih besar termasuk pada negara Indonesia yang masih dalam kategori negara berkembang. Globalisasi lantas menjadi perhatian besar baik bagi pembisnis maupun bagi para konsumen khususnya karena diikuti dengan perkembangan pasar-pasar global dan berbagai teknologi yang turut berkembang pesat (Ritzer, 2008). Perkembangan teknologi dilihat dari kemudahan yang ditawarkan dalam mengakses informasi tersebut. Munculnya internet serta alat-alat komunikasi canggih yang menyebabkan informasi dapat diperoleh dengan mudah dan cepat.

Kekuatan globalisasi tercermin pada perubahan perilaku masyarakat khususnya pada individu yang mudah menyerap dan mengikuti perkembangan globalisasi (Kunto, 1999:87). Individu yang dengan cepat menyerap perkembangan informasi akan cenderung berperilaku mengikuti era globalisasi ini.

Perkembangan teknologi dan informasi menghasilkan produk modern yang dinamakan mode, individu mengikuti perubahan mode agar lebih *up-to-date* dengan perkembangan zaman. Mode menjadi salah satu incaran individu yang memiliki keinginan mengikuti tren tersebut, berbagai media seperti majalah, televisi, bahkan banyak situs internet yang menawarkan produk-produk yang diinginkan. Perubahan mode terjadi secara berkala cenderung membentuk individu menjadi konsumtif hingga pada tahap intensitas belanja yang terlalu sering.

Gaya hidup dapat dikatakan sebagai pola-pola tindakan yang menjadi pembeda antara satu orang dengan orang lain. Dalam kegiatan interaksi yang dilakukan sehari-hari kita dapat mengetahui sebuah gagasan gaya hidup individu tanpa harus

menjelaskan apa yang kita maksud. Oleh sebab itu gaya hidup membantu seseorang memahami apa yang mereka lakukan, mengapa mereka melakukan, dan apakah yang mereka lakukan bermakna bagi dirinya maupun orang lain. Akan tetapi gagasan gaya hidup ini tidak selamanya terlihat pada perbedaan pola konsumsi, istilah ini juga memperlihatkan pada pola perilaku individu yang mempunyai pilihan, walaupun dengan sumber daya yang sama. Kategori pilihan tersebut termasuk pada mengikuti tren fashion sehingga kebanyakan dari individu menghabiskan waktu luang untuk berbelanja pakaian yang lebih *up-to-date*.

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. Misalnya menggunakan pakaian yang sesuai dengan model terkini. Eksistensi kaum muda dihargai hanya sebatas kepemilikan dan status semata (dalam Bujang, 2009). Keinginan memiliki benda-benda khususnya pakaian yang sesuai mode dikalangan mahasiswa hanya sebatas pengakuan pada status sosial kelas atas dan pengakuan dari mahasiswa lain akan status sosialnya.

Lebih lanjut gaya hidup merupakan keinginan individu untuk memproyeksikan citra dirinya (tuntutan pergaulan). Citra dirinya menjadi faktor penting yang menentukan bagaimana cara hidupnya. Citra diri diartikan sebagai bagaimana seseorang memandang dirinya (diartikan sebagai bagaimana individu tersebut memandang individu lain). Hal ini menimbulkan keinginan individu

membentuk persepsi yang baik pada orang lain tentang dirinya sehingga mempengaruhi gaya hidup individu tersebut.

Mode yang diminati dikalangan mahasiswa bersumber dari informasi didapatkan seperti internet, media massa, majalah, yang secara langsung memberikan respon pada perkembangan perilaku mahasiswa. Pusat-pusat perbelanjaan dengan berbagai strategi pun bermunculan dimana-mana, outlet fashion berkembang dengan pesat untuk memenuhi keinginan menggunakan fashion terbaru.

Individu memiliki kecenderungan terus menerus menghabiskan waktu dan uang untuk mendapatkan suatu benda tertentu namun benda tersebut tidak selalu menjadi keperluan pokok bagi dirinya, hal ini disebut dengan istilah "*shopaholic*". *Shopaholic* sendiri berasal dari kata *shop* yang artinya belanja dan *aholic* yang memiliki arti suatu ketergantungan yang di sadari atau tidak. *Shopaholic* adalah individu yang tidak mampu menahan keinginannya untuk berbelanja dan berbelanja untuk menghabiskan begitu banyak waktu dan uang untuk berbelanja meskipun barang-barang yang dibelinya tidak selalu ia butuhkan (Oxford Expans).

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

Adapun fenomena yang terjadi, peneliti melihat gaya hidup shopaholic pada mahasiswa fisip dalam hal ini candu berbelanja pakaian. Kebanyakan dari mahasiswa fisip berpenampilan fashionable dalam arti mengikuti perkembangan dunia fashion sebagai simbol citra diri yang dibentuk dalam lingkungan sosialnya. Fenomena ini menjadi penting dan menarik untuk diteliti karna gaya hidup shopaholic pada mahasiswa dapat menghilangkan rasionalitas individu serta menghilangkan jati diri individu tersebut.

Dengan ini penulis mengambil judul "*Gaya Hidup Shopaholic Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Fisip Universitas Riau yang Kecanduan Berbelanja Pakaian)*".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang dan gejala permasalahan yang telah penulis temui diatas, maka penulis menemukan rumusan masalah pokok yang akan dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian yang selanjutnya yaitu :

1. Siapa mahasiswa yang shopaholic (kecanduan berbelanja) pakaian ?
2. Bagaimana tipologi shopaholic (kecanduan berbelanja pakaian) pada mahasiswa?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan gaya hidup shopaholic pada mahasiswa fisip UR. Namun secara khusus penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui karakteristik mahasiswa yang mengalami shopaholic pakaian.
2. Untuk mengetahui bagaimana tipologi shopaholic pakaian pada mahasiswa fisip.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Istilah gaya hidup pada awalnya diperkenalkan oleh Max Weber. Ia mengatakan status sosial yang terutama ditentukan oleh gaya hidup orang, lebih ditentukan oleh cara orang mengkonsumsi ketimbang cara orang memproduksi (Weber, 1996:26). Gaya hidup lebih diidentikkan dengan perilaku konsumtif individu untuk mendapatkan citra diri yang baik dan dipandang pada kelas atas oleh orang lain.

Faktor pembentuk gaya hidup menurut Bourdieu (dalam Piliang, 2006) dapat dilihat dari serangkaian atau lingkup proses yang lebih panjang atau luas yang melibatkan modal, kondisi obyektif, habitus, disposisi, praktik gaya hidup, sistem tanda dan selera.

Gaya timbul dari adanya keinginan individu untuk menghias dirinya agar memiliki daya tarik yang lebih memikat. Mode hal yang penting di dalam masyarakat yang bersistem kelas sosial. Orang-orang kelas sosial yang aktif adalah orang-orang yang memperhatikan mode (Konig, 1984 dalam Paul B. Horton). Pandangan inilah yang membentuk individu terus berusaha memenuhi keinginannya mengikuti perkembangan mode tersebut, hal ini di aplikasikan dengan membeli benda-benda yang sedang uptodate, dengan harapan penampilan dirinya menjadi lebih baik dan dapat memikat banyak orang.

Gaya hidup seperti ini didukung oleh semakin terbukanya masyarakat terhadap sesuatu yang baru dan semakin pada tingkat ekonomi yang lebih baik, sehingga memungkinkan individu membeli barang-barang sesuai dengan kepribadian, keinginan dan kelas sosial individu di dalam masyarakat, hal ini selaras dengan pendapat Kenichi Ohmae dalam Sari, Putri Nurul (2015) yang mengatakan bahwa variabel gaya hidup semakin kaya dan dinamika sosialnya

semakin menarik, semakin terbukanya masyarakat, semakin maju tingkat ekonomi, semakin bervariasi desain yang dihasilkan dan semakin majemuknya perlintasan masing-masing bangsa “anda membeli barang-barang karena barang-barang itu mewakili jenis dan nilai yang dicari”.

Chaney mengatakan bahwa perkembangan gaya hidup dan perubahan struktural modernitas saling berhubungan melalui refleksi institusional. Karena keterbukaan kehidupan sosial masa kini, pluralisasi konteks tindakan dan aneka ragam otoritas, pilihan gaya hidup semakin penting dalam penyusunan identitas diri dan aktivitas keseharian. Dalam hal ini gaya hidup adalah sesuatu yang bersifat individual, tetapi lebih kepada homogenitas dalam lingkup kecil, yang berpengaruh pada peningkatan aspek pilihan individu dalam bersikap, berpakaian dan lain sebagainya.

Lebih lanjut gaya hidup adalah seperangkat praktik dan sikap yang masuk akal dalam konteks tertentu. Sementara itu gaya hidup tergantung pada bentuk-bentuk kultur, masing-masing merupakan gaya, tata krama, cara menggunakan barang-barang dan waktu tertentu (Kephart 1982 dalam buku David Chaney 1996:41-49). Bagaimana individu berperilaku, seberapa penting baginya barang-barang tertentu, dan bagaimana ia memanfaatkan waktunya menjadi bagian utama gaya hidup individu yang cenderung terbentuk dari kultur masing-masing.

Menurut Gidden (dalam Alfatir Adlin 2006:100) mengatakan bahwa gaya hidup merupakan konsep refleksi seperti ketika ada pertanyaan “bagaimana saya hidup?”, “siapa saya?”, harus di jawab dalam keputusan dari hari ke hari tentang bagaimana perilaku, apa yang dipakai dan apa yang dimakan dan menempatkan dengan cara lain, dalam tatanan post tradisional menjadi sebuah proyek refleksi. Gaya hidup adalah refleksi pola konsumsi

pilihan individu tentang bagaimana individu tersebut menghabiskan waktu dan uang.

Lebih lanjut menurut Gidden (dalam Adlin 2006:100) yang mengatakan bahwa gaya hidup dipengaruhi oleh aspek kebudayaan, demografi, ekonomi dan aspek psikologi yang ada pada individu.

Menurut Kuntjorodiningrat 1980, Dalam proses percepatan nilai-nilai estetis modern ada beberapa yang harus di tempuh yang mempengaruhi gaya hidup :

1. Meniru nilai-nilai estetis modern dari negara-negara yang di nilai lebih modern.
2. Mengadopsi nilai-nilai modernitas untuk disesuaikan dengan situasi sosial dan masyarakat, terutama pemikiran dan gaya.
3. Modifikasi nilai-nilai modernisasi terutama dalam bidang teknologi.

Gaya hidup juga dinilai sebagai akibat dari adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial yang disesuaikan dengan kebutuhan. Sosialisasi dengan orang lain dan di tempat yang berbeda akan menghasilkan perilaku yang disebut dengan gaya hidup yang berbeda pula. Secara sadar atau tidak, gaya hidup pada individu akan terbentuk hingga menjadi suatu tatanan, serangkaian prinsip serta kriteria yang menentukan pilihan individu dalam kehidupannya sehari-hari.

Kelas Sosial

Kelas sosial menentukan gaya hidup seseorang. Menurut Marx Faktor yang paling penting mempengaruhi gaya hidup dan kesadaran individu adalah posisi kelas sosialnya di masyarakat. Kehidupan individu pada kelas atas akan tercermin dari gaya hidup yang ia bentuk.

Adapun ciri-ciri kelas sosial adalah orang-orang yang termasuk dalam kelas sosial tertentu kemungkinan bertingkah laku sama, orang dinilai berkedudukan

rendah atau berkedudukan tinggi berdasarkan kelas sosial mereka, kelas sosial tidak hanya ditentukan oleh variabel tunggal melainkan di ukur berdasarkan fungsi jabatan atau pekerjaan, pendapatan, kekayaan, pendidikan, orientasi nilai seseorang dan sebagainya.

Definisi Shopaholic

Shopaholic berasal dari kata *shop* yang artinya belanja dan *aholic* yang artinya suatu ketergantungan yang disadari atau tidak. *Shopaholic* adalah seseorang yang tidak mampu menahan keinginannya untuk berbelanja dan berbelanja sehingga menghabiskan begitu banyak waktu dan uang untuk berbelanja meskipun barang yang dibelinya tidak selalu dibutuhkan (Oxfords Expans). Seorang shopaholic akan membeli karena alasan yang tidak sewajarnya sehingga membeli membentuk gaya hidup belanja yang tidak di fungsikan secara semestinya. *Shopaholic* adalah seseorang yang memiliki pola belanja berlebihan yang dilakukan terus menerus dan cenderung menghabiskan begitu banyak cara, waktu dan uang hanya untuk membeli atau mendapatkan barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkannya.

Jenis-jenis Shopaholic

Menurut Ronny F. Ronodirdjo terbagi menjadi 6 jenis yaitu :

1. Shopaholic Pemburu Image

Mereka yang berburu mencari-cari berbagai aksesoris yang lebih bagus untuk pakaian. Mengoleksi dan memakai berbagai barang yang sesuai dengan perkembangan trend fashion.

2. Shopaholic Kompulsif

Mereka yang berbelanja untuk menghasilkan perasaan, jika merasa situasi kurang mengenakkan, maka akan merasa senang jika berbelanja. Mood negatif

selalu cepat memicu keinginan mereka untuk shopping dan menghamburkan uang.

3. Shopaholic Diskonan

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".

4. Shopaholic Komplusif

Membeli sesuatu yang tidak dibutuhkan, namun semata-mata membeli untuk mendapatkan cinta atau penerimaan diri dari orang lain, seperti di terima oleh teman satu genk, atau ingin diakui dalam lingkungan sosialnya.

5. Shopaholic Bulimia

Persis seperti orang bulimia yang selalu ingin makan segala sesuatu padahal ia tidak lapar, kemudian dimuntahkan kembali karena takut gemuk. Maka shopaholic jenis ini akan membeli kemudian akan membuang-buangnya kemana-mana secara tidak jelas. Kemudian kembali lagi ingin membeli dan tanpa dipakainya.

6. Shopaholic Kolektor

Rasa harus memiliki suatu set lengkap dari suatu hal atau membeli banyak hal agar memiliki seluruh model dan warna-warni yang berbeda. Bukan karena dipakai untuk diganti-ganti, namun hanya ingin mempunyai satu set lengkap saja.

Faktor-faktor Penyebab Shopaholic

Shopaholic terjadi karena beberapa faktor luar dan dalam diri seseorang. Menurut Rizky Siregar (2010:79) ada tiga faktor yang menjadi penyebab seseorang menjadi shopaholic :

1. Pengaruh dari dalam diri sendiri

Seorang shopaholic memiliki kebutuhan emosi yang tidak terpenuhi sehingga merasa kurang percaya diri dan tidak dapat berfikir positif tentang dirinya sendiri sehingga beranggapan bahwa belanja bisa membuat dirinya lebih baik.

2. Pengaruh dari keluarga

Peran keluarga khususnya orangtua dapat mempengaruhi kecenderungan seseorang untuk menjadi shopaholic. Orangtua yang membiasakan anaknya menerima uang atau benda-benda secara berlebihan, secara tidak langsung mengajarkan kepada anaknya untuk lebih konsumtif.

3. Pengaruh lingkungan pergaulan

Lingkungan pergaulan berpengaruh besar dalam membentuk kepribadian seseorang. Memiliki teman yang hobi berbelanja dapat menimbulkan rasa ingin meniru dan memiliki apa yang dimiliki oleh teman pergaulannya.

C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah deskriptif kualitatif . Jenis penelitian deskriptif kualitatif berusaha memahami situasi, menafsirkan serta menggambarkan situasi peristiwa atau fenomena keadaan objek yang terjadi di dalam masyarakat dalam kajian ini adalah mahasiswa yang kecanduan berbelanja pakaian di Fisip Universitas Riau.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan peneliti adalah *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan secara tidak disengaja, pemilihan anggota sampel hanya pada momen atau saat tertentu saja (penentuan sampel dilakukan dengan memilih mereka yang pada saat dilakukan penelitian berada pada lokasi penelitian) dan berhenti pada saat titik jenuh artinya terdapat jawaban yang sama

dari setiap subjek penelitian atau informan. Dalam penelitian ini di tetapkan sebanyak 12 orang informan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Melihat profil responden tersebut penulis memberikan kesimpulan bahwa mahasiswa yang suka berbelanja pakaian menerima uang saku yang diberikan oleh orangtua mereka diatas Rp.1.200.000,-. Jenis pekerjaan orangtua juga menunjukkan keberagaman. Lebih lanjut kebanyakan dari informan adalah mahasiswa yang berasal dari daerah diluar pekanbaru, dengan tanpa pengawasan dari orangtua dalam pengelolaan uang saku karena sudah diberikan kepercayaan dalam mengelola uang tersebut. Mahasiswa yang berasal dari Pekanbaru cenderung memperoleh uang perhari, namun uang tersebut diluar biaya untuk berbelanja pakaian. Mahasiswa suka berbelanja pakaian sangat bervariasi dan mempunyai pendapat yang berbeda-beda terhadap aktivitas berbelanja pakaian. Pada dasarnya mahasiswa tersebut suka berbelanja karena sifat dasar perempuan yang suka pada aktivitas berbelanja sehingga kebanyakan dari mereka mengaku berbelanja sudah menjadi sebuah keharusan, hobi, gaya hidup, pembangkit semangat dan lainnya. Selain itu keinginan berbelanja pakaian dikarenakan adanya kepentingan citra diri yaitu dalam hal ini citra diri diartikan sebagai bagaimana seseorang memandang dirinya (diartikan sebagai bagaimana individu tersebut memandang individu lain). Hal ini menimbulkan keinginan individu membentuk persepsi yang baik pada orang lain tentang dirinya sehingga mempengaruhi gaya hidupnya salah satunya dengan menjadikan shopping sebagai suatu keharusan. Shopaholic menjadi gaya hidup mahasiswa yang dibentuk oleh mahasiswa itu sendiri atas kemauan dan kesadaran tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Intensitas berbelanja pakaian pada mahasiswa fisip dapat dikatakan sering dilakukan,

kebanyakan dari mahasiswa tersebut berbelanja diatas 3 (tiga) kali dalam sebulan. Budaya konsumtif semakin merajai mahasiswa sehingga berbelanja pakaian bukan sekedar ingin memiliki pakaian namun dijadikan sebagai media untuk melepas kepenatan mengingat aktivitas mahasiswa dalam menjalankan perkuliahan sering dilanda rasa jenuh serta bosan menjadi faktor pendorong mahasiswa menghabiskan waktu untuk berbelanja pakaian. Bahkan berbelanja pakaian hanya untuk koleksi, serta selera. Berbelanja pakaian kini menjadi rutinitas bulanan bagi mahasiswa fisip. Anggaran belanja pakaian mahasiswa hampir setengah dari uang yang diberikan oleh orangtua mereka. Perilaku untuk memutuskan menyiapkan anggaran pun berbeda-beda karena perbedaan persepsi akan kualitas pakaian tersebut. Kebanyakan responden mengaku tidak terlalu memperhatikan merk pakaian yang dibeli, harga pakaian yang menjadi perhatian adalah sekitar Rp.80.000-100.000,-. Karena yang penting bagi mereka adalah aktivitas belanja yang terus menerus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dari penjelasan tersebut menunjukkan suatu gaya hidup shopaholic pada mahasiswa dari kelas menengah keatas yang jauh dari kesan kekurangan. Demi kepentingan citra dilingkungan pergaulannya, informan rela mengeluarkan banyak uang untuk mengaplikasikan gaya hidup shopaholicnya.

Tipologi shopaholic pada Informan cenderung lebih dominan pada shopaholic kompulsif yaitu mereka yang berbelanja untuk menghasilkan perasaan, jika merasa situasi kurang menyenangkan, maka akan merasa senang jika berbelanja. Mood negatif selalu cepat memicu keinginan mereka untuk shopping dan menghamburkan uang. Gejala shopaholic kompulsif ditunjukkan oleh mahasiswa FISIP, perasaan jenuh, bosan, marah, atau segala macam bentuk mood negatif

menjadi alasan mereka untuk selalu berbelanja. Berbelanja pakaian menjadi media bagi mahasiswa FISIP untuk menghilangkan kebosanan dan kejenuhan yang dirasakan dalam aktivitas perkuliahan, mengingat kegiatan mahasiswa di kampus tidak hanya belajar dikelas saja, namun juga berbagai aktivitas lain seperti mengerjakan tugas individu, tugas kelompok serta mengikuti banyak organisasi lainnya yang ada dikampus, terlebih lagi saat kampus mengadakan event-event tertentu.

Tipologi selanjutnya yang terjadi pada mahasiswa FISIP adalah pemburu image dimana mereka yang berburu mencari-cari berbagai aksesoris yang lebih bagus untuk pakaian. Mengoleksi dan memakai berbagai barang yang sesuai dengan perkembangan trend fashion. Mahasiswa FISIP suka memakai pakaian yang sesuai dengan perkembangan fashion, alasan agar tidak ketinggalan zaman menjadi faktor utamanya. Selain berbelanja pakaian, mahasiswa FISIP juga memperhatikan benda-benda lain yang berkaitan dengan fashion seperti tas, hijab, sepatu, kalung dan aksesoris pendukung lainnya. Sehingga aktivitas berbelanja akan terus dilakukan sebagai cara agar tidak ketinggalan model pakaian yang sedang trend tersebut.

Selain kedua tipologi yang telah dijelaskan. dalam tabel juga terlihat tipologi minoritas yang terjadi pada mahasiswa FISIP yaitu shopaholic diskonan dan bulimia. Shopaholic diskonan berkombinasi dengan shopaholic kompulsif, dimana untuk memenuhi keinginan membelanjanya, ia juga suka mencari benda-benda yang sedang sale (diskon), alasan potongan harga menjadi daya tariknya untuk membeli tanpa berfikir panjang. Dan Shopaholic Bulimia juga ditunjukkan oleh beberapa mahasiswa FISIP yaitu cenderung membuang-buang pakaian yang sudah dibelinya, selain dibuang biasanya mahasiswa memberikannya kepada teman-temannya

dan hanya memakai pakaian itu ketika baru saja, namun tidak memperdulikan pakaian tersebut setelah digunakan. Alasan ingin terus memakai pakaian yang baru menjadi penyebabnya.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Kebanyakan mahasiswa Fisip pada umumnya memiliki gaya hidup shopaholic. Gaya hidup shopaholic pada mahasiswa membentuk pribadi yang tidak pernah puas atas apa yang telah dimilikinya. Gaya hidup shopaholic pada mahasiswa bertujuan untuk menunjukkan eksistensi dirinya dengan memakai pakaian yang sedang trend agar tetap fashionable saat dikampus. Selain itu juga dengan berbelanja dapat mengatasi kejenuhan atas rutinitas belajar mengajar yang dilakukannya dengan frekuensi berbelanja 3 kali dalam sebulan. Alasan yang dominan diungkapkan oleh informan adalah aktivitas berbelanja pakaian menjadi hobi dan menjadi suatu keharusan yang dilakukan oleh setiap perempuan sehingga mereka menganggap gejala shopaholic menjadi hal yang biasa dan lumrah untuk dilakukan. Dan kebanyakan dari mahasiswa tersebut mendapatkan uang saku perbulan dari orangtua adalah disekitar angka Rp.1.200.000,-/ bulan, mereka mengaku bahwa uang yang diberikan tersebut cukup untuk memenuhi kebutuhan primer serta kebutuhan membelanjanya. Selain itu salah satu informan dalam penelitian ini memiliki pendapatan tambahan yang diperolehnya dari pekerjaan sambilan.

2. Tipologi shopaholic pada mahasiswa khususnya mahasiswa Fisip adalah shopaholic kompulsif yaitu mereka yang berbelanja untuk menghasilkan dan berdasarkan perasaan, jika ia merasa situasi hati yang kurang baik, maka akan merasa senang jika berbelanja. Mood negatif selalu cepat memicu keinginan

mereka untuk shopping dan menghamburkan uang. Gejala shopaholic kompulsif ditunjukkan oleh mahasiswa FISIP, perasaan jenuh, bosan, marah, atau segala macam bentuk mood negatif menjadi alasan mereka untuk selalu berbelanja. Berbelanja pakaian menjadi media bagi mahasiswa FISIP untuk menghilangkan kebosanan dan kejenuhan yang dirasakan dalam aktivitas perkuliahan, mengingat kegiatan mahasiswa di kampus tidak hanya belajar dikelas saja, namun juga berbagai aktivitas lain seperti mengerjakan tugas individu, tugas kelompok serta mengikuti banyak organisasi lainnya yang ada dikampus, terlebih lagi saat kampus mengadakan event-event tertentu.

Saran

1. Kepada peneliti selanjutnya

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yaitu menjelaskan dan mendeskripsikan secara detail mengenai permasalahan gaya hidup shopaholic yang terjadi dikalangan mahasiswa Fisip serta mengkategorikan mahasiswa pada suatu tipologi shopaholic. Jadi, untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini dengan menggunakan metode kuantitatif agar dapat mengukur gaya hidup shopaholic pada mahasiswa dengan menggunakan alat ukur skala penelitian subjek memberikan gambaran perilaku berbelanjanya sesuai dengan aitem-aitem yang tersedia dalam skala yang telah ditentukan.

2. Mahasiswa

Kepada mahasiswa, pada umumnya gaya hidup shopaholic menunjukkan perilaku konsumtif, boros, dan rasa candu yang berlebihan hingga ketergantungan. Jadi, penulis menyarankan pada mahasiswa untuk dapat mengendalikan keinginan untuk berbelanja terutama berbelanja pakaian, hal ini dapat dilakukan dengan menciptakan budaya hidup

menabung dalam setiap bulan. Selanjutnya jadilah mahasiswa yang kreatif dan cerdas yaitu dengan cara mengkreasikan pakaian-pakaian yang sudah lama dan tidak terpakai misalnya dengan cara memadukan pakaian yang dimiliki agar terlihat berbeda sehingga penampilan akan terlihat lebih baru.

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmaanirrahiim

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya dengan memberikan kesehatan, ketabahan, dan ketekunan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan. Adapun penulisan ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam proses penyelesaian skripsi ini, namun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan baik dari segi isi maupun penulisan. Akhirnya dengan rahmat Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "**Gaya Hidup Shopaholic Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Riau yang Kecanduan Berbelanja Pakaian)**".

Keberhasilan yang penulis peroleh saat ini, tidak lepas dari orang-orang yang selalu mendukung dan mendorong penulis untuk berusaha. Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Bapak Drs. Syafri Harto, Msi selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.

2. Ibu Dra. Indrawati, Msi selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, yang telah banyak membantu dan memberikan banyak ilmu serta semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

3. Bapak Drs. Yonyanis, Msi selaku dosen pembimbing terbaik yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk memberikan banyak arahan, bimbingan, semangat serta pengalaman yang berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Dr. H. Yoserizal, MS yang telah memberikan penulis izin untuk melakukan penelitian di Kampus FISIP (Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu :Politik). Kepada staf Tata Usaha Kampus FISIP Universitas Riau serta staf Perlengkapan Kampus FISIP Universitas Riau yang telah membantu penulis dalam mengurus administrasi izin penelitian.

5. Terimakasih tak terhingga kepada kedua orangtuaku Ayahanda tercinta Riswan Hasibuan dan Ibunda tersayang Nurhayati S.Pd atas jerih payah diatas segala pengorbanan dalam masa perkuliahan, setiap titik keringat yang jatuh menjadi semangat bagi penulis agar tidak menyerah. Dan terimakasih telah mendoakan penulis siang dan malam, memberikan dukungan, semangat sehingga dapat memperoleh gelar Sarjana Sosiologi ini.

6. Terimakasih kepada kedua saudara kandung penulis Muhammad Idris Hasibuan S.T dan Dwi Syah Putri S.Psi yang telah memberikan dorongan moril kepada penulis sehingga penulis tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Kepada Amroni Saragih yang juga memberikan semangat bagi penulis.

7. Seluruh Staf pengajar Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik atas segala ilmu dan bantuannya selama masa perkuliahan dan seluruh staf pegawai jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu baik selama masa perkuliahan maupun urusan administrasi dalam penyelesaian skripsi.

8. Seluruh informan yang telah banyak sekali membantu penulis dalam proses wawancara. Terimakasih atas partisipasinya kepada penulis.

9. Teman-teman seperjuangan penulis Helen Puspita Sari, Lasmaria Ritonga dan

Nur Hidayah, terimakasih telah menjadi teman terbaik bagi penulis dari semester satu, terimakasih atas support kepada penulis dan Teman-teman sosiologi angkatan 2013, Semoga cepat menyusun skripsweet.

10. Teman-teman satu kost putri ayu, Defi Mariyana, Eva Marlina, Mardiyah Nasution. Terimakasih atas doa dan support yang diberikan kepada penulis.

11. Seluruh pihak yang secara tidak langsung turut serta memperlancar penulisan skripsi ini, baik yang penulis sebutkan maupun pihak-pihak yang tidak disebutkan satu persatu, penulis ucapkan terima kasih yang tak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dengan pahala yang berlipat ganda. Amin.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Alfatir, Adlin. *“Resistensi Gaya Hidup” Teori dan Realitas*. Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra

Baudrillard, Jean. 2009. *“Masyarakat Konsumsi”*. Yogyakarta : Kreasi Wacana

Chaney, David. 1996. *Life Style: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jala Sutra

Damsar. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Dwirianto, Sabarno. 2013. *Kompilasi Sosiologi Tokoh dan Teori*. Pekanbaru: UR Press

Haryanto, Sindung. *Sosiologi Ekonomi*.

Johnson, Doyle Paul Johnson. 1988. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern Jilid I*. Jakarta: PT Gramedia

Johnson, Doyle Paul Johnson. 1988. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern Jilid II*. Jakarta: PT Gramedia

- Lash, Scott. 2004. *Sosiologi Post Modernime*. Jakarta : Kanisius
- Lexy, Moleong. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Rosdakarya
- Marshall, Gordon. 1994. *Oxford Dictionary Of Sociology*. New York: Oxpord University Press
- Martono, Nanang. 2012. *Sosiologi Perubahan Sosial Perspektif Klasik, Modernitas, Posmodern dan Poskolonial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Masriani, Amelia. *Miss Jinjing “Belanja Sampai Mati”*.
- Paul.B Horton dan Chester L.Hunt. *Sosiologi Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Reynold, Dren. 1990. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara
- Ronny.F. Ronodirdjo.2015. *Ancaman Bahaya Mengerikan Shopaholic*. Jakarta: Serial E-Book
- Singarimbun, Masri. Sofian Effendi.1985. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES
- Soehartono, Irawan. 1995. “*Metode Penelitian Sosial” Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*.Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Soekanto, Soerjono.1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Vredembregt, J. 1980. *Metode dan Teknik Penelitian Masyarakat*. Jakarta : PT Gramedia
- Negeri Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Marliza, Ella (2015) *Gaya Hidup Mahasiswa di Perkotaan (Studi Meaning Family Box Karaoke Keluarga bagi Mahasiswa/i di Jalan HR.Subrantas Kota Pekanbaru)*. Skripsi. Universitas Riau.
- Nindyastari, Dimitri (2008). *Gaya Hidup Remaja yang Melakukan Clubbing*. Skripsi. Jakarta. Fakultas Psikologi. Universitas Gunadarma.
- Saputri, Desi (2014) *Gaya Hidup Remaja di SMA Negeri 2 Tambang Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar*.Skripsi. Universitas Riau.
- Sari, Putri Nurul (2015) *Gaya Hidup Pelajar SMA yang Menggunakan Mobil Pribadi ke Sekolah (Studi pada Siswa-Siswi SMA Islam As-Shofa Pekanbaru)*.Skripsi. Universitas Riau.
- Wisudawati, Rusdiana (2014). *Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Tas Hermes Tiruan pada Wanita Karir*. Skripsi.Bengkulu.Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.Universitas Bengkulu.

Sumber Skripsi/Jurnal

- Anugrahati, Rifa Dwi Styaning (2014). *Gaya Hidup Shopaholic sebagai bentuk Perilaku Konsumtif pada Kalangan Mahasiswa Universitas*