GAYA HIDUP LAWASAN SEBAGAI IDENTITAS KELAS MENENGAH

(Fenomena Konsumsi Barang Bekas Di Kalangan Kelas Menengah Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Oleh

MUHAMMAD RIFKI

15321114

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

SKRIPSI

GAYA HIDUP LAWASAN SEBAGAI IDENTITAS KELAS MENENGAH

(Fenomena Konsumsi Barang Bekas di Kalangan Kelas Menengah Yogyakarta)

Disusun oleh

MUHAMMAD RIFKI

15321114

Telah disetujui Dosen Pembimbing Skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi.

Tanggal:29 September 2021

Dosen Pembimbing Skripsi

(Ali Minanto, S.Sos., M.A)

NIDN 0510038001

SKRIPSI

GAYA HIDUP LAWASAN SEBAGAI IDENTITAS KELAS MENENGAH

(Fenomena Konsumsi Barang Bekas di Kalangan Kelas Menengah Yogyakarta)

Disusun Oleh:

MUHAMMAD RIFKI

15321114

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Tanggal:13 Oktober 2021

Dewan Penguji :

1. Ketua : Ali Minanto, S.Sos,M.A
   NIDN 0510038001 (……)

2. Anggota : Dr.Herman Felani
   NIDN 0521128202 (……)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Puji Hariyati., S,Sos., M.I.Kom

NIDN. 0529098201

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	:	Muhammad Rifki
No. Mahasiswa	:	15321114
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	:	GAYA HIDUP LAWASAN SEBAGAI IDENTITAS KELAS MENENGAH (Fenomena Konsumsi Barang Bekas di Kalangan Kelas Menengah Yogyakarta)

Melalui surat pernyataan ini saya menyatakan bahwa:

1. Selama melakukan penelitian dan pembuatan laporan penelitian skripsi saya tidak melakukan tindak pelanggaran etika akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia. Oleh karena itu, skripsi yang saya buat merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagaimana aturan yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 13 Oktober 2021

Yang Menyatakan



Muhammad Rifki

MOTO

“Tak selamanya langit itu kelam
Suatu saat ‘kan cerah juga
Hiduplah dengan sejuta harapan
Habis gelap akan terbitlah terang”
(Roma Irama)

“Jangan buang buang waktumu untuk leyeh leyeh
Jangan terlalu banyak menunggu
Lakukanlah tanggung jawab kuliahmu secepat mungkin
Ingat kalau teman teman sudah pada lulus anda akan merasakan yang namanya NYESEK ”
(Penulis)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

1. Alm ibu dan juga Bapak beserta ibu sambung saya yang senantiasa tidak berhenti mengingatkan saya dan berusaha yang terbaik untuk anak-anak nya.
2. Saudara dan semua yang hadir dan saya temui di hidup saya sampai sekarang.

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul GAYA HIDUP LAWASAN SEBAGAI IDENTITAS KELAS MENENGAH (Fenomena Konsumsi Barang Bekas di Kalangan Kelas Menengah Yogyakarta) dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu prasyarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Strata 1 (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan. Tanpa bantuan dari berbagai pihak, tidak mungkin bagi penulis untuk menyelesaikan studi dan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas petunjuk dan bimbingan yang telah penulis terima selama melakukan penyusunan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT atas apa yang telah di berikan sampai saat ini,sehingga pendidikan dan skripsi ini bisa terselesaikan.
2. Dosen Pembimbing Skripsi Bapak Ali Minanto S,Sos.,M.A yang telah memberikan saran dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu bermanfaat kepada penulis.
4. Kedua orang tua penulis, terimakasih telah memberikan semangat dan doa restu baik moril maupun materil.
5. Teman-teman di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia, terimakasih atas kebersamaannya selama ini.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 13 Oktober 2021

Peneliti

Muhammad rifki s

NIM: 15321114

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Etika Akademik	iv
Motto dan Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xi
Abstrak	xii
Abstract	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
E. Tinjauan Pustaka	4
F. Kerangka Teori	8
G. Metode Penelitian	20

BAB II LAWASAN DI YOGYAKARTA

A. Budaya Lawasan dan Sentra Lawasan di Yogyakarta	24
B. Narasumber	32

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	34
1. Konsumsi Masyarakat terhadap Barang Lawasan	34

2. Kualitas Barang Lawasan yang Dibeli 39
3. Tujuan Mengkonsumsi Barang Lawasan 45
4. Pemanfaatan Barang Lawasan 47
5. Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Mengonsumsi Barang Lawasan 49
B. Pembahasan 53

BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 68
B. Keterbatasan Penelitian 69
C. Saran 69

DAFTAR PUSTAKA 70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pedagang Barang Lawasan di Pasar Kangen 25

Gambar 3.2 Pedagang Barang Lawasan di Pasar Kangen 26

Gambar 3.3 Tampak Dalam Pasar Klithikan, Yogyakarta 28

Gambar 3.4 Penjual Barang Lawasan di Pasar Klithikan, Yogyakarta 30

Gambar 3.5 Penjual Barang Lawasan di Pasar Klithikan, Yogyakarta 30

Gambar 3.6 Aktivitas Penjual dan Pembeli di Pasar Senthir 31

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Nama Informan Penelitian 22
Tabel 3.1 Data Identitas Informan Penelitian 34

ABSTRAK

Muhammad Rifki. 15321114. Gaya Hidup Lawasan sebagai Identitas Kelas Menengah (Fenomena Konsumsi Barang Bekas di Kalangan Kelas Menengah Yogyakarta). Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2021.

Gaya hidup berkaitan dengan pola konsumsi masyarakat. Gaya hidup lawasan di Yogyakarta didukung dengan tempat-tempat menjual barang-barang lawasan. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat gaya hidup lawasan di kalangan kelas menengah di Yogyakarta.

Menurut Baudrillard, tindakan konsumsi suatu barang tidak lagi hanya berdasarkan pada kegunaan dari barang tersebut, akan tetapi lebih pada tanda dan juga simbol yang melekat pada barang tersebut. Paradigma penelitian adalah konstruktivisme. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan terdiri dari 5 orang yang mengkonsumsi barang lawasan. Teknik analisis data secara deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup terhadap barang lawasan tidak terlepas dari nilai komoditas atau nilai barang yang memiliki aspek *use value, exchange value* dan *sign value*. Nilai guna atau *use value* merupakan kegunaan suatu objek dalam pemenuhan kebutuhan tertentu. Nilai guna atau *exchange value* menekankan pada nilai tukar yang terkait dengan nilai produk tersebut di pasar atau objek yang bersangkutan. *Symbolic value*, yaitu dimana individu mengkonsumsi sebuah barang atau objek berdasarkan nilai simbolik yang ada pada barang tersebut. Masyarakat kelas menengah dalam mengonsumsi barang lawasan ada yang lebih melihat pada nilai histori dan terbatasnya dari barang lawasan tersebut. Gaya hidup menggunakan barang lawasan juga dapat menjadi simbol status dari seseorang yang lebih tinggi. Barang lawasan juga tidak hanya sekedar untuk konsumsi alternatif saja, namun lebih dari itu menimbulkan citra tertentu dari penggunanya.

Kata Kunci: Gaya hidup Lawasan, Identitas, Kelas Menengah, Barang Bekas.

ABSTRACT

Muhammad Rifki. 15321114. Insight Lifestyle as Middle Class Identity (Phenomenon of Consumption of Used Goods among Middle Class Yogyakarta). Bachelor Thesis. Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Indonesian Islamic University. 2021.

Lifestyle is related to people's consumption patterns. The old lifestyle in Yogyakarta is supported by places selling old goods. The purpose of this research is to see the old lifestyle among the middle class in Yogyakarta.

According to Baudrillard, the act of consuming an item is no longer based solely on the usefulness of the item, but more on the signs and symbols attached to the item. The research paradigm is constructivism. Data collection techniques using observation, interviews and documentation. The informants consisted of 5 people who consumed old goods. The data analysis technique is descriptive.

The results show that the lifestyle towards old goods is inseparable from the value of commodities or the value of goods that have aspects of use value, exchange value and sign value. Use value or use value is the use of an object in meeting certain needs. Use value or exchange value emphasizes the exchange rate associated with the value of the product in the market or object concerned. Symbolic value, which is where an individual consumes an item or object based on the symbolic value that exists in that item. In the middle class, in consuming old goods, there are those who look more at the historical and limited value of these old goods. The lifestyle of using old goods can also be a status symbol of someone higher. Old goods are also not only for alternative consumption, but more than that it creates a certain image from its users

***Keywords**: Insight lifestyle, identity, middle class, used goods.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gaya hidup lawasan banyak dijumpai di masyarakat Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang mengoleksi barang-barang lawas untuk dijadikan koleksi pribadi untuk memenuhi hasrat menyalurkan hobinya dan menunjukkan status sosialnya. Bagi pecinta barang lawasan, di Yogyakarta mudah untuk memenuhi kebutuhan barang lawasan di pasar-pasar yang menjual barang lawasan seperti di Pasar Beringharjo, Pasar Klitikan, Pasar Senthir, pusat barang bekas (Barkas), Galeri Oma Vintage Store ataupun langsung kepada penjual/pengepul barang lawasan.

Gaya hidup lawasan merupakan kondisi masyarakat yang melakukan konsumsi atau menggunakan barang-barang bekas, jual beli barang bekas akan tetapi masih dalam kondisi yang baik dan masih dapat dipergunakan (Safuwan, 2007). Pada saat ini, di era modern dan sesuai dengan perkembangan zaman yang ada, tentu banyak orang yang menginginkan untuk hidup dengan menggunakan barang-barang yang mewah sehingga tampak glamour dimana akan dipandang sebagai orang yang berada. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Safuwan (2007) dapat diketahui bahwa adanya kemajuan dari segi iptek telah membawa perubahan pada gaya hidup dan konsumsi masyarakat yang ingin serba praktis, cepat dan mudah. Hal ini dikarenakan efek dari modernisasi yang perkembangannya cepat berkembang di masyarakat sehingga membawa perubahan. Penyebabnya adalah karena perkembangan iptek dan pertumbuhan media baik cetak maupun elektronik.

Menurut Safuwan (2007) menyatakan bahwa gaya hidup adalah hasil dari kemajuan di berbagai bidang hasil dari karya manusia. Gaya hidup adalah tampilan perilaku individu dalam kehidupannya. Gaya hidup ini berkaitan dengan pola konsumsi masyarakat. Pola konsumsi lebih lanjut Safuwan menyatakan bahwa pola konsumsi merupakan perilaku dari individu untuk melakukan konsumsi guna memenuhi kebutuhan dalam hidupnya. Gaya hidup ini selalu mengikuti dari perkembangan zaman, pengaruh media, dan perkembangan iptek (Safuwan, 2007).

Gaya hidup lawasan masyarakat di kalangan menengah dalam fenomena barang bekas yang menjadi minat daya tarik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nya untuk melakukan pembelanjaan tersebut seperti menyalurkan hobi dan menjadikan hobi tersebut gaya hidup (*lifestyle*). Gaya hidup berpengaruh terhadap keinginan dari seseorang untuk menentukan apa yang akan dikonsumsi (Kasali, 1998: 225). Gaya hidup dan kepemilikan dari suatu barang akan dapat meningkatkan status orang tersebut, semakin orang tersebut punya barang mewah maka dianggap akan meningkatkan status sosial orang tersebut dan hal tersebut berdampak pada perilakunya.

Gaya hidup lawasan yang dimiliki oleh masyarakat di Yogyakarta khususnya didukung dengan tempat-tempat yang menyediakan atau menjual barang-barang lawasan. Seperti di Pasar Beringharjo, Pasar Ngasem, Pasar Klithikan dan Pasar Senthir dan sentra-sentra lawasan lainnya. Pasar tersebut menjadi tempat berkumpulnya penjual dan pembeli untuk memperjualbelikan barang lawasan yang memiliki penggemar tersendiri. Barang yang diperjualbelikan pun beragam seperti pakaian, alat elektronik, buku, onderdil kendaraan bermotor dll.

Penelitian mengenai gaya hidup lawasan ini menarik dan penting untuk diteliti karena gaya hidup pada saat ini banyak masyarakat yang mempunyai sikap hedon dimana hidup ingin menjadi lebih modern dan menggunakan barang-barang terbaru. Akan tetapi pada saat ini masih ada masyarakat di kalangan tertentu yang menggunakan barang-barang lama

(lawasan) dengan tujuan untuk mencapai kepuasan karena hal itu adalah hobinya dengan mengkoleksi barang bekas. Ada juga yang menjadikan konsumsi barang lawasan sebagai gaya hidup karena pemikirannya bahwa barang lawasan yang masih layak pakai dapat digunakan dengan harga lebih hemat akan tetapi tidak mengurangi nilai barang.

Pada penelitian ini penulis fokus pada gaya hidup dalam masyarakat di kelas menengah yang menggunakan atau mengkonsumsi barang lawasan khususnya di Kota Yogyakarta. Pada penelitian ini penulis meneliti pada subjek kalangan menengah, dimana pada dasarnya kalangan kaum menengah ini mampu untuk membeli produk baru untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki, akan tetapi yang menjadi menarik adalah alasan dari kalangan kaum menengah yang kemudian menggunakan barang lawasan sebagai sebuah gaya hidup yang dilakukan terus menerus.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka penulis mengajukan rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana gaya hidup lawasan pada masyarakat kelas menengah di Yogyakarta?

C. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat praktik gaya hidup lawasan di kalangan kelas menengah di Yogyakarta

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis

   Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu komunikasi sosial terkait gaya hidup masyarakat di era modern saat dan juga terkait dengan representasi dari simbol yang ditunjukkan masyarakat kalangan menengah.

2. Manfaat Praktis

   Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat untuk dapat mengetahui gaya hidup pada masyarakat kelas menengah di Yogyakarta yang dilakukan dengan melakukan konsumsi barang bekas/lawas

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelusuran yang telah penulis lakukan, penulis mendapati beberapa penelitian yang hampir serupa dengan penelitian ini, yaitu:

a. Penelitian yang dilakukan oleh Jaelani dkk (2012) dengan judul "Perubahan Cara Pandang dan Sikap Masyarakat Kota Bandung akibat Pengaruh Gaya Hidup Digital". Penelitian ini melakukan penelitian terkait dengan fenomena dari adanya perkembangan era digital yang sudah sampai ke pelosok daerah. Hal ini mempunyai dampak muncul adanya gaya hidup yang modern serba digital. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada masyarakat di Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat hidup dengan perangkat digital yang dimilikinya sudah menjadi bagian dalam kehidupan kesehariannya maka dapat mengubah kebiasaan yang sebelumnya dilakukan. Saat ini semua begitu mudah, hanya dengan menggunakan handphone, mau pergi, memesan barang tinggal dipesan melalui

handphone saja, akan tetapi tentu ada dampak baik positif atau dampak negatifnya. Penelitian ini fokus pada gaya hidup digital masyarakat di kota Bandung dan juga dampaknya bagi perubahan sikap, mental, dan cara pandang masyarakat tersebut. Dari hasil penelitian, didapatkan hasil bahwa gaya hidup digital menjadi bagian kehidupan masyarakat kota Bandung. Gaya hidup digital mengubah tatanan hidup, sikap, mental, dan cara pandang masyarakat dalam menjalankan kehidupan sehari-hari dimana sekarang lebih ingin yang cepat, efektif dan efisien.

b. Penelitian yang dilakukan oleh Tambulana (2013) dengan judul "Tren Mengkonsumsi Pakaian Bekas di Kalangan Mahasiswi di Yogyakarta". Metode kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswi menyatakan bahwa pakaian bekas merupakan gaya hidup atas tren fashion. Pakaian bekas dipilih karena faktor kualitas serta kuantitasnya seperti faktor kualitas meliputi tidak pasaran, bahan berkualitas, model yang sedang trend, dari segi kuantitas pakaian didapat dengan harga murah. Media massa menjadi media mengenalkan mahasiswi pada konsumsi pakaian bekas. Pola konsumsi pakaian bekas itu muncul karena adanya proses meniru tren fashion. Pakaian bekas menjadi objek konsumsi untuk memenuhi kebutuhan akan pakaian dan mengikuti trend tertentu. Konsumsi atas pakaian bekas tidak hanya terbatas pada yang tidak mampu, banyak juga yang membeli pakaian bekas dari golongan mampu. Pakaian bekas punya keunikan, mereknya, serta harga murah menarik perhatian. Mengkonsumsi pakaian bekas dianggap sebagian orang tidak wajar. Respon positif dari teman - teman merupakan faktor pendorong untuk terus membeli pakaian bekas. Penelitian ini memperlihatkan bahwa pakaian bekas ada penikmatnya tersendiri tidak terkecuali bagi mahasiswi di Kota Bandung.

c. Penelitian yang dilakukan oleh Abdullah (2016) dengan judul "Arisan sebagai Gaya Hidup (Sebuah Kritik terhadap Masyarakat Konsumtif Perkotaan). Studi ini mengkaji fenomena gaya hidup di masyarakat

perkotaan, khususnya Jakarta melalui kegiatan arisan. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian dilakukan di daerah Jakarta pinggiran, tepatnya di daerah Ciputat, Tangerang Selatan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi dan wawancara terhadap informan yang terlibat dalam perkumpulan arisan. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa identitas dapat muncul pada kegiatan arisan yang di dalamnya lahir adanya kompetisi antar anggota arisan untuk menunjukkan siapa dari anggota tersebut yang punya identitas lebih tinggi. Hasil yang diperoleh dapat diketahui bahwa ketua arisan memberikan pengaruh yang besar pada anggota untuk mengikuti apa yang diperintahkan dengan dalih kepentingan bersama dalam arisan. Hal ini terkadang tidak disadari oleh anggota arisan. Jalinan pertemanan yang ada menjadi faktor yang dapat menyatukannya dan terdapatlah sistem ada yang mengendalikan dan dikendalikan.

d. Penelitian yang dilakukan oleh Narvanen, Elina Kartastenpaa dan Hannu Kuusela (2013) dengan judul "*Online Lifestyle Consumption Community Dynamics: A Practice Based Analysis*". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan mengkategorikan praktik diskursif dimana konsumen menegosiasikan identitas terkait gaya hidup di komunitas konsumsi gaya hidup yang dilakukan secara online. Jenis penelitian ini adalah penelitian etnografi dimana melakukan penelitian untuk melihat bagaimana gaya hidup masyarakat dalam melakukan konsumsi terhadap makanan yang dilakukan secara online. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa pemilihan gizi pada masyarakat perkotaan yang serba instan, dapat mempengaruhi tingkat kesehatan masyarakat itu sendiri. Oleh karena itu penting untuk dapat melakukan pengembangan kesadaran masyarakat dalam melakukan konsumsi.
e. Penelitian yang dilakukan oleh Reis (2015) dengan judul "*Influencing Factors on Consumer Buying Behaviour of Luxury Goods–A Research*

on the Buying Behaviour of Young Consumers in Finland". Penelitian ini dilakukan pada anak muda yang ada di Finlandia terkait dengan praktik konsumsi anak muda yang gemar menggunakan barang-barang mewah. Metode penelitian adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner terhadap 26 orang anak muda yang merupakan siswa sekolah dan sudah bekerja di Finlandia. Hasil penelitian menunjukkan perilaku anak muda yang menggunakan atau membeli barang mewah adalah sebagai bentuk aktualisasi diri, terlebih bagi mereka yang sudah bekerja dan mampu mendapatkan uang dari hasil kerja sendiri. Kesenangan dalam menggunakan barang mewah menjadi suatu bentuk kepuasan akan hasil kerja keras, sehingga bagi mereka yang sudah bekerja hasilnya ditunjukkan dengan mengkonsumsi atau membeli barang-barang yang tergolong mewah bagi mereka yang mampu untuk membeli.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan, penulis dapat melakukan analisis perbandingan dengan penelitian yang penulis lakukan. Pada penelitian yang penulis lakukan ini memiliki kesamaan dalam hal tema yang diteliti terkait dengan gaya hidup dan perilaku konsumsi pada masyarakat khususnya masyarakat di kota. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada metode yang digunakan, pada penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara langsung kepada informan yang diteliti. Selanjutnya fokus penelitian yang penulis lakukan adalah pada gaya hidup lawasan pada masyarakat golongan kelas menengah di Yogyakarta. Gaya hidup lawasan ini dapat dilihat pada kesukaan atau hobi informan yang gemar atau mengkoleksi barang bekas yang masih berkualitas baik. Oleh karena itu penelitian yang penulis lakukan ini adalah asli milik penulis dan dapat dipertanggungjawabkan.

2. Kerangka Teori

a. *Fashion* sebagai Komunikasi

Davis (1992) yang dikutip oleh Barnard menyatakan bahwa fashion dan pakaian adalah bentuk komunikasi nonverbal karena tidak menggunakan kata-kata lisan atau tertulis (Barnard, 2011: 39). Pertanyaan yang muncul setelah menyatakan *fashion* dan pakaian sebagai bentuk komunikasi nonverbal adalah apakah *fashion* dan pakaian dapat diperlakukan analog dengan Bahasa lisan dan tertulis. Umberto Eco menyatakan bahwa seseorang dapat berbicara melalui pakaiannya. Hal ini menganalogikan bahwa *fashion*, pakaian yang dikenakan seseorang mengisyaratkan suatu makna tertentu (Barnard, 2011: 39).

Komunikasi sebagai pengiriman dan penerimaan pesan dapat digambarkan oleh dua mazhab. Mazhab proses dimana komunikasi dianggap sebagai proses untuk menyampaikan pesan kepada yang lain dengan menggunakan satu media atau lebih. Fashion atau pakaian yang dikenakan dapat sebagai media untuk menyampaikan pesan akan makna tertentu.

Fashion dapat menjadi media untuk menyampaikan pesan kepada orang lain. Pesan tersebut dituangkan melalui pakaian untuk proses komunikasinya. Hal yang penting dari pandangan komunikasi adalah maksud dari pengirim pesan, efisiensi proses transmisi, dan efeknya pada penerima. Dikaitkan dalam lingkup *fashion*, seseorang mengirim pesan tentang dirinya sendiri melalui *fashion* dan pakaian yang dipakainya (Barnard, 2011: 42).

Seseorang yang menggunakan pakaian tentu saja akan memilih pakaian yang akan dikenakannya sesuai dengan perasaan hati saat itu, jika sedang senang maka akan menggunakan pakaian yang cerah, terang warnanya. Kondisi ini dapat sebagai sinyal bahwa

fashion yang dikenakan seseorang dapat sebagai penyampai pesan apa yang ada di dalam dirinya seperti suasana hati si pemakai.

Dirasa sulit untuk dapat memahami dengan yang disebut dengan kegagalan dalam berkomunikasi pada saat melakukan kajian terhadap fashion atau pakaian. Pakaian yang dibuat oleh desainer, bisa saja pesannya tidak sampai ke individu yang menggunakan pakaian tersebut, akan tetapi pemakai dapat mengolahnya menjadi beragam makna.

Mazhab kedua atau model komunikasi yang sangat berbeda dengan yang pertama. Model kedia bisa disebut dengan model semiotika atau strukturalis. Barnard menyatakan bahwa komunikasi dapat membuat individu menjadi bagian dari komunitas untuk saling berinteraksi menyampaikan pesan satu dengan yang lain. Komunikasi ini menekankan pada penyampaian pesan antar individu bukan antar kelompok (Barnard, 2011: 43).

Douglas menyatakan bahwa pertama, fashion dapat dipakai untuk memberikan pemahaman terhadap manusia sehingga dalam hal ini fashion adalah bentuk dari fenomena komunikatif. Douglas menyatakan bahwa yang kedua adalah makna yang terstruktur yaitu budaya, yang dapat memungkinkan untuk individu dapat mengkonstruksi identitas melalui komunikasi.

Komunikasi dapat dipahami sebagai proses pengiriman, menerima pesan, semiotika, untuk produksi pesan dan pertukaran makna (Fiske, 1990 dalam Barnard, 2011: 44). Model proses maka maknanya sudah ada sebelum dilakukan tahap pengkomunikasian pesan. Pada model semiotika, proses komunikasi dilakukan untuk menghasilkan makna pesan.

Model semiotika memusatkan perhatian pada negosiasi makna dan bukannya pada penerimaan pesan, dan konsekuensinya ada perbedaan signifikan atas konsep kesalahpahaman atau kegagalan komunikasi. Bila produksi makna merupakan hasil negosiasi antara

pengirim, penerima, pengalaman kulturalnya dan teks, maka tidak mengherankan bila pembaca berbeda dari latar belakang budaya yang berbeda akan menghasilkan makna yang berbeda pula. Bagi yang pembacaannya beda, tidak akan dipandang sebagai bukti kegagalan komunikasi. Hal ini hanya bisa berlaku pada model semiotika.

b. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat (Alwi, 2008: 342). Gaya hidup dapat sebagai identitas bagi suatu kelompok yang memiliki ciri tersendiri. Gaya hidup dalam kelompok ini jika ada perubahan maka dapat mempengaruhi gaya hidup anggota yang lainnya. Minor dan Mowen (2002: 12) menyatakan bahwa gaya hidup memberikan petunjuk tentang bagaimana orang itu hidup, menggunakan uang, memanfaatkan waktu yang dimiliki. Kotler dan Amstrong (dalam Rianton, 2012: 56) menyatakan bahwa pola hidup dari seseorang dalam kehidupan sehari-hari dapat dilihat pada kegiatan, minatnya, pendapat yang dimiliki.

Gaya hidup dapat dilihat pada kegiatan, minat, pendapat dari individu tersebut dan gaya hidup ini mudah berubah, tidak tetap. Individu mungkin saja dapat cepat untuk mengganti model pakaian yang dikenakannya dalam kesehariannya (Sumarwan, 2004:57). Gaya hidup dapat dilihat dari cara orang untuk mengatur kehidupannya sehari-hari secara pribadi, di lingkungan masyarakat sekitar di depan public. Gaya hidup juga dapat membedakan statusnya dari orang lain.

Gaya hidup secara sosiologis dengan pengertian yang terbatas merujuk pada gaya hidup yang khas dari suatu kelompok tertentu (Featherstone, 2001, dikutip oleh Hendariningrum, 2008: 26). Sementara itu pada lingkungan masyarakat modern, gaya hidup

didefinisikan sebagai sikap, nilai-nilai, kekayaan dan juga posisi seseorang.

Berdasarkan uraian tentang gaya hidup dapat diketahui bahwa gaya hidup adalah gambaran dari perilaku seseorang dalam menggunakan uang, waktu bukan atas kebutuhan akan tetapi lebih pada keinginan mendapatkan status sosial yang lebih tinggi. Gaya hidup berbeda dengan kepribadian akan tetapi saling berhubungan. Kepribadian menunjukkan karakteristik internal, gaya hidup menunjukkan eksternal yaitu perilaku dari individu.

Sumarwan menyatakan bahwa gaya hidup merupakan cara untuk dapat melakukan pengelompokan terhadap konsumen secara psikografis. Gaya hidup (*Lifestyle*) adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu, uang yang dimilikinya untuk memenuhi kebutuhannya. Baik orang yang suka akan hiburan, berkumpul dengan teman-teman, menyendiri, pergi dengan teman, belanja, kegiatan agama atau sosial (Sumarwan, 2004:58).

Gaya hidup memberikan pengaruh pada perilaku kehidupan seseorang untuk dapat menentukan pilihannya dalam mengkonsumsi suatu produk. Oleh karena itu perlu dipahami terhadap apa yang dimaksud dengan konsep dari gaya hidup. Gaya hidup merupakan konsep yang dapat mudah dimengerti dibandingkan dengan kepribadian, gaya hidup ini dapat dimengerti sebagai cara dari seseorang untuk dapat menggunakan uang dan waktunya yang dimiliki.

Ilmu psikologi menyatakan bahwa gaya hidup dipahami sebagai kebiasaan dari individu. Pendekatan psikologi menempatkan gaya hidup sebagai gejala individual, dan tidak dapat dilepaskan dari kehidupan suatu individu (Hujatnikajennong, dkk, 2006: 36). Gaya hidup merupakan adaptasi dari individu terhadap kondisi sosial untuk memenuhi kebutuhan untuk dapat bersatu dan dapat melakukan sosialisasi dengan orang lain. Cara individu berpakaian,

konsumsi makanan, cara kerja, dan melakukan kehidupan sehari-hari membentuk gaya hidup. Kepribadian dianggap dapat menjadi penentu untuk gaya hidup sehingga dapat memberikan gambaran terhadap sikap dari seseorang (Hujatnikajennong, dkk, 2006: 36).

Untuk dapat mengukur gaya hidup maka terdapat ilmu psikografik adalah ilmu tentang pengukuran dan pengelompokkan gaya hidup konsumen (Kotler, 2002:193). Schiffman dan Kanuk (2008) menyatakan bahwa analisis gaya hidup/AIO merupakan riset konsumen yang dapat memberikan profil akan segmen konsumen, aspek kepribadian konsumen, motif pembelian, minat, sikap dan keyakinan yang dimilikinya.

Dua konsep psikografis yaitu yang pertama dapat memberikan informasi tentang ciri psikologis dari konsumen untuk identifikasi konsumen. Konsep yang kedua adalah psikografis sebagai kajian yang meneliti tentang bagaimana minat, kegiatan dan pendapat dari konsumen dalam mengkonsumsi produk/jasa.

Menurut Engel, dkk, dalam Prasetyo (2004: 33-34), AIO (*activities, interest,* dan *opinion*) adalah:

1) Kegiatan adalah tindakan yang dilakukan seperti menonton televisi, berbelanja ke supermarket, bercerita. Tindakan tersebut dapat diamati akan tetapi tidak dapat diukur secara langsung.
2) Minat merupakan kecenderungan seseorang pada objek, topik, peristiwa tertentu yang disertai dengan perhatian khusus yang terus-menerus kepadanya.
3) Pendapat adalah respon seseorang atas suatu hal atau pertanyaan yang diajukan kepadanya. Pendapat dapat untuk memberikan pandangan mengenai bagaimana cara seseorang untuk memberikan penafsiran, harapan terhadap sesuatu hal.

Schiffman dan Kanuk (2008) menyatakan bahwa riset AIO merupakan riset yang dilakukan untuk mencari tentang

tanggapan dari konsumen, dimana pertanyaan yang diberikan atau diajukan kepada konsumen diantaranya adalah:

1) Kegiatan konsumen dalam menggunakan waktu yang dimiliki
2) Minat konsumen
3) Pendapat pendapat tentang menghadapi persoalan

Studi Psikografis AIO menggunakan rangkaian pernyataan yang disusun untuk dapat menyampaikan aspek yang relevan terkait dengan kepribadian, motif membeli, minat, sikap, kepercayaan, dan nilai-nilai yang ada pada konsumen.

Fenomena masyarakat konsumeris yang ada dalam masyarakat saat ini terjadi karena adanya perubahan yang mendasar pada bagaimana cara seseorang untuk dapat untuk mengekspresikan dirinya melalui gaya hidup. Gaya hidup menjadi perhatian pada setiap individu yang dapat menunjukkan identitas seseorang (Chaney, 1996: 92). Gaya hidup merupakan bentuk dari budaya konsumerisme karena dapat melihat cara seseorang dalam pemenuhan konsumsi baik produk/jasa. Konsumsi tidak hanya membeli barang, tetapi juga mengkonsumsi jasa seperti mencari hiburan untuk melepas penat.

Berkembangnya berbagai gaya hidup sebagai fungsi dari diferensiasi sosial yang tercipta dari relasi konsumsi merupakan salah satu perubahan sosial yang menyertai kemajuan ekonomi di Indonesia. Perubahan yang ada mengindikasikan bahwa konsumsi tidak hanya lagi berkaitan dengan nilai guna untuk memenuhi fungsi dari suatu barang tetapi juga berkaitan dengan unsur simbolik yang dapat menunjukkan kelas, status sosial (Piliang, 2010: 145).

Gaya hidup seseorang juga dapat untuk mengkomunikasikan kepada orang lain untuk menunjukkan siapa dirinya. Seperti dengan gaya pakaian, dandanan yang dipergunakan, *fashion*, menjadi bagian

dari adanya pertunjukkan identitas dan kepribadian diri dari seseorang. Contohnya adalah fashion dimana dalam masyarakat kontemporer Barat, makna fashion dipergunakan sebagai padanan kata dari penggunaan istilah dandan, gaya dan juga busana (Polhemus dan Procter dalam Barnard, 2006). Seseorang dapat menciptakan gaya nya sendiri kalau bisa yang belum pernah ada dan juga belum pernah dipergunakan sebelumnya oleh orang lain. Hal ini untuk menunjukkan identitas yang dimilikinya.

Pada penelitian ini penulis melakukan analisis mengenai gaya hidup dari budaya konsumsi barang lawasan. Oleh karena itu bahasan selanjutnya dalam penelitian ini penulis membahas mengenai budaya konsumsi.

c. Budaya Konsumsi

Baudrillard yang dikutip oleh Fadhilah (2011: 23) menyatakan bahwa pemahaman terhadap konsumsi diperoleh dari adanya fakta sosial yang menunjukkan bahwa seseorang butuh akan kenyamanan. Dilihat dari perspektif ekonomi, kondisi nyaman terdapat dalam masyarakat yang sudah mapan yang dilihat dari barang yang dimilikinya.

Menurut Piliang (2006: 146), konsumsi sebagai suatu proses menghabiskan atau mentransformasikan nilai-nilai yang tersimpan di dalam sebuah objek. Konsumsi dapat dinyatakan sebagai proses mengaktualisasikan diri untuk memenuhi kebutuhannya. Dari segi linguistik, konsumsi dinyatakan sebagai proses menggunakan tanda-tanda yang ada pada objek-objek pada konsumen. Objek dapat menentukan status sosial bagi pemakainya.

Menurut Baudrillard (Fadhilah, 2011: 24), masyarakat tidak hanya konsumsi barang akan tetapi juga jasa yang dilakukan oleh manusia. Masyarakat konsumsi merupakan masyarakat yang sedang tumbuh berkembang.

Baudrillard berpendapat bahwa yang dikonsumsi bukanlah fungsi dari produk tersebut akan tetapi pesan dari produk. Baudrillard juga berpendapat bahwa individu dalam masyarakat konsumeris punya perbedaan satu dengan yang lain terkait dengan konsumsi barang untuk memenuhi kebutuhannya. Individu akan menggunakan produk yang dianggap dapat meningkatkan status sosialnya tanpa memperdulikan apa produk tersebut dibutuhkan atau tidak untuknya.

Penelitian ini menggunakan salah satu teori *postmodern* yang bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumtif yang dilakukan oleh masyarakat kelas menengah Yogyakarta. Baudrillard menyatakan pendapatnya tentang masyarakat konsumsi yang terdiri dari beberapa bagian yaitu nilai guna, nilai tanda, dan nilai simbolik. Nilai guna adalah kegunaan dari produk, nilai tanda adalah simbol yang melekat pada produk dan simbolik adalah nilai dari simbol yang ada dalam produk.

Baudrillard (2011: 74) memberikan penjelasan bahwa perilaku konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi saja akan tetapi juga dipengaruhi oleh sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial yang dapat memberikan pengaruh pada pilihan individu dalam pemilihan produk untuk dikonsumsi. Budaya konsumsi yang ada di dalam masyarakat dilatarbelakangi dengan munculnya kapitalisme yang diusung oleh Karl Marx yaitu suatu cara produk yang dijalankan oleh kepemilikan pribadi sebagai sarana produksi. Kapitalisme ini mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dengan cara eksploitasi tenaga kerja. Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Karl Marx komoditas dapat diketahui bahwa pada suatu produk memiliki dua aspek yaitu *use value* dan *exchange value*. Nilai guna atau *use value* adalah fungsi atau manfaat yang dapat diperoleh dari produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan dari si pemakaian. *Exchange value* adalah

nilai tukar yang berkaitan dengan nilai produk tersebut di pasaran yang dapat dinilai dengan harga tertentu.

Baudrillard menambahkan bahwa objek tidak hanya memiliki *use value* dan *exchange value* saja akan tetapi juga memiliki *symbolic value* dan *sign value*, maksudnya adalah masyarakat tidak mengkonsumsi sebuah barang atau objek berdasarkan fungsi dan nilai tukarnya akan tetapi adanya nilai simbolik dan nilai tanda yang sifatnya abstrak (Pawanti, 2013: 2). Konsumen tidak lagi melakukan tindakan untuk mengkonsumsi suatu barang atas dasar kebutuhan atau kenikmatan dari barang tersebut, akan tetapi juga mendapatkan status sosial tertentu dari nilai tanda atau *sign value* yang diberikan objek tersebut.

Tindakan konsumsi suatu barang dan jasa tidak lagi hanya berdasarkan pada kegunaan dari barang tersebut, akan tetapi lebih pada tanda dan juga simbol yang melekat pada barang tersebut. Hal ini menyebabkan masyarakat menjadi tidak puas dan akan berdampak pada keinginan untuk mengkonsumsi barang atau jasa tersebut secara berulang. Hal ini dikarenakan barang-barang yang dikonsumsi oleh seseorang dapat dilihat dari kegiatan konsumsinya, baik barang dan jasa yang dibeli dan dipergunakan oleh pemiliknya juga didasarkan pada citraan-citraan yang diberikan pada produk tersebut. Hal ini dapat memberikan pengaruh pada berubahnya gaya hidup seseorang.

Baudrillard yang dikutip oleh Pawanti (2013: 2) menyatakan bahwa apa yang dikonsumsi oleh masyarakat bukanlah fungsi dari produk akan tetapi pesan yang disampaikan oleh produk tersebut. Baudrillard juga berpendapat bahwa setiap individu dalam masyarakat konsumeris memiliki adanya keinginan untuk berbeda dengan yang lainnya dimana individu menggunakan produk yang dapat menaikkan status sosialnya tanpa memikirkan jangka panjang apakah dirinya butuh produk tersebut apa tidak memikirkan apakah

produk tersebut dibutuhkan atau tidak (Pawanti, 2013: 3). Berdasarkan hal tersebut dapat diberikan kesimpulan bahwa konsumen tidak lagi melakukan konsumsi produk atau jasa atas kebutuhan akan tetapi lebih kepada untuk mendapatkan status sosial yang ada pada produk tersebut.

d. Identitas Kelas Menengah

Menurut KBBI (Alwi, 2008: 240) yang dimaksud dengan identitas adalah ciri-ciri atau keadaan khusus seseorang atau jati diri yang dimiliki oleh seseorang. Identitas merujuk pada cara dimana individu dan kolektivitasnya dibedakan dalam menjalin suatu hubungan (Jenkins, 2008: 18). Identitas tersebut dibangun oleh adanya kesadaran dari individu dan adanya struktur sosial yang jelas. Proses pembentukan dari identitas ini dapat terjadi dengan perlahan dan pada awalnya pembentukan tersebut terjadi dengan ketidaksadaran dalam masing-masing individu.

Identitas sebagai jati diri individu dalam bermasyarakat dapat terjadi karena perbedaan strata sosial yang dimiliki. Pada masyarakat adanya strata sosial yang membedakan tingkat ekonomi seseorang, sosial, kekuasaan yang dimilikinya. Sistem pelapisan masyarakat disebut dengan stratifikasi sosial. Stratifikasi sosial yang dinyatakan oleh Pitirim A Sorokin menyatakan bahwa penduduk atau masyarakat dapat dibedakan menjadi kelas-kelas tertentu yang disusun bertingkat. Max Weber menyatakan pendapatnya bahwa pembagian kelas atau yang disebut dengan stratifikasi sosial ini adalah penggolongan dari orang-orang berada pada sistem sosial tertentu (Abubakar, 2010: 373).

Arifin Noor membagi kelas sosial pada tiga golongan sebagai berikut:

1) Kelas atas (*upper class*)

   Kelas atas berasal dari golongan kaya yang dapat memenuhi kebutuhan hidup dengan mudah

2) Kelas menengah (*middle class*)

   Kelas menengah diisi oleh kaum professional, pemilik toko dan bisnis yang masuk golongan lebih kecil. Tingkatan ekonomi pada golongan sedang

3) Kelas bawah (*lower class*)

   Sumardi menyatakan bahwa kelas bawah adalah golongan yang memperoleh pendapatan lebih kecil dibandingkan dengan kebutuhan yang harus dipenuhinya (Sumardi, 1982: 80-81). Termasuk dalam golongan kelas bawah ini adalah orang miskin seperti pembantu rumah tangga, pemungut sampah. Keinginan dari kelas bawah ini banyak yang tidak terpenuhi karena faktor ekonomi yang menyertainya.

Robinson (1995: 3) menyatakan bahwa pengukuran kelas menengah dari tingkat pendapatan. Pengukuran kelas menengah ini khususnya yang ada di wilayah benua Asia dapat dilihat pada pengalihan arus ekonomi, budaya dan politik, hal ini seperti yang dinyatakan oleh Robinson. Robinson menyatakan bahwa berkembangnya kelas menengah yang ada di Indonesia dilatarbelakangi oleh faktor adanya orang kaya baru yang memiliki kekuasaan dan relasi yang kuat dengan pemodal, perbankan (Robinson, 1996: 15). Pertumbuhan ekonomi cukup signifikan yang merubah tatanan kehidupan masyarakat pada aspek budaya dan gaya hidup. Robinson menyatakan bahwa pada penggolongan kelas menengah perlu adanya pembedaan antara masyarakat kelas menengah di di kota dan desa.

Gerke menyatakan bahwa untuk stratifikasi masyarakat di Indonesia dibagi atas penggolongan masyarakat kaya, cukup dan miskin. Kelas menengah di Indonesia adalah yang memiliki tingkat ekonomi tinggi dan berpendidikan tinggi. Pada kelas menengah, identifikasinya selain dari ekonomi, Pendidikan dan status sosialnya juga dapat dilihat dari bagaimana orang tersebut melakukan pola konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya (Gerke, 2000: 142).

Hughes dan Berhanu (1994: 38) menyatakan bahwa ciri dari kelas menengah yang pengukurannya tidak hanya dari segi ekonomi, akan tetapi dari tingkat pendidikan, pengetahuan, wawasan dan keterampilan yang dimiliki sesuai dengan perkembangan zaman yang ada. Masyarakat kelas menengah cenderung berhati-hati dalam memilih media informasi. Hughes dan Berhanu (1994: 38) menyatakan bahwa kelas menengah tertarik pada aliran musik tertentu, film. Masyarakat kelas menengah menyukai bahasa asing dalam berkomunikasi dalam pergaulan dan urusan bisnis. Masyarakat kelas menengah dapat memenuhi kebutuhan jalan-jalan, mencari hiburan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Yuswohady (2013: 5) yang dijadikan sebagai ukuran pola konsumsi adalah pada kelas menengah di Indonesia. Hasil penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa konsumsi kelas menengah mempunyai ciri khusus membedakannya dengan yang lain dimana tidak hanya sebatas ditentukan berdasarkan pendapatannya setiap bulan dan pengeluarannya saja. Yuswohady lebih lanjut menjelaskan bahwa indikator seperti pendidikan, akses layanan kesehatan yang diperoleh, pekerjaan yang dimilikinya, indikator lainnya seperti pengetahuannya tentang bagaimana cara berinvestasi, kesadaran berpolitik juga dapat dijadikan indikator pola

konsumsi pada masyarakat kelas menengah (Yuswohady, 2013: 6).

Dalam aspek pendidikan, pada masyarakat dengan golongan kelas menengah memiliki pilihan untuk dapat menentukan dimana anak-anak akan disekolahkan. Biasanya sekolah yang dipilih adalah sekolah swasta maupun negeri sesuai dengan gaya hidup yang dimiliki. Dimensi *knowledgeability* dapat memberikan gambaran terhadap pengetahuan, wawasan, penerimaan terhadap perkembangan teknologi informasi yang baru yang bermanfaat bagi kehidupan (Yuswohady, 2013: 6). Sementara itu pada dimensi koneksi sosial (*sosial connection*) kelas menengah yang menjadi subjek pada penelitian, diperoleh hasil bahwa kelas menengah memberikan pengaruh dan juga dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya. Dimensi koneksi sosial memberikan gambaran pada adanya keterlibatan dan hubungan satu orang dengan yang lain pada lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat diketahui bahwa identitas kelas menengah merupakan ciri-ciri, jati diri yang melekat pada golongan kelas menengah. Kelas menengah ini dilihat dari ekonominya merupakan kelas dengan tingkat ekonomi pada golongan yang menengah atau sedang.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang merupakan penelitian dengan memberikan penjelasan atas apa yang terjadi di lapangan. Pada penelitian ini penulis melakukan analisis dan mendeskripsikan data melalui teknik pengumpulan data yang dilakukan (Kriyantono, 2012: 15). Penelitian ini merupakan penelitian

kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kalimat tertulis dari subjek yang diamati. Penelitian kualitatif tidak melakukan uji hipotesis (Moleong, 2013:3). Dalam penelitian ini penulis menganalisis mengenai gaya hidup konsumsi barang bekas pada masyarakat kelas menengah di Yogyakarta.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Yogyakarta.

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik sebagai berikut:

a. Observasi

Pada penelitian ini observasi dilakukan dengan menggunakan teknik observasi. Observasi dilakukan dengan cara mengamati perilaku dari masyarakat kelas menengah yang melakukan konsumsi barang-barang bekas. Observasi dapat dilakukan pada saat melakukan pembelian barang-barang bekas di toko atau tempat perbelanjaan yang menyediakan barang-barang bekas akan tetapi masih dengan kualitas yang baik.

b. Wawancara

Pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara. Wawancara adalah proses yang dilakukan dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dengan yang diwawancarai (Moleong, 2013: 5). Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara kepada narasumber penelitian. Sebelum melakukan wawancara penulis menyiapkan pedoman wawancara yang telah dipersiapkan sebelumnya.

c. Studi dokumen

Studi dokumen dalam penelitian ini dilakukan dengan mempelajari dokumen sebagai data penunjang seperti foto-foto yang diambil sesuai dengan topik penelitian.

4. Informan Penelitian

Teknik pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu hanya yang memiliki kriteria dapat menjadi informan penelitian. Pada penelitian ini penulis menetapkan sebanyak 5 orang informan yang memiliki hobi dalam mengoleksi barang lawasan di Yogyakarta.

Tabel 1.1 Nama Informan Penelitian

Nama	Keterangan
Bapak Muhammad	Kolektor batu akik
Mas Dodi	Kolektor kuningan
Bapak Jaelani	Pemilik homestay
Bapak Mardi	Kolektor jam
Mas Baim	Kolektor piringan hitam, CD, kaset lawas

5. Teknik Analisis Data

Teknis analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menganalisis data secara lebih mendalam dalam bentuk deskripsi, narasi penjelasan dari pokok permasalahan yang diteliti. Tahapan analisis ini sesuai dengan teori teknis analisis data dari Miles dan Huberman (Kriyantono, 2012: 20). Berikut adalah tahapan analisis yang dilakukan:

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara

dan studi dokumen. Observasi dilakukan di lapangan yang menjadi objek penelitian sedangkan wawancara ditujukan kepada narasumber dan informan penelitian. Studi dokumen dilakukan dengan mempelajari literature yang dipergunakan dalam penelitian ini dan dokumen yang diperoleh dari hasil penelitian.

b. Pemilihan Data (Reduksi Data)

Pemilihan data dilakukan dengan memilih data-data yang sesuai dengan topik penelitian atau rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini.

c. Penyajian Data

Tahap penyajian data melakukan deskripsi terhadap data-data yang telah dipilih dengan melakukan analisis terhadap hasil yang diperoleh selama penelitian.

d. Pengambilan Kesimpulan

Kesimpulan dilakukan dengan menjawab rumusan masalah yang dijukan, juga memberikan saran atas kesimpulan yang telah diberikan (Kriyantono, 2012: 20).

BAB II
LAWASAN DI YOGYAKARTA

A. Budaya Lawasan dan Sentra Lawasan di Yogyakarta

Budaya lawasan di Yogyakarta mulai berkembang dengan adanya tempat bagi pecinta budaya lawasan untuk dapat mengembangkan minat yang dimiliki. Beberapa tempat/ruang kegiatan oleh Pemerintah Daerah disediakan untuk menggerakkan perekonomian warga masyarakat guna mendukung budaya lawasan sehingga dapat dilestarikan. Peneliti telah melakukan kegiatan observasi terkait dengan budaya lawasan khususnya yang ada di Yogyakarta. Di wilayah Yogyakarta terdapat beberapa kegiatan yang mengangkat budaya lawasan dan juga tempat/lokasi yang menjual barang-barang lawasan yang banyak diburu atau dicari oleh pecinta seni barang-barang lawas. Berikut ini adalah beberapa sentra lawasan di Yogyakarta yang menjual berbagai macam barang lawasan:

1. Pasar Kangen

Kegiatan Pasar Kangen diselenggarakan rutin setiap tahun di Taman Budaya Yogyakarta. Pada event Pasar Kangen terdapat pedagang kuliner yang menjual makanan tempo dulu agar sesuai dengan semangat lawasan yang menjadi tema kegiatan. Makanan tradisional yang dijual diantaranya adalah gator, lupis, ketan, wedang uwuh, walang goreng, sate koyor, pecel, jamu dan makanan tradisional lainnya. Dalam kegiatan Pasar Kangen tersebut juga terdapat pengrajin yang menjual barang-barang antik, dan juga seniman tradisi yang menghibur pengunjung yang datang.

Pada kegiatan Pasar Kangen, peneliti fokus pada kegiatan jual beli barang lawasan. Barang-barang yang dijual tersebut diantaranya adalah buku lawas, lukisan, kaset/ CD lagu lawas, barang-barang antik, barang elektronik lawas dll. Pada saat peneliti datang ke tempat pedagang yang

menjual barang-barang lawas, tampak banyak pengunjung yang datang untuk melihat-lihat barang lawasan. Pembeli melihat-lihat barang dan tampak terjadi interaksi antara penjual dan pembeli bahkan sampai terjadi tawar menawar harga. Jika harga disepakati maka terjadilah jual beli. Menurut peneliti, barang-barang lawasan yang dijual di Pasar Kangen cukup beragam dengan jumlah pedagang yang cukup banyak, calon pembeli dapat menentukan pilihan barang yang akan dibelinya. Harga yang dijual bervariasi tergantung dari jenis barang, tingkat kesulitan mendapatkan barang tersebut, semakin sulit barang didapat dan bernilai seni tinggi tentu saja barang tersebut mempunyai nilai jual yang mahal.

Berikut ini adalah beberapa foto terkait dengan aktivitas kegiatan jual beli barang lawasan yang ada di Pasar Kangen, Taman Budaya Yogyakarta:

Gambar 3.1 Pedagang Barang Lawasan di Pasar Kangen



Sumber: Data Dokumentasi Pribadi, 2019.

Gambar 3.2 Pedagang Barang Lawasan di Pasar Kangen



Sumber: Data Dokumentasi Pribadi, 2019.

Gambar di atas tampak pedagang barang lawasan menata barang dagangannya dan pembeli berlalu lalang melihat barang yang dijual. Pembeli tampak berlalu lalang melihat-lihat barang-barang dagangan yang dijual oleh pembeli. Tampak beberapa kali terjadi tawar menawar harga barang antara penjual dan pembeli.

Pada saat observasi berlangsung, peneliti tampak memperhatikan bahwa pembeli yang datang dari berbagai kalangan dan memiliki tujuan yang berbeda-beda datang berkunjung ke stand yang menjual barang lawasan. Dari hasil wawancara peneliti dengan salah satu pengunjung (Inisial A, mahasiswa), dapat diketahui bahwa A berkunjung ke Pasar Kangen untuk mencoba makanan tradisional yang dijual dan melihat ada stand yang menjual barang lawasan yang membuatnya tertarik untuk melihat-lihat barang apa saja yang dijual, akan tetapi A tidak sampai untuk membeli barang lawasan yang dijual. Wawancara selanjutnya peneliti dengan pengunjung (Inisial B, pekerja swasta), dapat diketahui bahwa

tujuan B datang untuk melihat stand barang lawasan adalah untuk melihat barang lawasan yang dijual. Kebetulan B adalah penyuka barang lawasan, karena menurutnya barang lawasan tidak selalu merupakan barang yang sudah lama dan mempunyai fungsi yang maksimal. B membeli barang berupa CD lagu-lagu lawas yang menjadi, kesukaannya dan kebetulan B adalah kolektor benda-benda unik dan bahkan benda-benda pada beberapa periode yang lalu dan sekarang sudah tidak diproduksi kembali.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan penjual barang lawasan di stand barang lawasan Pasar Kangen. Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada penjual barang lawasan (Ibu Cici) dapat diketahui bahwa penjual barang lawasan mendapatkan barang-barang lawasan dari hasil mencari barang lawasan di berbagai daerah tidak hanya di wilayah Yogyakarta bahkan sampai ke daerah lain. Penjual menyatakan bahwa untuk pembeli barang lawasannya berasal dari berbagai kalangan, bahkan dari kalangan kelas atas pun banyak juga yang mencari barang lawasan terutama untuk koleksi, sedangkan untuk kalangan di bawahnya seperti kalangan menengah ke bawah biasanya mencari barang lawasan untuk kepentingan/digunakan pribadi karena barangnya harga lebih murah akan tetapi masih memiliki fungsi yang baik.

2. Pasar Klithikan

Peneliti melakukan observasi tentang penjual barang lawasan yang ada di Pasar Klithikan, Yogyakarta. Berikut ini adalah gambar dari suasana di dalam Pasar Klithikan:

Gambar 3.3 Tampak Dalam Pasar Klithikan, Yogyakarta



Sumber: Data Dokumentasi Pribadi, 2019.

Pasar Klithikan merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli barang lawasan/kuno, bekas, walaupun ada juga pedagang yang menjual barang baru. Pasar Klithikan berada di Jalan HOS. Cokroaminoto No. 34, Kuncen, Kasihan, Bantul, DIY. Pasar Klithikan ini bermula pada tahun 1998 dimana sebelumnya penjual berjualan di Jalan Mangkubumi, Pasar Kranggan, alun alun yang kemudian direlokasi. Selanjutnya, Bapak walikota mempunyai keinginan untuk membuat pedagang mempunyai aktivitas berjualan kembali sehingga gerak ekonomi berjalan kembali dengan membangun Pasar Klithikan yang diresmikan pada tanggal 11 November 2007. Pembangunan Pasar Klithikan ini membuat pedagang menjadi lebih tertata dan pasar mempunyai bangunan yang memadai, fasilitas penunjang bagi pembeli dan pedagang.

Dari hasil observasi yang peneliti lakukan dapat diketahui bahwa Pasar Klithikan Yogyakarta sudah tertata rapi dengan bangunan tingkat permanen. Pasar Klithikan ditata dengan stand-stand bentuk toko yang dapat disewa oleh penjual untuk menawarkan barang dagangannya kepada pembeli yang datang. Pasar Klithikan sudah sejak lama dikenal sebagai tempat yang menjual barang lawasan dan juga barang bekas yang layak pakai. Dari hasil observasi penulis di

beberapa stand tampak barang-barang yang dijual seperti jam tangan, keris, uang kuno, hiasan antik, barang elektronik lawas yang semuanya masih berfungsi dengan baik.

Barang yang dijual diperoleh dari hasil jual beli dari masyarakat yang memiliki barang tersebut, ataupun juga penjual yang mencari secara langsung. Harga yang dijual pun sesuai dengan kondisi dari barang tersebut. Penjual di pasar ini pun juga tidak hanya menjual barang yang lawasan, akan tetapi menjual barang yang sedang trend akan tetapi bukan barang baru (second/KW) seperti jam tangan. Penjual di pasar Klithikan menerima barang untuk dibeli dan kemudian dijual kembali, asalkan sama-sama cocok antara harga dengan jenis, kualitas barang yang dijual.

Peneliti mewawancarai salah satu pembeli yang ada di Pasar Klithikan (Bapak Edi) dimana pembeli tersebut memilih membeli barang di Pasar Klithikan dikarenakan suka mengoleksi barang bekas akan tetapi memiliki merek yang baik/kualitas baik serta harganya murah dibandingkan dengan membeli di tempat lain. Belanja di Pasar Klithikan juga memungkinkan pembeli dapat melihat-lihat banyak barang yang akan dibeli dengan harga dan kualitas yang bermacam-macam sehingga tinggal mencari yang cocok saja. Hasil wawancara peneliti dengan pembeli di Pasar Klithikan (Bapak Triyanto) menyatakan bahwa datang ke Pasar Klithikan karena ingin memiliki barang-barang antik dan bersejarah dengan harga murah sehingga dapat dikoleksi pribadi atau nantinya dapat dijual kembali. Berikut ini adalah beberapa aktivitas penjual yang ada di Pasar Klithikan Yogyakarta:

Gambar 3.4 Penjual Barang Lawasan di Pasar Klithikan, Yogyakarta



Sumber: Data Dokumentasi Pribadi, 2019.

Gambar 3.5 Penjual Barang Lawasan di Pasar Klithikan, Yogyakarta



Sumber: Data Dokumentasi Pribadi, 2019.

3. Pasar Senthir Yogyakarta

Pasar Senthir berada di Jalan Pabringan Selatan, Ngupasan, Gondomanan, Yogyakarta. Lokasi Pasar Senthir ini persisnya adalah di sebelah selatan Pasar Beringharjo dan hanya berjualan pada malam hari jika cuaca sedang cerah (tidak hujan). Pasar Senthir merupakan pasar barang bekas yang sudah ada sejak puluhan tahun yang lalu, dimana dahulu para pedagang hanya mengandalkan *senthir* sebagai penerangan, maka dari itu dinamakan Pasar Senthir. Aktivitas yang ada di pasar adalah jual beli tawar menawar barang bekas/lawasan. Siapapun dapat berjualan di Pasar Senthir, dengan persyaratan membayar uang retribusi setiap bulannya sesuai dengan jumlah yang ditentukan oleh Paguyuban.

Beberapa barang yang dijual diantaranya adalah buku, majalah bekas, handphone bekas, aneka barang elektronik seperti kipas angin, radio, setrika, dll, uang koin kuno, kaset, onderdil motor/mobil bekas.

Gambar 3.6 Aktivitas Penjual dan Pembeli di Pasar Senthir



Sumber: Data Dokumentasi Pribadi, 2019.

B. Narasumber

1. Mas Bim

Mas Bim berusia 27 tahun yang menyukai barang lawasan karena hobi. Mas Bim suka mempelajari barang-barang lawasan yang dibelinya dan belajar dari pengalamanan. Barang lawasan yang dikoleksi diantaranya adalah kepingan kaset, piringan hitam lawas. Mas Bim merupakan penyuka barang lawasan dan biasa membeli barang lawasan di teman, pasar loak/rongsokan.

Mas Bim menyukai barang lawasan karena lebih menghormati sejarah misal menyukai radio boombox. Jika tidak ada radio tersebut maka tidak ada *breakdance* yang setiap sore dibawa ke jalan, lapangan untuk menari. Jadi menyukai barang lawasan lebih kepada menghargai sejarah yang ada.

2. Bapak Jaelani (49 tahun)

Bapak Jaelani merupakan pemilik homestay di daerah Patuk, Gunung Kidul. Bapak Jaelani membeli barang lawasan untuk kepentingan homestay yang dikelolanya, diantaranya adalah kursi taman, pemanis/hiasan eksterior. Bapak Jaelani lebih memilih untuk membeli barang lawasan karena kualitas masih bagus, model nya klasik. Barang lawasan yang dibeli akan digunakan untuk hiasan di homestay nya karena menjadi daya tarik bagi pengunjung, dimana pada saat ini pengunjung lebih menyukai suasana lawasan dibandingkan dengan tempat menginap berkonsep modern.

3. Bapak Mardi

Bapak Mardi suka membeli barang lawasan di Pasar Klitikan, Yogyakarta. Apabila belum ada barang dibeli, aktivitas di Pasar Klitikan dianggap sambil jalan-jalan, berkeliling. Bapak Mardi

membeli barang lawasan karena kualitasnya lebih bagus, jangka waktu lebih lama. Barang lawasan yang dikoleksi Bapak Mardi diantaranya adalah jam tangan

4. Pak Muhammad (30 tahun)

Bapak Muhammad memiliki ketertarikan pada barang lawasan berupa batu. Bapak Muhammad membeli batu karena menyukai seni dan mengikuti sunnah Rasul. Batu lawasan yang dibeli Bapak Muhammad bermacam-macam bentuk dan model karena untuk dikoleksi. Bapak Muhammad juga ikut komunitas pecinta baru untuk mendukung kesukaannya mengoleksi baru lawas

5. Mas Dodi (43 tahun)

Mas Dodi adalah kolektor barang yang terbuat dari kuningan lawas. Alasan menyukai kuningan lawas karena mempunyai nilai seni tinggi dan memiliki nilai jual yang tinggi. Mas Dodi membeli barang lawasan karena memiliki nilai jual kembali dan kualitasnya lebih bagus.

BAB III
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penulis telah melakukan pengambilan data di lapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara terhadap informan penelitian. Pengambilan data tersebut terkait dengan pokok permasalahan yang diteliti pada penelitian ini yaitu gaya hidup lawasan pada masyarakat kelas menengah di Yogyakarta. Berikut ini adalah data identitas dari informan penelitian:

Tabel 3.1 Data Identitas Informan Penelitian

Nama	Keterangan
Bapak Muhammad	Kolektor batu akik
Mas Dodi	Kolektor kuningan
Bapak Jaelani	Pemilik homestay
Bapak Mardi	Kolektor jam
Mas Baim	Kolektor piringan hitam, CD, kaset lawas

Sumber: Data Primer, 2020.

Hasil penelitian yang telah penulis lakukan, penulis uraikan dalam sub bab berikut ini:

A. Hasil Penelitian

1. Konsumsi Masyarakat terhadap Barang Lawasan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah penulis lakukan dapat diketahui bahwa masyarakat kelas menengah mengkonsumsi barang lawasan yang terdiri dari berbagai macam jenis barang. Bapak Muhammad mempunyai koleksi batu akik yang sempat banyak disukai oleh masyarakat pada beberapa waktu yang lalu. Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa Bapak Muhammad mengoleksi batu akik jauh sebelum batu akik kemudian menjadi viral dan redup saat ini. Bapak Muhammad sampai sekarang masih setia untuk koleksi batu akik dan

terus untuk menambah koleksi yang dimilikinya. Berikut kutipan wawancara penulis:

> "Ini mas saya itu kan suka koleksi batu akik, dari dulu sebelum viral sampai sekarang udah banyak ditinggalkan tapi kenapa ya saya koq tetap suka aja, karena hobi saya kumpulin batu akik makanya setiap ada rejeki dan waktu luang saya coba jalan-jalan kesini lihat-lihat batu akik" (Hasil wawancara dengan Bapak Muhammad, selaku pengumpul batu akik)

Alasan Bapak Muhammad menyukai batu akik adalah karena batu memiliki bentuk yang unik, wujudnya ada yang besar dan kecil. Batu akik yang dikoleksi dicari dengan harga yang standar sehingga tidak memberatkan dan koleksi yang dimiliki dapat banyak. Untuk barang yang dibeli pun tidak harus setiap bulan membelinya sehingga tidak mempunyai target harus mampu untuk mengoleksi berapa buah batu akik. Bapak Muhammad mengakui bahwa membeli barang lawasan yaitu batu akik jika ada kegiatan pameran, atau waktu senggang untuk berjalan-jalan seperti ke Pasar Klithikan, Pasar Senthir untuk melihat barang-barang lawasan lainnya dan juga batu akik. Jika ada barang batu akik yang disukai dan kebetulan belum mempunyai sebelumnya serta harga yang ditawarkan sudah disepakati maka Bapak Muhammad tidak segan-segan untuk membelinya. Berikut adalah kutipan wawancaranya:

> "Saya gak pasti juga mas, misal tiap bulan harus beli gitu enggak juga, atau pas ada uang lalu beli tidak juga, tapi saya lihat-lihat dulu saja sekalian jalan-jalan kalau ada yang cocok ya beli" (Hasil wawancara dengan Bapak Muhammad, selaku pengumpul batu akik)

Informan selanjutnya yaitu Mas Dodi yang mempunyai hobi mengoleksi barang-barang dari kuningan. Mas Dodi selain sebagai kolektor kuningan juga mempunyai pekerjaan sebagai pengepul kuningan. Oleh karena itu setiap harinya Mas Dodi mencari kuningan untuk dikumpulkan dan juga ada yang dijual kembali. Berikut kutipan wawancara penulis:

> “Oh ya saya sering tuh mas beli barang kuningan disini karena saya pengepul kuningan dan butuh banyak sekali barang-barang yang terbuat dari kuningan nanti bisa saya koleksi karena saya juga penyuka kuningan ada juga kuningan yang bisa saya jual lagi ke orang lain kalau harganya cocok biasanya saya lepas” (Hasil wawancara dengan Mas Dodi selaku kolektor kuningan)

Mas Dodi menyatakan bahwa mengkonsumsi barang lawasan berupa barang kuningan dikarenakan memiliki nilai seni yang tinggi. Terlebih bagi barang kuningan yang ada ukiran dan dibuat dengan manual dengan keahlian tangan manusia sehingga masing-masing barang bisa berbeda-beda. Hal inilah yang membuat barang kuningan unik dan harganya mahal. Berikut kutipan wawancaranya:

> “Saya suka barang lawasan karena memiliki nilai seni yang tinggi, dan saya suka sekali kuningan yang ada ukirannya karena dibuat dengan tangan, pengrajin membuat kuningan dengan tangannya sehingga punya kualitas baik dan antar satu ukiran kuningan dengan ukiran lainnya kalau dibuat dengan tangan pasti berbeda jadi gak bisa semua sama, itulah yang buat harganya mahal karena keunikannya dan tidak bisa dibuat sama” (Hasil wawancara dengan Mas Dodi selaku kolektor kuningan)

Barang kuningan yang diperoleh oleh Mas Dodi dikumpulkan untuk koleksi sendiri jika ada yang disukai, lainnya adalah untuk dapat dijual kembali ke orang-orang yang juga menyukai barang-barang dari kuningan. Untuk barang kuningan lawasan yang dibelinya diperoleh dari Pasar Klithikan yang rutin dikunjunginya, sementara itu untuk barang baru dapat dibeli di Pasar Beringharjo atau di daerah Bayat Klaten ada pengrajin yang siap menerima pesanan barang dari kuningan.

> “Saya biasanya ke pasar Klithikan sini mas kalau mau cari kuningan yang bekas-bekas, kalau mau cari yang masih baru di Beringharjo banyak tapi ya itu harganya pasti juga lebih mahal. Atau juga saya sering datang ke rumah-rumah yang rumah kuno, rumah tua gitu kalau ada barang-barang kuningan saya beli, atau saya datang ke sana di daerah Bayat Klaten disana banyak juga yang produksi kuningan kita bisa pilih banyak model atau pesan model kita maunya model yang

gimana semua ada" (Hasil wawancara dengan Mas Dodi selaku kolektor kuningan)

Informan penulis yang ketiga yaitu Bapak Jaelani adalah pemilik homestay yang mempunyai kesukaan untuk mengoleksi barang-barang lawasan untuk dekorasi homestay yang dimilikinya. Hasil wawancara penulis dengan Bapak Jaelani menyatakan barang-barang lawasan yang dibelinya adalah untuk konsumsi atau keperluan bagi homestay yang dimilikinya. Beberapa barang yang dibelinya diantaranya adalah kursi, pajangan, hiasan taman. Berikut kutipan wawancara penulis:

"Saya beli barang-barang untuk keperluan homestay mas, ada kursi taman, pajangan ruang tamu, hiasan outdoor yang bernuansa etnik, kebetulan saya buka homestay di daerah Piyungan Gunung Kidul" (Hasil wawancara dengan Bapak Jaelani selaku pemilik homestay)

Bapak Jaelani menyatakan bahwa barang lawasan yang dikonsumsi dicari yang etnik sehingga dapat menambah kesan homey di *homestay*. Bapak Jaelani sengaja mencari konsep yang berbeda dengan hotel pada umumnya yang mengusung tema modern minimalis sehingga bisa menjadi pembeda dan keunggulan yang ditawarkan. Hal ini didukung dengan adanya pajangan-pajangan barang lawasan yang dibelinya. Berikut kutipan wawancaranya:

"Kalau saya yang saya cari itu etnik nya, saat ini homestay yang disukai yang menghadirkan suasana yang etnik dengan barang-barang lawasan sehingga kesannya itu *homey*, itu yang disukai karena belum banyak yang ngangkat tema itu, kalau yang modern minimalis kan banyak itu kayak di hotel-hotel besar itu, makanya kita cari konsep yang beda sehingga bisa jadi pembeda, kalau sama kita jelas kalah saing dengan hotel-hotel besar itu" (Hasil wawancara dengan Bapak Jaelani selaku pemilik homestay)

Bapak Jaelani menyatakan barang-barang lawasan yang dibelinya tidak dibeli secara rutin hanya pada saat dibutuhkan saja, seperti

ingin ganti suasana homestay ataupun jika sudah waktunya barang yang ada diganti sehingga kualitas sarana yang ada di homestay tetap terjaga. Berikut kutipan wawancaranya:

> "Saya ini pakai saya pakai sendiri di homestay yang saya kelola, untuk ganti suasana, dan saya pas lihat-lihat kok kayaknya bagus kalau ditaruh di taman ini kursinya, ada lampu gantung juga, barang-barang untuk keperluan homestay biasanya saya beli disini untuk hiasannya. Ya di pasar mas yang jual barang lawasan dan kebutuhan untuk homestay ini, biasanya saya langsung kesini kalau pas butuh. Waktunya gak tentu mas, setiap ada yang perlu diganti, atau mau ada penambahan interior pasti kembali lagi kesini, biar gak bosan juga pengunjung kalau suasananya itu-itu saja, sehingga membuat suasana yang berbeda ditambah dengan ornament-ornamen dari barang lawasan yang sesuai dengan konsep homestay yang saya kelola" (Hasil wawancara dengan Bapak Jaelani selaku pemilik homestay)

Bapak Mardi sebagai informan penelitian ini menyatakan bahwa suka untuk mengoleksi jam tangan lawasan. Jika ada waktu Bapak Mardi senang untuk jalan-jalan ke Pasar Klitikan untuk melihat-lihat jam tangan. Bapak Mardi menyatakan bahwa membeli barang lawasan karena harganya jauh lebih murah dibandingkan dengan membeli barang yang baru. Bapak Mardi menyukai model jam tangan klasik yang saat ini sudah tidak diproduksi lagi sehingga Bapak Mardi senang berburu jam tangan lawasan dengan model yang klasik, unik. Berikut kutipan wawancara penulis:

> "Ya karena dari segi harga ya jauh lebih miring ya daripada kalau beli yang model sekarang pasti harganya berkali-kali lipat, selain itu juga ada model yang saya suka tapi sudah gak diproduksi lagi sekarang makanya saya cari model itu di pasar klitikan ini mas" (Hasil wawancara dengan Bapak Mardi, pengoleksi jam tangan lawas)

Bapak Mardi membeli jam tangan lawasan biasa di Pasar Klithikan karena merasa nyaman dengan kondisi pasar sesudah direvitalisasi oleh pemerintah daerah sehingga pasar lebih luas. Hal

ini berdampak pada jumlah pedagang yang semakin banyak sehingga banyak pilihan barang yang dapat dibeli di Pasar Klithikan ini.

Informan penulis selanjutnya yaitu Mas Baim adalah seorang kolektor piringan hitam dan CD musik lawas. Mas Baim menyukai piringan hitam, CD lawas karena suka dengan musik-musik lawas pada saat Mas Baim masih kecil, sekolah. Untuk mengenang musik kenangan tersebut maka Mas Baim membeli piringan hitam atau CD lawas sehingga dapat diputar untuk dinikmati musik-musiknya. Berikut kutipan wawancara penulis dengan Mas Baim:

> "Saya koleksi piringan hitam mas, CD musik lawasan, kaset lawasan mas karena memang saya penyuka musik –musik lagu lama. Ya karena tadi saya suka lagu lama sehingga untuk mengulang memori akan lagu lama yang pada masanya dulu pernah berjaya saya membeli piringan hitam, CD atau kaset" (Hasil wawancara dengan Mas Baim, kolektor piringan hitam, CD, kaset lawas).

Mas Baim menyatakan bahwa membeli barang lawasan sesuai dengan kebutuhan saja, karena a koleksinya juga sudah cukup lama sehingga koleksi juga sudah cukup banyak. Mas Baim bahkan mempunyai lemari penyimpanan khusus untuk menata koleksinya tersebut agar tertata rapi dan masih tetap bagus, bebas dari debu dan kotoran juga untuk dijadikan pajangan.

2. Kualitas Barang Lawasan yang Dibeli

a. Kualitas Barang

Kualitas dari barang lawasan yang dibeli oleh informan dari hasil wawancara penulis dapat diketahui adalah mayoritas menyatakan cukup baik, tidak pernah kecewa dengan barang yang sudah dibeli karena secara detail diperiksa terlebih dahulu sebelum memutuskan membelinya. Jika ada kekurangan, konsumen sudah mengetahui terlebih dahulu sehingga setelah membeli tidak melakukan komplain kepada penjual.

Hasil wawancara penulis dengan Bapak Muhammad dapat diketahui bahwa untuk kualitas barang yang dibelinya selama ini sudah cukup baik. Hal ini dikarenakan Bapak Muhammad sudah memiliki toko langganan untuk membeli batu akik sehingga jika membutuhkan selalu membeli di tempat yang sama. Batu akik yang memiliki kualitas baik pun walau dalam jangka waktu yang lama akan tetap awet tidak berubah asal rajin untuk merawat jangan sampai terkena debu. Berikut kutipan wawancaranya:

> "Kalau kualitas barang ya saya beli selama ini ya mas alhamdulilah kualitasnya bagus ya mas, saya biasanya kalau cari di pasar sini sudah punya langganan sendiri dan selama ini syukur gak pernah kecewa, saya selalu puas makanya selalu kembali kesini lagi, kalau kualitasnya bagus pasti awet dan pasti bisa tahan lama mas disimpan sampai beberapa tahun lagi juga masih bagus, semakin lama kan barang-barang yang seperti ini akan selalu diburu dan harganya selalu naik" (Hasil wawancara dengan Bapak Muhammad, selaku pengumpul batu akik)

Kualitas barang lawasan yang dimiliki oleh informan selanjutnya dalam penelitian ini yaitu Mas Dodi, dari hasil wawancara penulis menyatakan bahwa kualitas barang yang diperoleh selama ini bagus dan tidak mengecewakan. Hal ini dikarenakan Mas Dodi membeli langsung barang dari penjual atau tangan pertama sehingga dapat mengetahui jika ada kondisi barang yang cacat. Oleh karena itu Mas Dodi dapat memilih barang yang masih dalam kondisi baik terutama untuk yang dijual kembali. Berikut kutipan wawancaranya:

> "Selama ini ya saya membeli barang kuningan saya dapat bagus belum pernah saya kecewa, karena apa karena saya datang langsung ke yang jual, jadi gak beli lewat pesan online gitu, semua saya pegang saya amati ukirannya gimana, kondisinya ada yang cacat atau tidak ada yang retak apa gak kuningannya, kalau ada yang gak sesuai kan saya gak jadi beli bisa pilih yang lainnya. Jadi kalau saya kualitas barang menjadi nomor satu karena itu yang bisa kita jual nantinya, kalau kualitas gak bagus nanti kita simpan, kita koleksi mudah rusak, kalau yang bagus juga pasti nanti nilai jual nya tinggi lagi, apalagi yang jarang ada model ukiran kuningannya pasti banyak diburu kolektor" (Hasil wawancara dengan Mas Dodi selaku kolektor kuningan)

Menurut Mas Dodi barang lawasan yang dibelinya dengan mendatangi langsung penjual juga tidak selalu mendapatkan hasil yang bagus, akan tetapi juga ada yang terkadang barangnya mempunyai ciri khas seperti sudah berkarat, atau ada barang kuningan yang retak, pecah. Kerusakan ini adalah wajar karena merupakan barang lawasan yang umurnya juga sudah lama. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi setiap barang, sehingga setiap barang memiliki keunikan sendiri-sendiri:

> "Barang lawasan yang saya beli karena saya datang langsung ke tempat yang jual ya menurut saya barang layak dijual atau dipakai sendiri, karena barang lawasan kuningan saya beli biasanya untuk pajangan karena kalau kuningan itu warnanya gak bisa tahan lama, mungkin ada barang yang sudah karatan, ada barang yang pecah itu saya anggap wajar karena barangnya juga udah lama, tapi itu yang bikin unik dan antik sehingga banyak diburu orang-orang yang tahu tentang kuningan" (Hasil wawancara dengan Mas Dodi selaku kolektor kuningan)

Informan lainnya dalam penelitian ini yaitu Bapak Jaelani menyatakan bahwa terkait dengan kualitas barang lawasan yang dibelinya selama ini mendapatkan kualitas yang bagus. Bapak Jaelani membeli barang lawasan dari material kayu yang berkualitas sehingga dapat bertahan lama tidak dimakan oleh rayap. Oleh karena itu dengan kualitas yang baik, barang lawasan yang dibelinya memiliki harga yang cukup mahal. Berikut kutipan wawancaranya:

> "Kualitasnya bagus ya dari segi bahan kayu juga awet gak dimakan rayap, serat kayunya jelas, itu yang jadi ciri khas dan banyak dicari karena kayunya awet makanya barang lawasan itu mahal dibandingkan barang buatan sekarang" (Hasil wawancara dengan Bapak Jaelani selaku pemilik homestay)

Hasil wawancara penulis dengan informan Bapak Mardi menyatakan bahwa selama membeli barang lawasan berupa jam belum pernah merasa kecewa karena kondisi barang yang dibeli masih berfungsi dengan baik dan tampilan masih baik. Hanya saja Bapak Mardi memiliki pengalaman yang kurang baik karena pernah

ditipu oleh orang yang menukar jam tangannya dengan handphone yang ternyata kualitas buruk. Berikut kutipan wawancara penulis:

> "Selama ini saya beli saya gak pernah kecewa mas, tapi mungkin dulu pernah ya saya ketipu ada orang yang suka dengan jam yang saya miliki, akan tetapi tidak dengan uang belinya tapi orang itu minta tukeran dengan hape yang dia miliki, karena saya gak teliti hape yang dia kasihkan ke saya ternyata kualitasnya gak bagus, ada beberapa bagian yang tidak normal dipakainya, disinilah saya pernah ketipu saya kehilangan jam saya malah dapatnya hape yang tidak sesuai dengan ekspektasi saya" (Hasil wawancara dengan Bapak Mardi, pengoleksi jam tangan lawas)

Informan penulis Mas Baim juga menyatakan hampir sama dengan yang dinyatakan oleh Bapak Mardi, bahwa Mas Baim selama membeli barang lawasan belum pernah merasa kecewa. Berikut kutipan wawancara penulis:

> "Bagus mas, selama ini saya beli belum pernah kecewa, kalau barang nya *limited edition* malah harganya mahal sekali jadi bisa dijadikan koleksi nanti beberapa tahun yang akan datang bisa mahal harganya karena barangnya terbatas, pernah dulu ada grub band yang dia cuman ngeluarkan piringan hitam itu hanya 10 keping, ya udah hanya 10 orang yang bisa memilikinya, makanya kalau sekarang ada yang jual harganya bisa mahal bisa berkali lipat dari harga yang dibayarkan dulu" (Hasil wawancara dengan Mas Baim, kolektor piringan hitam, CD, kaset lawas)

Mas Baim menyatakan bahwa barang lawasan yang dibelinya termasuk berharga mahal karena ada yang dikeluarkan dalam edisi terbatas. Hal ini dapat menjadi sebuah investasi, karena nanti kedepannya jika dijual akan mengalami peningkatan harga yang tinggi.

b. Cara Konsumen Memilih Barang Lawasan

Penipuan barang lawasan kerap saja terjadi dikarenakan masyarakat selaku pembeli kurang berhati-hati. Terlebih bagi barang lawasan yang memiliki nilai jual kembali yang tinggi, unik dan jarang ada. Dari hasil wawancara penulis dengan informan

penelitian dapat diketahui bahwa untuk membeli barang lawasan harus diteliti betul sehingga tidak akan tertipu, oleh karena itu ketelitian dibutuhkan untuk membedakan dari yang palsu. Bapak Muhammad menyatakan biasanya untuk mencari barang yang berkualitas bagus dan menghindari kecurangan maka Bapak Muhammad sudah memiliki toko langganan yang sudah dipercaya untuk menghindari barang palsu sehingga dapat merugikan konsumen. Berikut kutipan wawancaranya:

> "Alhamdulilah mas saya belum pernah ketipu kalau beli barang-barang lawasan, apalagi batu kalau yang gak tahu betul teliti betul bisa ketipu karena yang asli dan yang palsu mirip, hampir sama, kita teledor sedikit bisa keliru, makanya harus pandai memilih, cari referensi biar bisa dapat barang bagus dimana, belum tentu yang harga mahal lalu asli, siapa tahu saja kita tertipu gak ada yang tahu, makanya saya suka langganan beli kalau cari batu jadi cari penjual yang sudah kita percaya" (Hasil wawancara dengan Bapak Muhammad, selaku pengumpul batu akik)

Cara menghindari tertipu barang lawasan yang dibeli juga disampaikan oleh Mas Dodi yang menyatakan bahwa pengalaman adalah hal berharga. Oleh karena itu dengan pengalaman yang dimilikinya dapat menambah pengetahuan yang dimiliki untuk mengetahui ciri barang kuningan yang berkualitas. Mas Dodi kurang lebih sudah satu tahun berkecimpung dalam bisnis barang kuningan dan terus belajar tentang barang-barang dari kuningan. Mas Dodi menggunakan feeling/perasaan yang dimiliki, jika feelingnya baik dan harga yang ditawarkan cocok maka barang kuningan tersebut dibeli. Berikut kutipan wawancaranya:

> "Saya juga udah sekitar setahun ini geluti beli kuningan mas, jadi sedikit juga tahu kuningan yang bagus yang kayak gimana, punya feeling ini kayaknya layak dijual lagi atau enggak, kalau feelingnya gak dapat ya saya gak beli, cocok harga juga berpengaruh ya…" (Hasil wawancara dengan Mas Dodi selaku kolektor kuningan)

Bapak Jaelani menyatakan bahwa untuk menjaga kualitas dari barang lawasan yang dibelinya, dan selalu untuk datang langsung ke tempat toko yang menjual barang lawasan. Selain untuk dapat memilih jenis barang yang akan dibeli, sebagai konsumen juga dapat melihat bagaimana kondisi barang secara langsung. Bapak Jaelani yang banyak membeli barang dari gerabah, kayu sangat rentang rusak sehingga dengan datang langsung bisa memilih sesuai dengan keinginan. Oleh karena itu selama ini Bapak Jaelani selalu mendapatkan barang yang berkualitas walaupun merupakan barang lawasan. Berikut adalah kutipan wawancara penulis dengan Bapak Jaelani:

> "Kalau saya karena saya datang langsung kesini melihat secara langsung jadi saya percaya kualitasnya, layak apa gak, saya lihat, saya raba permukaannya ada yang pecah atau tidak karena kebanyakan barang-barang saya beli missal dari bahan gerabah, kayu yang mudah pecah dan terkena rayap sehingga bisa saja nanti kalau gak di cek ada yang pecah atau berlubang-lubang karena rayap kayu. Selama ini sih saya belum pernah saya mas kalau dapat barang yang gak bagus, karena selama ini saya datang langsung ke penjual sini kalau ada yang saya butuhkan, kalau pas ada bisa langsung dibawa pulang, kalau gak ada bisa dicarikan dulu itulah senengnya saya belanja cari keperluan homestay disini" (Hasil wawancara dengan Bapak Jaelani selaku pemilik homestay)

Barang lawasan yang dikoleksi oleh informan penelitian Bapak Mardi rawan terjadi tindak pemalsuan. Bapak Mardi yang mempunyai koleksi jam tangan lawas tentu saja harus berhati-hati dalam memilih. Oleh karena itu Bapak Mardi memiliki cara agar terhindar dari pemalsuan barang lawasan. Cara tersebut adalah dengan pintar dan teliti memilih barang. Bapak Mardi biasanya mencari informasi terlebih dahulu bisa melalui internet tentang spesifikasi barang yang akan dibeli, ciri-ciri dan lain sebagainya untuk

menghindari mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan harapan. Berikut kutipan wawancara penulis dengan Bapak Mardi:

> "Kalau sekarang yang penting harus lebih berhati-hati ya mas, karena banyak juga yang ingin ambil keuntungan jadi banyak yang dimanfaatkan, harus pintar pilih barang dan juga banyak referensi caranya kita bisa banyak melihat baik secara langsung ataupun melalui internet itu banyak sekali informasi, karena barang lawasan itu unik barang sama akan tetapi pasti nanti kondisinya bisa berbeda" (Hasil wawancara dengan Bapak Mardi, pengoleksi jam tangan lawas)

Mas Baim sebagai kolektor piringan hitam dan CD lawas menyatakan bahwa dalam memilih barang harus pintar karena barang yang dibelinya mudah rusak. Berikut kutipan wawancara penulis:

> "Kita harus pintar milih ya mas, karena mungkin CD dan kaset itu mudah rusak, tergores sedikit suaranya nanti gak keluar bagus, oleh karena itu sebelum kita beli kita lihat kondisinya dengan detail ada yang rusak tidak, ada yang tergores tidak CD nya, kelengkapan tutup pengaman CD dan kaset biar gak rusak dan kena debu untuk memudahkan penyimpanan kita biar awet" (Hasil wawancara dengan Mas Baim, kolektor piringan hitam, CD, kaset lawas)

Mas Baim menyatakan bahwa untuk mendapatkan piringan hitam dan CD yang berkualitas maka hal yang perlu untuk diperhatikan adalah melihat kondisi barang secara riil. Setelah dibeli agar barang tidak cepat rusak maka disimpan di kotak penyimpangan.

3. Tujuan Mengkonsumsi Barang Lawasan

Konsumsi barang lawasan tentu saja mempunyai tujuan tersendiri. Hal ini dikarenakan barang lawasan berbeda dari barang baru yang berbeda juga dari segi kualitas dan lama (umur) barang. Dari hasil wawancara penulis dengan Bapak Muhammad dapat diketahui bahwa informan konsumsi barang lawasan adalah untuk memenuhi hobinya

mengoleksi batu akik. Oleh karena itu untuk memenuhi hobinya tersebut Bapak Muhammad tidak segan untuk mengeluarkan uang yang juga tidak sedikit. Berikut kutipan wawancara penulis:

> "Ya tadi kalau saya tujuan utamanya untuk memenuhi hobi ya, namanya juga hobi kalau ada sisa sedikit uang ya saya beli untuk koleksi" (Hasil wawancara dengan Bapak Muhammad, selaku pengumpul batu akik)

Informan selanjutnya yaitu Mas Dodi menyatakan bahwa tujuan mengkonsumsi barang lawasan adalah yang utama untuk koleksi pribadi dan juga membeli barang kuningan ada yang untuk dijual kembali. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan keuntungan dari selisih harga beli kuningan dengan harga jualnya kembali.

> "Saya sendiri tak pakai sendiri kalau ada yang saya suka saya pajang saya jadikan koleksi di rumah, kalau ada yang saya beli banyak biasanya tujuannya ya saya jual lagi ya biar bisa saya dapat untung kan lumayan" (Hasil wawancara dengan Mas Dodi selaku kolektor kuningan)

Sementara itu, Bapak Jaelani dalam penelitian ini menyatakan bahwa mengkonsumsi barang lawasan karena adanya kebutuhan untuk mengisi barang-barang di homestay nya. Barang-barang yang dibeli adalah barang lawasan yang dapat mendukung konsep homestay.

> "Ya karena kebutuhan mas jadi saya beli barang-barang lawasan mas" (Hasil wawancara dengan Bapak Jaelani selaku pemilik homestay)

Hal yang sama juga dinyatakan oleh informan penulis lainnya yaitu Bapak Mardi, yang mempunyai koleksi berbagai macam jenis jam tangan lawas. Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa tujuan Bapak Mardi adalah untuk kebutuhan dalam berpakaian, sehingga membutuhkan aksesoris pelengkap berupa jam tangan. Bapak Mardi menyatakan bahwa dengan dirinya mengoleksi jam tangan membuka hatinya menjadi senang sehingga hal tersebut sangat berpengaruh

dalam kehidupan sehari-hari Bapak Mardi. Berikut kutipan wawancara penulis:

> "Sekali lagi saya hanya menggunakannya sendiri ya mas karena kebutuhan akan jam tangan, saya bepergian, butuh jam tangan biar tau waktu, ya dikoleksi juga untuk kesenangan hati, kalau hati senang kan nanti berdampak pada kehidupan kita sehari-hari" (Hasil wawancara dengan Bapak Mardi, pengoleksi jam tangan lawas)

Mas Baim informan penulis selanjutnya menyatakan bahwa mengoleksi barang lawasan untuk mengisi waktu luang yang dimiliki dengan mendengarkan lagu-lagu kenangan. Jika ada kolektor lainnya yang ingin membeli koleksinya, Mas Baim pun tidak segan untuk menjualnya kembali asal harga cocok. Berikut kutipan wawancara penulis:

> "Untuk kebutuhan saja mas untuk mengisi waktu luang saya dengerin musik lawas yang tentunya penuh kenangan ya, kalau ada yang saya koleksi itu untuk hobi saja, juga misal nanti kalau ada yang suka beli dijual kembali" (Hasil wawancara dengan Mas Baim, kolektor piringan hitam, CD, kaset lawas)

4. Pemanfaatan Barang Lawasan

Barang lawasan yang dikonsumsi oleh masyarakat kelas menengah dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhannya. Dari hasil wawancara yang telah penulis lakukan dapat diketahui bahwa pemanfaatan dari barang lawasan dipergunakan untuk kepentingan pribadi yaitu untuk perhiasan untuk menambah percaya diri bagi si pemakainya. Barang berupa batu akik yang dimiliki oleh Bapak Muhammad dikarenakan banyak kemudian untuk dikoleksi, jika pun ada yang ingin memiliki koleksinya informan menyatakan akan menjualnya dengan harga yang menguntungkan. Berikut kutipan wawancaranya:

> “Saya pakai sendiri mas, ya tadi kalaupun ada yang lalu suka dengan koleksi saya ya saya gak menutup kemungkinan untuk jual lagi asal sama sama cocok dan barangnya masih bagus gak ada yang dirugikan ya gak masalah saya” (Hasil wawancara dengan Bapak Muhammad, selaku pengumpul batu akik)

Mas Dodi yang penulis wawancara dalam penelitian ini sebagai seorang kolektor barang kuningan, barang kuningan yang dikoleksinya dimanfaatkan untuk hiasan di rumah. Hal ini untuk memenuhi kecintaan dalam mendekorasi rumah dengan barang dari kuningan sehingga rumah tampak lebih menarik. Berikut kutipan wawancaranya:

> “Saya koleksi kuningan memang, saya pakai sendiri untuk hiasan di rumah, banyak di rumah hiasan saya dari kuningan, yang ukiran biasanya saya taruh di ruang tamu sebagai pemanis ruangan mas” (Hasil wawancara dengan Mas Dodi selaku kolektor kuningan)

Pemanfaatan barang lawasan yang dikonsumsi oleh Bapak Jaelani adalah untuk keperluan pribadi yaitu digunakan sendiri. Sementara itu jika ada tamu homestay yang mempunyai keinginan untuk memiliki barang serupa, maka informan hanya dapat merekomendasikan dimana tempat barang lawasan tersebut dijual. Berikut kutipan wawancaranya:

> “Untuk dipakai sendiri mas, gak untuk dijual lagi, kalau ada tamu yang suka ya paling saya rekomendasikan saja belinya disini, lha tidak untuk dijual kok untuk hiasan memperindah interior dan eksterior” (Hasil wawancara dengan Bapak Jaelani selaku pemilik homestay)

Bapak Mardi sebagai informan menyampaikan bahwa barang-barang yang lawasan yang dimilikinya mayoritas adalah untuk dikenakan pribadi. Hal ini karena Bapak Mardi membeli barang lawasan untuk dikoleksi pribadi. Berikut kutipan wawancara penulis:

> “Iya mas, ya saya pakai sendiri mas untuk koleksi saya pribadi saja, untuk disimpan, dirawat dan dikenakan sendiri, tidak ada niatan saya kemudian untuk dijual-jual lagi, untuk disimpan saja untuk kenang-kenangan” (Hasil wawancara dengan Bapak Mardi, pengoleksi jam tangan lawas)

Mas Baim informan penelitian menyatakan bahwa membeli barang lawasan untuk memenuhi kebutuhan akan lagu-lagu lawas yang saat ini sudah tidak diputar baik di radio atau televisi. Oleh karena itu cara yang dilakukan adalah dengan membeli CD lawas, piringan hitam atau kaset lawas. Berikut kutipan wawancara penulis:

> "Memenuhi kebutuhan saya akan lagu-lagu lawas mas yang sekarang sudah gak ada diputar baik di radio ataupun di televisi, alhasil saya harus cari lewat CD, piringan hitam dan kaset" (Hasil wawancara dengan Mas Baim, kolektor piringan hitam, CD, kaset lawas)

5. Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Mengonsumsi Barang Lawasan

Konsumsi masyarakat terhadap barang lawasan dilatarbelakangi oleh faktor pendorong. Dari hasil wawancara, penulis telah merangkum faktor-faktor berikut ini:

a. Mengikuti *trend* yang ada

Hasil wawancara penulis dengan informan dapat diketahui bahwa terdapat informan yang konsumsi barang lawasan untuk mengikuti perkembangan *trend* yang ada. Hal ini diungkap oleh Bapak Muhammad yang mempunyai hobi koleksi batu akik. Bapak Muhammad menyatakan bahwa koleksi batu akik pada awalnya adalah pada saat itu sedang trend masyarakat koleksi batu akik sehingga banyak orang yang memanfaatkan momen tersebut dengan jual beli batu akik. Akan tetapi *trend* batu akik tersebut tidak berlangsung lama dan kembali meredup. Pada akhirnya hanya orang-orang yang benar-benar menyukai batu akik yang bertahan dan terus untuk menambah koleksinya. Berikut kutipan wawancaranya:

> "Saya pada dasarnya ngikutin *trend* saja mas, dan juga hobi, karena kemarin banyak yang suka batu maka banyak yang jual batu sehingga saya juga beli kalau ada pameran, ke pasar sini

juga banyak yang jual batu, yang jelas saya ngikutin sunnah saja, kalau sekarang mungkin agak kurang ya yang suka batu karena saya lihat kok kayak musiman saja, kemarin booming sekarang meredup" (Hasil wawancara dengan Bapak Muhammad, selaku pengumpul batu akik)

b. Mendapatkan Keuntungan/untuk Investasi

Hasil wawancara penulis dengan informan dapat diketahui bahwa ada informan yang mengoleksi barang lawasan sebagai alat untuk investasi. Jangka panjang barang lawasan yang dimilikinya akan memiliki nilai jual yang semakin tinggi. Barang lawasan pun memiliki nilai investasi yang dapat diperjual belikan kembali. Hal ini dinyatakan oleh Mas Dodi yang mengambil peluang untuk penjualan barang kuningan.

Dari hasil wawancara penulis dengan Mas Dodi dapat diketahui bahwa barang lawasan memiliki kualitas yang baik dan jangka waktunya dapat dipergunakan dalam waktu yang cukup panjang. Hal ini dirasakan berbeda dengan barang-barang yang diproduksi saat ini yang cenderung mudah rusak. Barang kuningan yang dikoleksinya diyakini semakin lama maka akan memiliki nilai jual yang tinggi sehingga menjadi faktor pendorong untuk bisnis investasi barang lawasan yang nantinya akan dijual kembali. Berikut kutipan wawancara penulis:

"Kalau saya sendiri kenapa konsumsi lawasan, yang jelas karena kualitasnya bagus, saya juga heran ya kenapa barang-barang dulu itu awet nya masih sampai sekarang, kalau barang sekarang itu malah gak ada yang awet. Kualitasnya masih bisa dipertahankan sampai sekarang, sehingga nanti kalau dijual lagi bisa punya harga yang cukup tinggi juga kita yang untung nanti" (Hasil wawancara dengan Mas Dodi selaku kolektor kuningan)

"Kalau ada yang saya beli banyak biasanya tujuannya ya saya jual lagi ya biar bisa saya dapat untung kan lumayan, ibaratnya

kita beli 5000, terus kita jual lagi ada yang nawar 8000 ya kita lepas, kecuali nanti kalau barang itu langka yang jangan mudah dilepas, tunggu sampai nanti ada penawaran tertinggi**”** (Hasil wawancara dengan Mas Dodi selaku kolektor kuningan)

c. Adanya Kebutuhan Dekorasi Barang Lawasan

Bapak Jaelani menyatakan bahwa faktor pendorong untuk mengkonsumsi barang lawasan adalah dikarenakan adanya kebutuhan untuk memenuhi dekorasi homestay yang dimilikinya. Hal ini dikarenakan homestay yang dikelola memiliki konsep natural home sehingga dibutuhkan barang lawasan yang mendukung konsep tersebut. Bapak Jaelani membeli barang lawasan yang terbuat dari kayu sehingga awet dapat dipergunakan dalam jangka waktu yang lama. Berikut kutipan wawancara penulis:

> “Ya yang jelas karena kebutuhan ya karena konsep homestay yang saya kelola, saya juga suka barang lawasan karena unsure natural nya itu dapat, barang yang dibuat dulu itu malah lebih bagus kualitasnya, kalau dari bahan kayu maka kayunya masih awet sampai sekarang” (Hasil wawancara dengan Bapak Jaelani selaku pemilik homestay)

d. Kualitas Barang Lawasan yang Tetap Terjaga

Bapak Mardi sebagai informan penelitian menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi untuk menggunakan barang lawasan adalah karena dari segi kualitas barang masih bagus. Bapak Mardi mempunyai anggapan bahwa produksi barang beberapa waktu yang lalu misal di tahun-tahun 90an dan 2000an mempunyai kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan produksi pada tahun yang sekarang. Hal inilah yang mendorong Bapak Mardi untuk membeli barang lawasan. Berikut kutipan wawancara penulis:

> “Saya lebih mengutamakan kualitas mas, barang-barang produksi dulu itu lebih awet dari pada barang produksi

> sekarang ya, dari model ya saya suka yang klasik sehingga gak termakan oleh waktu, mau dipakai kapan pun tetap trendy ya mas" (Hasil wawancara dengan Bapak Mardi, selaku pengoleksi jam tangan)

Bapak Mardi menyatakan bahwa menyukai barang yang utama adalah kualitasnya. Selain itu juga karena Bapak Mardi mempunyai anggapan bahwa model barang yang diproduksi pada masa yang lampau memiliki model yang klasik dan akan dapat dikenakan sepanjang masa.

e. Rasa Cinta terhadap Karya/Seni Lawas

Hasil wawancara penulis dengan informan Mas Baim menyatakan bahwa faktor yang melatarbelakanginya mengoleksi barang lawasan karena kecintaannya akan musik karya/seni Indonesia lawas. Oleh karena itu Mas Baim mengoleksi piringan hitam, CD dan kaset untuk mengulang memori. Pada saat ini memang diakui oleh Mas Baim banyak masyarakat yang mudah untuk mendapatkan musik-musik dengan gratis dengan cara *download* melalui internet. Mas Baim ingin tetap melestarikan musik dengan membeli piringan hitam, CD, kaset untuk membantu perekonomian pedagang barang lawasan. Berikut kutipan wawancara penulis:

> "Ya bermula karena saya suka musik, kecintaan saya akan musik Indonesia yang pernah jaya di masanya, akan tetapi sekarang mulai meredup kalau dulu itu kan booming sekali, orang antri beli CD beli kaset, hampir semua toko kaset itu penuh dan sold out kalau lagunya booming, tetapi sekarang karena sudah era digital CD dan kaset udah gak laku lagi, orang lebih suka *download* gratis dari internet, gak bayar dan mudah operasionalnya di internet" (Hasil wawancara dengan Mas Baim, kolektor piringan hitam, CD, kaset lawas)

B. Pembahasan

1. Penggunaan Barang Lawasan oleh Kalangan Menengah di Yogyakarta

Penelitian yang penulis lakukan terkait dengan gaya hidup lawasan pada masyarakat kelas menengah di Yogyakarta hasilnya telah penulis uraikan dalam sub bab sebelumnya. Gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat (Alwi, 2008: 342). Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian mengenai bagaimana perilaku dari para informan yang diteliti terkait dengan penggunaan barang lawasan yang dikonsumsi sehari-hari.

Kotler dan Amstrong (dalam Rianton, 2012: 56) menyatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Begitu juga yang dinyatakan oleh informan dalam penelitian ini, barang lawasan yang dikonsumsinya tersebut merupakan kesukaan, minat dan ada juga yang menjadi aktivitas harian sebagai pengumpul barang lawasan. Pada kelompok kelas menengah yang penulis wawancarai dapat dilihat bahwa konsumsi barang lawasannya termasuk dalam kategori yang sederhana, diantaranya adalah batu akik, kuningan, barang rumah tangga, jam dan piringan hitam. Barang-barang lawasan yang dikonsumsi oleh informan merupakan barang yang terjangkau oleh kalangan kelas menengah. Barang-barang lawasan tersebut merupakan barang-barang yang digunakan sebagai kebutuhan sehari-hari.

Konsumsi barang lawasan oleh informan dalam penelitian ini telah menjadi suatu perilaku konsumsi dalam kehidupan sehari hari yang dinamakan dengan perilaku konsumen. Peter dan Olson (2000: 23) menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan interaksi pikiran dan perilaku serta peristiwa yang ada di lingkungan sekitar dimana manusia saling terjadinya pertukaran dalam menjalani kehidupan bersama. Kotler dan Keller (2008: 214) menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan

studi tentang seseorang, kelompok atau organisasi untuk dapat menentukan pilihan untuk membeli, mengkonsumsi untuk memenuhi kebutuhan masing-masing.

Pada penelitian ini, perilaku konsumen dapat dilihat dari konsumsi barang lawasan oleh informan. Konsumsi barang lawasan ini telah menjadi perilaku dalam kehidupan sehari-hari informan. Hal ini dibuktikan dengan adanya pembelian berulang oleh informan akan barang-barang lawasan. Dari hasil wawancara penulis terhadap 5 orang informan dapat diketahui bahwa semua informan merupakan pengoleksi barang lawasan. Dari barang-barang yang dikoleksi oleh para informan, semuanya merupakan barang lawas yang dipercaya oleh para informan masih memiliki kualitas yang baik sampai dengan saat ini. Hal ini menunjukkan bahwa informan memiliki keyakinan bahwa barang-barang yang diproduksi pada waktu yang lalu juga ada yang memiliki kualitas yang baik sehingga dapat bertahan sampai dengan saat ini. Desain dari produk barang lawasan juga tidak lekang oleh waktu, sehingga dipergunakan pada masa sekarang pun juga masih layak pakai.

Para informan semuanya memberikan pernyataan bahwa untuk memilih barang lawasan diperlukan ketelitian yang baik, jika tidak maka tidak jarang malah mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan harapan. Oleh karena itu membeli barang lawasan harus benar-benar dicermati dan penuh kehati-hatian. Hal ini karena kondisi sudah lama dimungkinkan barang ada yang kondisinya sudah tidak baik sehingga perlu teliti dalam memilih. Hal inilah yang diyakini oleh para informan dalam pemilihan barang lawasan, karena mayoritas informan yang penulis wawancarai sudah lama menggeluti barang lawasan maka informan sudah hafal terkait dengan bagaimana cara pemilihan barang lawasan, juga sudah memiliki toko langganan sehingga kualitas barang bisa terjamin.

Ketelitian menjadi hal yang penting untuk dilakukan dalam mengecek barang lawasan, jika tidak maka konsumen akan rugi karena pada dasarnya barang lawasan adalah barang lama yang tentu saja kondisinya

sudah tentu tidak sempurna. Kelitian menjadi kunci dalam pemilihan barang sehingga jika ada kerusakan atau kekurangan dapat diketahui di awal dan hal ini tentu saja akan mempengaruhi dari harga jual dari barang lawasan tersebut. Dari hasil wawancara penulis dengan informan dapat diketahui bahwa ada salah seorang informan yang pernah merasa tertipu karena membeli barang lawasan. Informan tersebut adalah pengoleksi jam tangan dan pernah ditukar dengan handphone akan tetapi dikarenakan kurang teliti maka barang yang diterima tidak sesuai dengan ekspektasinya dan mendapatkan kerugian.

Konsumsi barang lawasan sebagai sebuah gaya hidup yang dikonsumsi sehari-hari. Hal ini dikarenakan informasi memiliki kesukaan dari barang lawasan yang dari desain, model barang klasik dan tidak termakan dengan zaman yang modern ini. Para informan meyakini bahwa barang lawasan mempunyai segmen nya sendiri sehingga barang lawasan memang tidak semua masyarakat menyukainya, terutama mungkin bagi anak muda saat ini jarang sekali ada yang menyukai barang lawasan dan lebih menyukai barang-barang baru.

Gaya hidup masyarakat yang menyukai barang lawasan sebagai sebuah gaya hidup, maka akan terus dilakukan karena sudah menjadi pilihan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan menjadi kesenangan yang dilakukan untuk memberikan kepuasan secara psikis. Jika seseorang hatinya senang dengan memenuhi kebutuhannya melalui barang lawasan dan jika tidak dipenuhi maka akan terasa berbeda maka hal ini telah menjadi gaya hidup yang harus dipenuhi dan dilakukan secara terus menerus. Oleh karena itu penggunaan barang lawasan sebagai gaya hidup harus dilakukan secara terus menerus sebagai bentuk perilaku dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Masyarakat yang memilih menggunakan barang lawasan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya tentu memiliki tujuan masing-masing. Dari hasil wawancara penulis dengan informan dapat diketahui bahwa masing-masing informan memiliki tujuan yang berbeda dalam konsumsi

barang lawasan. Mayoritas dari informan yang penulis wawancarai menyatakan bahwa menggunakan barang lawasan adalah untuk memenuhi keinginan, kecintaan dalam menggunakan barang lawasan dan dipergunakan sendiri. Barang lawasan telah menjadi gaya hidup yang dipenuhi oleh informan melalui pembelian barang-barang lawasan.

Dari hasil wawancara penulis dengan informan dapat diketahui bahwa tujuan dalam konsumsi barang lawasan oleh para informan yang utama adalah untuk dipergunakan/dikonsumsi sendiri baik itu untuk kebutuhan sendiri ataupun ada juga yang disimpan/dikoleksi sebagai hobi menyimpan barang lawasan. Terdapat juga infoman yang menyatakan bahwa barang lawasan yang dimilikinya dapat juga dilepas kepada orang lain jika harga yang ditawarkan sama-sama cocok dan tidak ada yang dirugikan. Barang lawasan pun dapat menjadi investasi yang dijual untuk mendapatkan keuntungan. Seperti diketahui bahwa barang-barang lawasan yang unik, berkualitas baik dan jarang ada biasanya mempunyai nilai jual yang tinggi. Hal ini juga menjadi peluang yang dimanfaatkan oleh beberapa informan untuk dapat menjual lagi barang-barang lawasan yang dimilikinya. Hal ini dilakukan oleh informan yang menjual barang dari bahan kuningan, yang memang seorang pengepul barang kuningan. Selain untuk dikoleksi pribadi, barang kuningan yang diperolehnya juga dijual sebagai sarana untuk mendapatkan keuntungan.

Menurut penulis penggunaan barang lawasan pasti memiliki tujuan yang berbeda-beda antar orang yang menggunakan barang lawasan tersebut. Tujuan tersebut disesuaikan dengan kebutuhannya, ada yang menggunakan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya dan ada juga sebagai kesenangan semata dengan mengoleksi barang-barang lawasan tersebut. Bahkan ada informan yang menggunakan barang lawasan dengan tujuan dijual kembali untuk mendapatkan keuntungan. Barang-barang lawasan pada saat ini memiliki nilai ekonomis yang tinggi bahkan dari segi harga ada yang melebihi atau lebih mahal dari barang sejenis yang diproduksi saat ini.

Fenomena masyarakat yang menggunakan barang lawasan ini memang tidak semata hanya sebagai kebutuhan konsumsi dari masyarakat yang membeli barang lawasan saja. Konsumsi barang lawasan yang biasanya ada barang yang bernilai jual tinggi dan harganya mahal akan menunjukkan status sosial dari penggunanya. Baudrillard yang dikutip oleh Pawanti (2013: 2) menyatakan bahwa masyarakat yang hidup dengan sifat konsumerisme bukanlah pada fungsi dari produk atau jenis barang tersebut melainkan pada pesan dari produk tersebut. Seseorang mengkonsumsi produk tersebut lebih pada ingin menaikkan status sosialnya dengan tidak memikirkan apakah butuh produk itu atau tidak.

Salah satu informan penelitian ini ada yang memiliki, mengumpulkan barang lawasan untuk koleksi karena hobi dan mengetahui bahwa barang lawasan adalah barang yang bernilai seni dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi di kemudian hari. Hal ini menunjukkan bahwa barang lawasan secara tidak langsung tidak hanya fungsi dari barangnya yang dipergunakan akan tetapi menimbulkan nilai yang diberikan oleh objek barang tersebut bagi pemiliknya seperti mendapatkan status sosial tertentu. Contohnya adalah bagi kalangan kolektor barang lawasan yang dianggap memiliki status sosial yang tinggi karena anggapan bahwa kolektor memiliki banyak uang untuk mengoleksi mendapatkan barang lawasan.

2. Motif Penggunaan Barang Lawasan oleh Kalangan Menengah di Yogyakarta

Para informan membeli barang lawasan selain untuk dipergunakan sendiri juga untuk dikoleksi karena memang menyukai barang lawasan karena adanya motif atau faktor-faktor tertentu yang melatarbelakanginya. Faktor-faktor yang dimiliki oleh informan dalam konsumsi barang lawasan tersebut tidak sama, disesuaikan dengan kebutuhan dari masing-masing informan. Menurut Engel (1994: 27) dalam *consumer behaviour* terdapat tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu:

1) Pengaruh lingkungan, terdiri dari budaya, kelas sosial, keluarga dan situasi. Pengaruh lingkungan ini menjadi salah satu faktor yang melatarbelakangi informan melakukan pembelian barang lawasan, salah satunya dipengaruhi oleh budaya atau trend/perkembangan yang ada. Informan penulis yang bernama Bapak Muhammad sang kolektor batu akik menyatakan bahwa mengoleksi batu akik karena mengikuti trend yang ada pada saat itu, dimana pada masa itu banyak sekali masyarakat yang tertarik dengan batu akik sehingga Bapak Muhammad juga menjadi tertarik. Budaya atau *trend* yang ada pada masanya dimana banyak penjual akik, dan kolektor akik saling berlomba-lomba untuk mendapatkan batu akik yang bagus dan mahal harganya, situasi ini merupakan faktor eksternal atau faktor lingkungan yang dapat memberikan dampak psikologis kepada seseorang.

Seseorang yang berada pada lingkungan yang juga terpengaruh oleh budaya yang ada, secara langsung akan juga mengikuti aktivitas yang ada di sekitarnya karena ada rasa ketertarikan. Begitu juga yang dialami oleh informan karena lingkungan sekitarnya sedang marak penjualan batu akik, kemudian informan juga merasa tertarik untuk mengikuti trend tersebut dengan juga mengoleksi barang lawasan berupa batu akik.

Menurut penulis konsumsi barang dikarenakan mengikuti *trend* atau perkembangan yang ada pada saat itu banyak yang tidak bertahan lama. Hal ini dikarenakan *trend* perkembangan akan selalu berubah setiap saat. Jika barang tersebut sudah banyak dimiliki oleh orang dan daya beli menurun maka kebutuhan akan barang tersebut juga akan menurun sehingga sudah tidak menjadi sebuah *trend* kembali dan akan digantikan oleh barang lain. Begitu juga yang terjadi pada barang batu akik, beberapa waktu yang lalu batu akik sempat menjadi trend di masyarakat sehingga banyak masyarakat yang mencari, mengoleksi sehingga pasar menangkap peluang tersebut dengan munculnya banyak penjual batu akik. Banyak pasar yang berubah haluan menjadi pasar batu akik sehingga terjadi pergeseran komoditas penjualan barang di pasar.

Banyaknya masyarakat yang memilih akik dan banyaknya pula penjual batu akik tidak dapat bertahan lama, dimana pada akhirnya pangsa pasar batu akik menjadi turun dan redup walaupun masih ada yang menjual batu akik saat ini untuk memenuhi kebutuhan bagi masyarakat pengoleksi batu akik namun jumlahnya tidak sebanyak pada saat batu akik tengah menjadi sebuah *trend* di masyarakat.

2) Adanya perbedaan individu dan adanya pengaruh dari individu lain seperti motivasi dari orang lain, keterlibatan orang dalam penentuan produk, kepribadian yang dimiliki oleh individu, gaya hidupnya dan faktor demografi. Adanya perbedaan individu masuk pada faktor internal yang dapat memberikan pengaruh pada perilaku seseorang untuk menentukan dalam konsumsi suatu produk.

Motivasi yang dimiliki oleh seseorang dalam mengonsumsi suatu barang tentu saja berbeda-beda. Hal ini pulalah yang terjadi pada informan yang mengonsumsi barang lawasan. Dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan dapat diketahui bahwa ada informan yang mengonsumsi membeli barang lawasan karena adanya motivasi untuk mendapatkan keuntungan. Barang lawasan dengan model yang lampau, terbatas dan juga masih dalam kondisi yang baik tentu saja menjadi perburuan para kolektor barang lawasan. Hal ini menjadikan barang lawasan menjadi mahal harganya, karena jumlah barang terbatas dan keunikan yang dimiliki. Keuntungan yang dimiliki inilah yang menjadi faktor latar belakang informan mengoleksi barang lawasan. Hal ini pulalah yang dilakukan oleh Mas Dodi sebagai informan dalam penelitian ini sebagai kolektor barang kuningan, Mas Dodi selain untuk digunakan sendiri juga untuk dijual kembali. Harga jual yang tinggi menjadi motivasi dalam mengumpulkan barang lawasan yang nantinya dapat dijual kembali dan dari selisih harga jual dan harga beli menjadi keuntungan yang dimilikinya.

Motivasi lain dalam yang muncul dari hasil wawancara yang telah penulis lakukan terhadap informan penelitian adalah menggunakan

barang lawasan karena untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang disesuaikan dengan kepribadian yang dimilikinya. Informan yang bernama Bapak Jaelani memiliki kesukaan dalam menggunakan barang lawasan untuk digunakan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan akan dekorasi *homestay* yang dimilikinya. Kepribadian dari informan yang memiliki kesenangan dalam hal barang-barang yang berkonsep natural dipenuhi dengan membeli barang-barang lawasan yang unik, ramah lingkungan, dengan bahan-bahan baku yang banyak menggunakan kayu. Kepribadian yang dimiliki oleh informan inilah yang menjadi faktor yang melatarbelakangi dalam pemilihan menggunakan barang lawasan untuk memenuhi kebutuhannya. Faktor kepribadian yang menjadi latar belakang dari penggunaan barang-barang lawasan ini sesuai dengan pendapat yang dinyatakan oleh Hujatnikajennong, dkk (2006: 36) yang menyatakan bahwa faktor kepribadian yang dimiliki oleh seseorang merupakan penentu dalam gaya hidupnya. Kepribadian setiap individu adalah sesuatu yang unik dan belum tentu sama antara individu yang satu dengan individu yang lain. Hal ini dapat menjadi suatu hal yang mencerminkan sikap dari individu tersebut dalam menjalani kehidupannya memiliki kepribadian yang dimiliki.

Motivasi lainnya yang muncul dalam penggunaan barang lawasan adalah untuk mendapatkan kesenangan di dalam dirinya dengan mendapatkan barang-barang yang terjaga kualitasnya. Barang lawasan merupakan barang yang sudah lama umurnya sehingga dari segi model, bentuk tentu saja mungkin ada yang sudah tidak sesuai dengan perkembangan zaman saat ini akan tetapi dari segi kualitas mungkin tidak kalah jika dibandingkan. Bahkan ada barang-barang lawasan yang memiliki kualitas lebih bagus dibandingkan dengan barang modern yang diproduksi pada saat ini. Begitu juga yang penulis dapatkan dari informan yang menyukai barang lawasan berupa jam tangan yaitu Bapak Mardi. Bapak Mardi menyukai barang lawasan berupa jam tangan yang masih memiliki kualitas bagus dan modelnya yang unik masih tetap eksis

sampai dengan saat ini. Oleh karena itu Bapak Mardi mengoleksi barang-barang lawasan berupa jam tangan yang memiliki kondisi dan kualitas yang masih layak pakai untuk dapat dipergunakan sendiri ataupun sebagai barang koleksinya.

3) Proses psikologis, terdiri dari pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap dan perilaku.

Dari segi faktor psikologis, faktor ini pulalah yang melatarbelakangi informan dalam penelitian ini yaitu Mas Baim sebagai kolektor piringan hitam, CD lagu-lagu lawas. Mas Baim sebagai informan mempunyai kecintaan akan lagu-lagu kenangan sehingga untuk dapat mendengarkan kembali lagu-lagu tersebut perlu untuk mempunyai CD dan piringan hitam yang berisikan lagu-lagu tersebut. Pada saat ini sebenarnya cukup mudah untuk mendapatkan lagu-lagu baik lagu terbaru ataupun lagu lawas yaitu cukup dengan *download* melalui internet, namun hal ini tidak dilakukan oleh Mas Baim karena kecintaannya akan barang lawasan sebagai bentuk pembelajaran untuk tetap mencintai lagi-lagu lawas yang pernah hits pada masanya. Barang tersebut juga dapat mempunyai nilai investasi yang tinggi, terlebih jika merupakan barang yang langka dan banyak diburu oleh kolektor.

Kenangan terhadap barang-barang di masa lalu ini sesuai dengan pernyataan dari narasumber dalam acara Ruang Mutualiza pada episode "Obrolan Kota dan Keseharian-Jadul, Lawas, Antik: di balik perburuan dan pasar barang bekas" (November, 2020) yang diunggah ke Youtube. Narasumber dalam episode tersebut adalah Ali Minanto dan Zaki Habibi. Narasumber Zaki Habibi menyatakan bahwa penggunaan barang lawasan saat ini mempunyai nilai afektif yang menjadi bentuk perwujudan adanya emosi, memori personal dengan barang tertentu di masa lalu. Kenangan yang dimiliki oleh seseorang di masa lalunya menjadi memori tersendiri sehingga orang tersebut berusaha memiliki apa yang pernah dimilikinya pada masa itu. Hal ini tentunya akan berdampak pada psikologis, emosi orang tersebut dengan menjadi

senang, lebih bersemangat. Dari uraian mengenai faktor-faktor yang melatar belakangi informan dalam mengkonsumsi barang lawasan, menurut Baudrillard (2011: 74) menyatakan bahwa budaya konsumsi pada saat ini dipengaruhi oleh banyak faktor yang tidak hanya dari faktor ekonomi, melainkan juga ada sistem budaya dan makna sosial yang dapat memberikan arahan pada individu untuk memilih. Hal ini juga ditemui pada penelitian yang penulis lakukan, dimana *trend* yang berkembang di masyarakat ikut serta memberikan pengaruh pada masyarakat untuk memiliki barang lawasan. Hal ini terbukti dengan adanya informan yang mengonsumsi barang lawasan karena barang tersebut tengah menjadi *trend* di masyarakat.

Kasali (1998: 225) menyatakan bahwa gaya hidup akan mempengaruhi keinginan seseorang untuk berperilaku dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang (Kasali, 1998: 225). Gaya hidup dalam mengonsumsi barang lawasan ini juga terbukti memberikan pengaruh pada perilaku konsumsi dari informan yang penulis teliti dengan terus mengonsumsi barang lawasan pada produk yang sama untuk jangka yang panjang dibandingkan dengan barang yang diproduksi saat ini, informan lebih memilih barang lawasan karena faktor kondisi barang, kualitas dan juga harga jual.

Suwarman (2004: 57) menyatakan bahwa gaya hidup pada individu cepat untuk mengalami perubahan. Individu dapat mudah berubah untuk menentukan produk yang akan dikonsumsi disesuaikan dengan perubahan yang ada di dalam kehidupannya. Pada penelitian ini penulis tidak menemukan hasil bahwa gaya hidup dari informan yang telah dilakukan dengan mengonsumsi barang lawasan cepat berubah, informan yang penulis teliti dalam penelitian ini menunjukkan konsistensinya dalam mengonsumsi barang lawasan dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Pendapat yang dikemukakan oleh Baudrillard dapat diketahui bahwa komoditas memiliki tiga aspek yaitu *use value*, *exchange value* dan *sign value*. Nilai guna atau *use value* tidak lain merupakan kegunaan suatu

objek dalam pemenuhan kebutuhan tertentu. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa informan menggunakan barang lawasan yang dibelinya adalah untuk memenuhi kebutuhan tertentu dalam kesehariannya. Contohnya adalah ada informan yang membeli barang lawasan seperti meja, kursi, hiasan lawasan untuk kebutuhan homestay. Barang lawasan tersebut dibeli karena memang butuh, sebagai dekorasi untuk homestay. Informan lainnya juga ada yang membeli barang lawasan berupa jam tangan dikarenakan kebutuhan akan jam tangan. Jam tangan yang dipilihnya tersebut adalah yang kualitasnya masih bagus dan modelnya tidak lekang oleh waktu.

Aspek selanjutnya adalah *exchange value* menekankan pada nilai tukar yang terkait dengan nilai produk tersebut di pasar atau objek yang bersangkutan. Dari hasil penelitian yang penulis lakukan dapat diketahui bahwa informan ada yang menggunakan barang lawasan untuk diperjualbelikan kembali guna mendapatkan keuntungan. Informan tersebut membeli barang lawasan berupa kuningan berkualitas bagus untuk kemudian dijual kembali. Selisih dari harga jual dan harga beli menjadi keuntungan.

Aspek selanjutnya yang dikemukakan oleh Baudrillard yaitu komoditas memiliki s*ymbolix value* dan *sign value*, yaitu dimana individu tidak mengkonsumsi sebuah barang atau objek berdasarkan fungsi dan nilai tukarnya akan tetapi adanya nilai simbolik dan nilai tanda yang sifatnya abstrak (Pawanti, 2013: 2). Pada penelitian ini penulis mendapati ada informan yang menggunakan barang lawasan berupa kaset, piring hitam lawasan yang fungsinya untuk mengenang lahu-lagu masa lampau. Informan jika mendengarkan lagu-lagu masa lampau seolah mengingatkan kembali pada ingatan hidup di masa lalu dan merasa bahagia. Oleh karena itu dengan informan mengoleksi barang lawasan berupa kaset, piring hitam lawasan tersebut sebagai tanda kebahagian bagi dirinya. Selain itu kaset, piringan hitam lawasan pada saat ini sudah jarang ditemui apalagi yang masih berkualitas bagus dan barangnya terbatas (*limited edition*) sehingga

sebagai simbol kebanggaan bagi dirinya sendiri karena memiliki barang tersebut yang tidak dimiliki oleh banyak orang. Semakin lama barang tersebut dapat dijadikan investasi dan harganya semakin tinggi.

Penelitian yang penulis lakukan ini mendukung penelitian yang sudah ada sebelumnya yaitu yang dilakukan oleh Jaelani dkk (2012). Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup akan mempengaruhi tatanan hidup, sikap, mental, dan cara pandang masyarakat. Gaya hidup terlebih di era modern pada saat ini memberikan pengaruh pada sikap seseorang dalam berperilaku dalam kehidupan sehari-hari. Begitu juga gaya hidup yang dimiliki oleh informan pada penelitian ini dimana masyarakat kelas menengah di Yogyakarta yang tidak konsumsi barang terkini atau baru melainkan mengonsumsi barang bekas lawasan yang terlihat lebih menarik, bernilai dan unik. Masyarakat kelas menengah tidak segan-segan untuk lebih mencari barang bekas tersebut dibandingkan membeli yang baru, walaupun dari segi ekonomi mampu untuk membeli barang-barang baru, namu dikarenakan gaya hidup yang dimiliki maka barang lawasan menjadi pilihan.

Penelitian yang penulis lakukan ini juga mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Tambulana (2013) dengan hasil penelitian adalah masyarakat yang mengonsumsi barang lawasan salah satunya adalah dipengaruhi oleh faktor kualitas. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang penulis peroleh bahwa informan mengonsumsi barang lawasan karena kualitas dari barang lawasannya masih terjaga kondisinya sampai saat ini sehingga masih layak dan fungsional digunakan pada saat ini. Adanya anggapan dari masyarakat bahwa barang-barang yang diproduksi pada waktu yang lalu dari segi kualitas lebih baik dibandingkan dengan barang yang diproduksi saat ini sepertinya masih melekat di benak masyarakat. Faktor inilah yang menjadikan masyarakat masih banyak yang menggunakan barang lawasan karena dari segi kualitas masih dapat berfungsi dengan baik.

3. Kritik terhadap Gaya Hidup Lawasan pada Masyarakat Kelas Menengah di Yogyakarta

Pada hasil penelitian yang telah penulis lakukan dapat diketahui bahwa motivasi dan tujuan dari masing-masing informan dalam menggunakan barang lawasan berbeda-beda. Informan dalam penelitian ini semuanya menggunakan barang lawasan untuk memenuhi kebutuhannya akan barang lawasan sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Dari hasil penelitian, informan pengguna barang lawasan tidak semata-mata hanya sekedar memenuhi kebutuhan akan barang lawasan tetapi juga ada tujuan lain yaitu tidak hanya sekedar menggunakan barang lawasan dalam arti barang lawasan mempunyai nilai guna (*use value*) saja, namun ada tujuan lain. Tujuan tersebut juga disesuaikan dengan motivasi pengguna barang lawasan. Penulis juga mendapati ada informan yang mengoleksi barang lawasan tidak hanya sebagai memenuhi kebutuhan gaya penampilannya sehari-harinya akan tetapi juga dijadikan sebagai nilai tukar (*exchange value*). Hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa informan yang mengoleksi barang lawasan untuk dapat dijual kembali karena percaya akan mendapatkan keuntungan. Beberapa informan yang memiliki tujuan tersebut adalah diantaranya sebagai kolektor batu akik, logam kuningan, kaset/CD lagu lawas.

Exchange value menekankan pada nilai tukar yang terkait dengan nilai produk tersebut di pasar atau objek yang bersangkutan. Seluruh informan memberikan pernyataan bahwa dengan mengoleksi barang lawasan memberikan keuntungan bagi dirinya dari segi ekonomi jika barang yang dimiliki dirawat dengan baik dan unik, terlebih jika merupakan barang yang terbatas atau limited karena pasti akan banyak diburu oleh kolektor. Hal ini akan berdampak pada harga jual yang tinggi dibandingkan dengan harga belinya dan memberikan keuntungan.

Hal yang penulis cermati dari praktik gaya hidup lawasan yang dilakukan oleh informan adalah dengan konsumsi barang lawasan memberikan pengalaman bagi informan untuk dapat mengetahui mana barang lawasan yang berkualitas atau tidak. Informan yang sering membeli dan mencari-cari

barang lawasan dari satu tempat ke tempat yang lain mempunyai tambahan pengalaman dari sesama kolektor dan penjual. Hal ini akan memberikan dampak pada ketelitian dari informan pada saat membeli barang lawasan agar mendapatkan barang yang berkualitas dan tidak tertipu pedagang yang curang.

Dari pengamalan yang diperoleh informan selama menggunakan barang lawasan dan proses jual beli barang lawasan, keseluruhan informan tidak segan-segan memberikan edukasi terkait dengan barang lawasan yang dimilikinya. Hal ini dapat diketahui dari seluruh informan yang memberikan informasi kepada penulis terkait dengan tips dalam mendapatkan barang lawasan yang berkualitas. Informan juga tidak segan jika ada orang lain yang menanyakan terkait dengan informasi barang lawasan dan senang berbagi informasi kepada sesame kolektor barang lawasan karena juga akan menambah ilmu dan pengalamannya.

Informan yang menggunakan barang lawasan sebagai gaya hidupnya, penulis dapat memberikan kritik bahwa informan menggunakan barang tersebut bukan karena keterbatasan dalam segi ekonomi akan tetapi melihat dari sisi *symbolic value*, yang artinya adalah individu mengkonsumsi sebuah barang atau objek berdasarkan nilai simbolik yang ada pada barang tersebut. Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan dapat diketahui bahwa informan pada dasarnya memiliki kemampuan yang cukup untuk membeli barang yang baru dan sesuai dengan perkembangan teknologi pada saat ini. Hanya saja dikarenakan kecintaannya pada barang lawasan membuat informan senang, ada rasa puas dari dalam dirinya jika memiliki barang tersebut terlebih yang berkualitas baik. Informan memiliki keyakinan bahwa barang-barang produksi lama kualitasnya tidak kalah dengan produk yang diproduksi pada saat sekarang, bahkan ada produk yang kualitas baik akan tetapi pada saat ini tidak diproduksi lagi. Produk-produk tersebut yang banyak dicari oleh masyarakat penyuka barang lawasan, karena baginya kualitas adalah nomor satu dibandingkan dengan trend yang ada pada saat ini.

Informan yang menggunakan barang lawasan selain dari segi kualitas produk yang diprioritaskan juga mendasarkan pada model dari produk yang tidak lekang oleh waktu. Produk yang diproduksi sudah lama biasanya memiliki model dan bentuk yang dapat dipergunakan terus menerus, dengan desain yang sederhana sehingga cocok dipergunakan kapan saja. Hal inilah yang membuat pecinta barang lawasan menyukai barang-barang lawasan atau produksi lama. Barang lawasan memiliki nilai *symbolic value* yang tinggi karena nilai historis dari barang tersebut, bagi individu penyuka barang lawasan, barang-barang tersebut dimiliki bukan lebih kepada fungsi dari barang tersebut akan tetapi barang tersebut memiliki nilai historis, barang yang langka, memberikan kenangan tersendiri bagi individu tersebut pada masa lampau yang pernah dilewatinya.

Barang lawasan yang dimiliki, dikoleksi oleh informan tidak menutup kemungkinan untuk dapat dimiliki oleh orang lain yang menyukai barang lawasan juga yang dapat dilakukan dengan jual beli. Dari keseluruhan informan menyatakan bahwa barang lawasan yang dimiliki jika suatu saat ada yang menyukai dan ingin membeli maka diperkenankan asalkan cocok dalam harga. Hal ini menunjukkan bahwa informan menggunakan barang lawasan juga dapat dijadikan sebagai investasi karena dapat dijual kembali bahkan jika barang lawasan yang dijual mempunyai nilai historis, dan langka maka memiliki nilai jual yang tinggi. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa ada informan yang memang koleksi barang lawasan berupa kuningan selain untuk dipergunakan sendiri sebagai hiasan, pajangan juga tujuannya adalah untuk diperjualbelikan kembali guna mendapatkan keuntungan dari selisih harga jual dan harga beli. Kolektor kuningan tersebut sudah menggeluti pekerjaan sebagai pengumpul kuningan tua, lawas sejak lama dan menjadikannya selain sebagai hobi juga pekerjaannya. Hal ini dikarenakan dampaknya sudah dirasakan dari segi ekonomi memberikan keuntungan dari bisnis jual beli kuningan tua, lawas.

BAB IV
PENUTUP

A. Kesimpulan

Gaya hidup lawasan pada masyarakat kelas menengah di Yogyakarta ditunjukkan dengan adanya konsumsi barang lawasan yang terdiri dari berbagai macam jenis seperti kuningan, jam tangan, peralatan rumah/dekorasi batu akik, kaset/CD lawas. Gaya hidup terhadap barang lawasan tidak terlepas dari nilai komoditas atau nilai barang yang memiliki aspek *use value, exchange value* dan *sign value*. Nilai guna atau *use value* merupakan kegunaan suatu objek dalam pemenuhan kebutuhan tertentu. Informan menggunakan barang lawasan yang dibelinya adalah untuk memenuhi kebutuhan tertentu dalam kesehariannya.

Masyarakat memiliki tujuan yang bermacam-macam dalam mengonsumsi barang lawasan diantaranya adalah untuk memenuhi hobinya, ada yang untuk dijual kembali, mempunyai kebutuhan akan barang lawasan tersebut, dipergunakan untuk koleksi pribadi karena mempunyai nilai historis. Masyarakat dalam memilih barang lawasan dipilih yang memiliki kualitas barang masih bagus yang dibutuhkan ketelitian dan kehati-hatian dalam memilih barang. Biasanya masyarakat menggunakan feeling atau perasaan dari barang lawasan yang ditawarkan. Nilai guna atau *exchange value* menekankan pada nilai tukar yang terkait dengan nilai produk tersebut di pasar atau objek yang bersangkutan. Informan ada yang menggunakan barang lawasan untuk diperjualbelikan kembali guna mendapatkan keuntungan.

Symbolic value, yaitu dimana individu mengkonsumsi sebuah barang atau objek berdasarkan nilai simbolik yang ada pada barang tersebut. Masyarakat kelas menengah dalam mengonsumsi barang lawasan ada yang lebih melihat pada nilai histori dan terbatasnya dari barang lawasan tersebut. Hal ini menjadi simbol eksklusifitas dari barang yang dimiliki sehingga

menimbulkan kebanggan, kepuasan dari individu dalam mengonsumsi barang lawasan.

Gaya hidup menggunakan barang lawasan juga dapat menjadi simbol status dari seseorang yang lebih tinggi. Barang lawasan juga tidak hanya sekedar untuk konsumsi alternatif saja, namun lebih dari itu menimbulkan citra tertentu dari penggunanya.

Faktor yang mempengaruhi masyarakat mengonsumsi barang lawasan adalah dilatarbelakangi adanya faktor pendorong diantaranya adalah mengikuti trend yang ada, mendapatkan keuntungan, kebutuhan akan barang lawasan, barang lawasan kondisinya masih tetap terjaga dan dari segi harga lebih terjangkau, adanya rasa cinta terhadap karya atau seni lawasan.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah terbatasnya subyek penelitian yang diteliti karena adanya epidemi Covid sehingga penulis terbatas dalam mendapatkan informan untuk diwawancarai. Hal ini menyebabkan data-data yang penulis peroleh menjadi terbatas.

C. Saran

Saran penelitian ini adalah bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian mengenai gaya hidup masyarakat yang belum diteliti pada penelitian ini seperti gaya hidup menggunakan barang mewah ditinjau dari aspek komunikasinya.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Varatisha Anjani. 2016. Arisan sebagai Gaya Hidup (Sebuah Kritik terhadap Masyarakat Konsumtif Perkotaan). Jurnal Komunikasi. Volume 11 No 1 Tahun 2016.

Abubakar. 2010. S*tratifikasi Sosial* dan *Diferensiasi Sosial*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.

Alwi, Hasan. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Barnard, Malcolm. 2011. *Fashion sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra.

Baudrillard, J.P. 2011. *Masyarakat Konsumsi*. Terj. Wahyunto. Bantul: Kreasi.

Chaney, D. 1996. Lifestyle: Sebuah Pengantar *Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra

Engel, James F., dkk. 1994. *Perilaku Konsumen. Edisi ke-6*. Jakarta Barat: Binarupa Aksara.

Fadhilah. 2011. Relevansi Logika Sosial Konsumsi dengan Budaya Konsumerisme dalam Perspektif Epistemologi Jean Baudrillard. *Jurnal Universitas Islam 45 Bekasi*.

Gerke, Solvay. 2000. Global Lifestyles under Local Condition: *the New Indonesia Middle Class*. *Journal Consumption in Asia: Lifestyles and Identities*. Volume 135 Tahun 2000.

Hendariningrum, Retno dan M. Edy Susilo. 2008. *Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Volume 6 Nomor 2, Mei-Agustus 2008.

Hughes, Helen dan Berhanu Woldekidan. 1994. The Emergence of the Middle Class in ASEAN Countries. *ASEAN Economic Bulletin*. Vol. 11, No. 2, November, 1994.

Hujatnikajennong, Agung dkk. 2006. *Resistensi Gaya Hidup: Teori &. Realitas*. Bandung: Jalasutra.

Jaelani dkk. 2012. Perubahan Cara Pandang dan Sikap Masyarakat Kota Bandung akibat Pengaruh Gaya Hidup Digital. *Jurnal Sosioteknologi*. Edisi 27 Tahun 11, Desember, 2012

Kasali, Rhenald. 1998. Segmentasi, Targeting dan *Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, Philip & Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, Armstrong. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.

Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta. Kencana.

Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

Narvanen, Elina Kartastenpaa dan Hannu Kuusela. 2013. *Online Lifestyle Consumption Community Dynamics: A Practice Based Analysis*. Journal of Consumer Behaviour an International Research Review.

Pawanti, M. H. 2013. *Masyarakat Konsumeris Menurut Konsep Pemikiran Jean Baudrillard*. Depok: Universitas Indonesia.

Peter dan Olson. 2000. *Consumer Behavior Perilaku Konsumen. 2nd. ed*. 4 Jakarta: Penerbit Erlangga.

Piliang, Yasraf Amir. 2010. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.

Reis, Emelia. 2015. *Influencing Factors on Consumer Buying Behaviour of Luxury Goods–A Research on the Buying Behaviour of Young Consumers in Finland*". Bachelor Thesis. International Business.Turku University.

Rianton. 2012. *Hubungan Antara Konformitas Kelompok Teman Sebaya Dengan Gaya Hidup Hedonis Kab. Dharmasraya di Yogyakarta*. Jurnal Psikologi.

Robinson, R. 1995. *Working Paper. Emergence of the Middle Class in South East Asia*. Western Australia: Asia Research Center. Murdoch University.

Safuwan. 2007. Gaya Hidup, Konsumerisme dan Modernitas. *Jurnal SUWA*

Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.

Sumardi, Mulyanto. 1982. *Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok*, Jakarta: CV. Rajawali.

Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Tambulana, Monita Nur Fitriani. 2013. *Tren Mengkonsumsi Pakaian Bekas di Kalangan Mahasiswi di Yogyakarta*. Yogyakarta: Jurusan Sosiologi UGM.

Yuswohady. 2013. *Consumer 3000: Revolusi Konsumen Kelas Menengah Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.