

ABSTRAK

Muhammad Aziz Fikri, 2022: “Dampak Pembangunan Mall terhadap Perilaku Konsumtif Remaja (Penelitian di Kelurahan Pekiringan Kecamatan Kesambi Kota Cirebon)”.

Pada zaman sekarang kehidupan para remaja telah mengenal gaya hidup yang modern atau modis. Hal itu dapat terlihat dari cara mereka mengenakan barang-barang atau pun pakaian yang bermerek. Tidak menutup kemungkinan barang tersebut kebanyakan didapatkan dari kegiatan berbelanja di mall dengan harga yang mahal dibandingkan dengan barang-barang yang di jual di luar mall.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui perilaku konsumtif remaja sebelum adanya pembangunan mall 2) Untuk mengetahui perilaku konsumtif remaja setelah adanya pembangunan mall 3) Untuk mengetahui faktor faktor penyebab remaja berperilaku konsumtif setelah adanya pembangunan mall.

Berangkat dari teori Masyarakat Konsumsi yang diperkenalkan oleh Jean Baudrillard seorang sosiolog sekaligus filsuf perancis, Baudrillard menilai Teori Masyarakat Konsumsi tercipta melalui beberapa tahapan-tahapan diantaranya melalui objek-objek dimana seseorang dalam masyarakat konsumen menemukan makna dan eksistensi dirinya. adanya fungsi-fungsi objek konsumen bukan pada nilai guna atau manfaat suatu barang dan benda melainkan tanda atau simbol yang disebar luaskan melalui iklan-iklan gaya hidup masyarakat media. Dengan mengonsumsi tanda atau simbol menjadikan konsumen menyamakan realitas sama dengan tanda-tanda. Diperadaban konsumsi ini masyarakat mengonsumsi bukan di dasarkan lagi pemanfaatan kegunaan atau makna tetapi memfokuskan pada tanda atau simbol yang sifatnya simulasi untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain yang mempunyai nilai prestise.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang diperoleh adalah bersumber data primer yang didapatkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder berupa jurnal, buku, internet, dan skripsi terdahulu yang mendukung penelitian ini. Data yang diperoleh dianalisis melalui tiga alur kegiatan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja cenderung berperilaku konsumtif meskipun sebelum adanya mall berdasarkan dari kegiatan yang mereka lakukan seperti membeli barang secara berlebihan dan menikmati tempat rekreasi dalam durasi jangka waktu yang lama. Setelah adanya mall remaja semakin lebih banyak dan lebih beragam untuk berperilaku konsumtif tetapi ada beberapa remaja yang tidak berperilaku konsumtif berdasarkan dari berbelanja atau *shooping mall*, makan makanan cepat saji dan menikmati hiburan. Berbelanja merupakan menjadi cerminan gaya hidup bagi remaja, berbelanja menjadi sebuah kebiasaan yang sulit dirubah. Faktor yang mempengaruhi remaja berperilaku konsumtif setelah adanya mall antara lain pengaruh dari gaya hidup kekinian, Pengaruh dari lingkungan pertemanan, Pengaruh dari banyaknya iklan di berbagai media di era modern.

Abstract

In today's day and age, teenagers have known a modern or fashionable lifestyle. It can be seen from the way they wear items or branded clothes. the possibility of such items is mostly obtained from shopping at the mall at a price that is expensive compared to items sold outside the mall.

The purpose of this study is 1) To find out the consumptive behavior of adolescents before the development of mall 2) To find out the consumptive behavior of adolescents after the development of mall 3) To find out the factors that cause teenagers to behave consumptively after the development of mall.

Departing from the theory of Consumption Society introduced by Jean Baudrillard a sociologist and French philosopher, Baudrillard assessed the Society Theory of Consumer was created through several stages including through objects in which a person in a consumer society finds his meaning and existence. the existence of functions of consumer objects is not on the value of the use or benefit of an item and object but a sign or symbol spread through advertising lifestyle media. By consuming a sign or symbol, consumer equates reality equates to the signs. In this consumer civilization, the community consumes not based on the use or meaning of use but focuses on signs or symbols that are simulated to gain recognition from others who have prestige value.

The method used in this study is a descriptive method with a qualitative approach. The data obtained is primary data source obtained through observation, interviews, and documentation. While secondary data is in the form of previous journals, books, internet and descriptions that support this research. The data obtained is analyzed through three activities: data reduction, data presentation and conclusion withdrawal.

Results showed that teens tend to behave consumerally even before the mall based on activities they do such as buying goods excessively and enjoying recreational places for long periods of time. After the presence of teen malls, more and more diverse to behave consumer but there are some teenagers who do not behave consumer based on shopping or shopping malls, eat fast food and enjoy entertainment. Shopping is a reflection of lifestyle for teenagers, shopping into a habit that is difficult to change. Factors that affect teenagers behave consumptively after the mall include influences of the current lifestyle, influences of friendship environment, influences of many advertisements in various media in the modern era.