

MOTTO

Dalam kehidupan ini, setelah kesulitan itu pasti ada kemudahan. Langkah-langkah yang telah tertempuh akan melesatkan kita ke tujuan. Sebuah impian menjadi yang terbaik dari yang terbaik merupakan salah satu keindahan taman langit hati yang terdalam setiap insan. Sebuah pertanyaan mendasarnya adalah bagaimana kita bisa?? Suatu keharusan apabila kita berkata: “kita siap dan sanggup” meskipun langit tak mendengar.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini, didedikasikan kepada:

➤ ORANG TUA

- Ayah (M. Moertadho) dan ibu (Erna. C). Terimakasih atas segala kasih sayang beserta semangat yang telah diberikan selama ini. Tanpa didikan dan lantunan doa yang selalu terucap penulis tidak akan pernah sanggup untuk menyelesaikannya semua.

➤ ADIK SEMATAWAYANG

- (Riska N. A), Jadilah adik yang membanggakan bagi semuanya. Ikutilah jejak-jejak yang baik dan tawakal. Hilangkan perbuatan-perbuatan yang tidak disukai orang-orang sekelilingmu

➤ THE GUARDIAN HEART.

- (FR) yang telah menemani penulis berproses untuk menjadi lebih baik dan selalu ada disetiap waktu tanpa kenal lelah. Serta membawa penulis pada posisi yang sebenarnya dan seperti seharusnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terselesaikannya penulisan skripsi ini, tidak luput dari bantuan dan dukungan beberapa pihak. Sekiranya sangat pantas, apabila penulis harus menyebut banyak pihak, sebagai motivator yang membuat skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu, penulis sangat berterimakasih setinggi-tingginya kepada:

1. Allah SWT. Dengan rahmatnya peneliti mendapatkan berkah serta hidayahNya hingga tulisan ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Prof. Dr. Ir. H. M. Arifin, M.S., selaku Rektor Universitas Trunojoyo Madura
3. Dekan FISIB, Dr. Indien Winarwati, S.H., M.H
4. Khoirul Rosyadi, Ph. D dan Arie Wahyu P., M. Sos yang telah berkenan membimbing dan memberi arahan atau saran dengan ikhlas, sabar serta penuh ketekunan, selama proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir penulisan. Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya.
5. Semua dosen Prodi Sosiologi, yang telah membekali ilmu pengetahuan. Penulis akan berusaha, agar ilmu yang telah diberikan menjadi ilmu yang bermanfaat.
6. Orang-orang spesial, ayah (M. Moertadho) dan ibu (R. Erna. C). Terima kasih atas semua pengorbanan dan kasih sayang yang diberikan selama ini. Dan tak lupa juga adik satu-satunya (Riska N. A), selain keluarga juga terima kasih kepada *the soulmate* (Frida Purnamasari) yang selalu dan

terus mendorong penulis untuk selalu berjuang dalam proses penulisan ini, tanpanya mungkin penulis tidak akan mampu menyelesaikannya tepat waktu.

7. Teman-teman 1 kontrakan B4 *team*; Ayik, Bowo, Agan Verry, Angga, dan Susilo Smadav terima kasih sudah mengisi hari-hari dengan penuh ceria selama ini.
8. Teman-teman seangkatan sosiologi 2009 khususnya Telix Corp. (Sukampret, Tari, Mak Veny, innayah, Sa'adah, Leny, Irma, Anita, mimi Destian, Ayik) dan teman-teman sosiologi lain Imroatin, Ina, Wardah, Pa'ong, Samsul, Adi, Zainal, Qori, Fajar, Asih, Fathur, semua anak-anak sosiologi kelas B.
9. Teman-teman informan juga yang telah bersedia menjadi target penelitian ini semoga kalian akan senantiasa diberikan kemudahan selalu untuk lebih bisa mengerti dan memaknai situasi yang sebenarnya.

Terakhir, buat semua rekan-rekan yang telah membantu dan menemani penulis selama kuliah sampai skripsi rampung, penulis haturkan terima kasih banyak, semoga andil dan niat tulus kalian selalu mendapat balasan yang setimpal dariNya.

KATA PENGANTAR

Ucapan syukur menjadi awal dalam pengantar ini. Alhamdulillah, terucap atas kehadiran Allah SWT, di setiap langkah dan pemikiran ini. Allah memberikan kesempatan yang lebih, serta pada akhirnya tugas akhir penyusunan skripsi ini, dapat terselesaikan dengan judul, *“Iklan dan Pilihan Fashion (Studi Gaya Berpakaian Mahasiswi Prodi Sosiologi Universitas Trunojoyo Madura)”*.

Skripsi ini ditulis, dengan maksud memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana. Selain itu, penulis juga tertarik untuk mengangkat masalah periklanan di media massa yang sering dikonsumsi para mahasiswa yang gemar berburu informasi dunia fashion. Dalam skripsi ini, penulis menggali data mengenai mahasiswa gemar berburu informasi dunia fashion demi pilihan fashion yang akan mereka gunakan sehari-hari.

Skripsi ini menjelaskan kepada pembaca bahwa periklanan dewasa ini banyak mengandung unsur hiperrealitas yang dapat membawa kita dalam budaya populer saat ini, fashion bukanlah suatu kebutuhan semata akan tetapi pada perkembangannya sekarang fashion dijadikan tolak ukur seseorang dalam pencapaian prestise-prestise yang terkandung dari nilai simbol ataupun nilai tanda suatu komoditi yang mereka cari.

Penulis menyadari, bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dikarenakan pengetahuan penulis sangat terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif dari semua pihak, terhadap semua kesalahan dan kelemahan dalam penulisan ini menjadi tanggung jawab penulis.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini mendapatkan rahmat dan ridho-Nya sehingga tulisan ini bermanfaat bagi orang lain, amin.

Bangkalan, 26 Juni 2013

Penulis,

ABSTRACT

Rifky Chandra Aditama courses Sociology, Faculty of Social Sciences and Cultural Studies, University Trunojoyo. This study talks about, **Advertising and Fashion Choice (Studies Sociology College Student Dress Style Trunojoyo University)**, under the guidance of Mr. Khairul Rosyadi, Ph.D. and Mr. Arie Wahyu Prananta.

This study is based on the development of the student who started the hunt for information about the world of fashion in clothes determining their benchmark. Indication of the spread of this kind can be seen from the start that some students who use a more modern style and fashionable dress in a sense more interesting than some of the other female students who wear skimpy clothing and accessories for what it is. At first only a handful of female students alone but on its development began there was an increase in dress styles like that. The development of this kind of dress styles can not be separated from the role of media advertising that highlights hyperreality therein to form a new culture and its own prestige.

This study, using descriptive qualitative method with reference to the theory of hyperreality therein and supported by the theory of mass culture or popular culture. Researchers used data by conducting field observations after the use of field notes and in-depth interviews to the informants selected by snowball sampling. The data thus obtained were analyzed using qualitative descriptive analysis techniques, examined its validity by triangulation of data sources. Triangulation is used to test the credibility of the source of the data, done by checking the data obtained through several sources. This study is located in Trunojoyo University, District Kamal, Bangkalan.

Conclusions in this study, described by the exposure of information that has been obtained from the data for the study findings. The results showed that there is an element of hyperreality in the information they consume, from where they would be dazzled and will not be separated from popular culture with the advanced network-prestige prestige symbol and sign of the value of a commodity that they use. According to their fashion is also not finished just because of wearing our physical needs but also the needs of prestige very influential in their fashion choice.

Keywords: hyperreality, Fashion Options

RINGKASAN

Rifky Candra Aditama Program studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura. Penelitian ini berbicara mengenai, **Iklan dan Pilihan Fashion (Studi Gaya Berpakaian Mahasiswi Prodi Sosiologi Universitas Trunojoyo Madura)**, dalam naungan bimbingan Bpk. Khairul Rosyadi, Ph.D. dan Bpk. Arie Wahyu Prananta

Penelitian ini didasari oleh mulai merebaknya mahasiswi yang melakukan perburuan informasi mengenai dunia *fashion* demi penentuan acuan mereka dalam berpakaian. Merebaknya indikasi semacam ini dapat dilihat dari mulai adanya beberapa mahasiswi yang menggunakan gaya berpakaian lebih modern dan modis dalam artian lebih menarik dari beberapa mahasiswi lainnya yang mengenakan pakaian apa adanya dan minim aksesoris. Pada awalnya hanya segelintir mahasiswi saja akan tetapi pada perkembangannya mulai ada peningkatan gaya berpakaian yang seperti itu. Merambahnya gaya berpakaian semacam ini tidak lepas dari peran periklanan media yang menonjolkan hiperrealitas didalamnya untuk membentuk budaya baru dan prestise tersendiri.

Penelitian ini, menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan acuan teori Hiperrealitas didalamnya serta didukung oleh teori budaya massal atau budaya populer. Peneliti mengumpulkan data lapang dengan melakukan observasi setelah itu menggunakan catatan lapangan dan wawancara mendalam kepada para informan yang dipilih berdasarkan *snowball sampling*. Data yang berhasil diperoleh dianalisa menggunakan teknik analisa deskriptif kualitatif, data diperiksa keabsahannya dengan triangulasi sumber. Trianggulasi Sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data, dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Penelitian ini berlokasi di Universitas Trunojoyo Madura, Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan.

Kesimpulan dalam penelitian ini, dideskripsikan melalui pemaparan berbagai informasi yang berhasil didapat dari temuan data selama penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada unsur hiperrealitas di dalam informasi yang mereka konsumsi, dari situlah mereka pasti terpesona dan tidak akan lepas dari jaringan budaya populer dengan mengedepankan prestise-prestise nilai simbol dan tanda suatu komoditi yang mereka gunakan. Menurut mereka *fashion* juga tidak selesai hanya sekedar mengenakan pakaian karena kebutuhan fisik saja melainkan kebutuhan prestise juga sangat berpengaruh dalam pilihan *fashion* mereka.

Kata Kunci : Hiperrealitas, Pilihan Fashion

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	viii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
RINGKASAN.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.2.1. Tujuan Penelitian.....	7
1.2.2. Manfaat Penelitian.....	8
1.2.2.1. Manfaat Praktis.....	8
1.2.2.2. Manfaat Teoritis.....	8
1.3. KERANGKA TEORI.....	8
1.3.1. Teori Hiperrealitas dan Nilai Tanda.....	8

1.3.2. Kapitalisme Periklanan Dan Konsumerisme.....	10
1.3.3. Budaya Populer.....	13
1.3.4. Masyarakat Konsumtif.....	15
1.4. Metode Penelitian.....	16
1.4.1. Subyek Penelitian.....	17
1.4.2. Metode Pengumpulan Data.....	19
1.4.2.1. Metode Observasi	20
1.4.2.2. Metode Wawancara Mendalam.....	21
1.4.2.3. Metode Dokumentasi	23
1.4.3. Metode Analisis Data.....	23
1.4.3.1. Reduksi Data.....	24
1.4.3.2. Penyajian Data	24
1.4.3.3. Penarikan Kesimpulan.....	24
1.4.4. Metode Pemeriksaan Keabsahan Data.....	25
1.4.5. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
BAB II.....	27
DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN.....	27
3.1. Gambaran Umum Universitas Trunojoyo Madura.....	27
3.1.1. Keadaan Geografis.....	27
3.2. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya.....	27
3.3. Sosiologi.....	29
3.3.1. Demografi	30
3.3.2. Atmosfer Akademik dan Sosial Prodi Sosiologi.....	30
Bab III.....	34
Pembahasan	34
3.1. Gambaran Umum Mahasiswa Sosiologi.....	34

3.1.1. Gaya Berpakaian Mahasiswa Sosiologi	37
3.2. Perkembangan Dunia Internet	45
3.2.1. Ketertarikan Mahasiswa Terhadap <i>Fashion</i> di Internet	46
3.2.2. Intensitas Akses Internet	50
3.3. Pengaruh Iklan dan Pilihan <i>Fashion</i> Pada Mahasiswa Sosiologi	53
3.3.1. Perilaku Konsumsi Mahasiswa Sosiologi	55
Bab IV	67
Penutup	67
4.1. Kesimpulan	67
4.2. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
Lampiran-lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jadwal penelitian.....	26
Tabel 2. 1 Jumlah Mahasiswa Prodi Sosiologi FISIB UTM 6 Tahun Terakhir.....	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Universitas Trunojoyo Madura	37
--	----

