

## **ABSTRAK**

Siti Aisyah. 180521100009. Program Studi Sosiologi. Dampak tayangan produk fashion di Instagram terhadap perubahan gaya hidup konsumtif (studi kasus pada perempuan kelas menengah di Desa Bulukagung, Kecamatan Klampis, Kabupaten Bangkalan).

Pada era globalisasi saat ini, tidak hanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saja yang semakin pesat melainkan juga pada gaya hidup masyarakatnya yang semakin canggih dan modern, seperti halnya pada para pengguna Instagram. Instagram merupakan aplikasi media social yang memiliki fitur memposting foto maupun video. Namun, seiring berkembangnya zaman dan teknologi Instagram telah menyediakan fitur online shopping yang nantinya ada banyak produk yang akan dijual terutama produk fashion. Fashion saat ini sedang booming dan sangat disukai oleh para perempuan tak terkecuali anak-anak hingga orang dewasa yang mana sekarang mereka bisa dengan mudah mengakses dan mendapatkan barang tersebut melalui belanja online.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana dampak dari produk fashion di Instagram terhadap gaya hidup konsumtif para perempuan di Desa Bulukagung, Kecamatan Klampis, Kabupaten Bangkalan. Penelitian ini menggunakan teori masyarakat consumer dari Jean Baudrillard. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatannya yaitu studi kasus. Informan yang dipilih menggunakan Teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan Teknik pemeriksaan keabsahan datanya menggunakan triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa adanya iklan disosial media ini sendiri merupakan strategi di era konsumsi sebagai aktivitas didalam kehidupan. Sehingga para peminatnya akan memiliki gaya hidup yang konsumtif. Menurut Jean Baudrillard gaya hidup konsumtif ini sendiri merupakan suatu Tindakan yang hanya mementingkan suatu keinginan untuk membeli barang ataupun jasa daripada kebutuhan lainnya sehingga membuat ia memiliki sifat boros, terutama pada para perempuan. Karena, menurut Sebagian perempuan mengatakan bahwa penampilan yang menarik bisa menunjang tingkat kepercayaan diri dari seseorang.

**Kata Kunci : Instagram, Konsumtif, Perempuan**

## **ABSTRACT**

*Siti Aisyah. 180521100009. Sociology study program. The impact of fashion product impressions on Instagram on consumptive lifestyle changes (Case study on middle-class women in Bulukagung Village, Klampis District, Bangkalan Regency).*

*In the current era of globalization, not only the development of communication and information technology is increasing rapidly but also in the lifestyle of the people who are increasingly sophisticated and modern, as is the case with Instagram users. Instagram is a social media application that has a feature of posting photos and videos. However, along with the development of the times and technology Instagram has provided an online shopping feature that later there will be many products that will be sold, especially fashion products. Fashion is currently booming and is very much loved by women, including children to adults where now they can easily access and get these items through online shopping.*

*The purpose of this study was to find out how the impact of fashion products on Instagram on the consumptive lifestyle of women in Bulukagung Village, Klampis District, Bangkalan Regency. This research uses the theory of consumer society from Jean Baudrillard. This research method uses qualitative research methods and the approach is a case study. The informants were selected using purposive sampling techniques. The data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. Meanwhile, the technique of checking the validity of the data uses source triangulation.*

*The results of the research obtained show that the existence of social media advertising itself is a strategy in the era of consumption as an activity in life. So that the enthusiasts will have a consumptive lifestyle. According to Jean Baudrillard, this consumptive lifestyle itself is an act that only attaches importance to a desire to buy goods or services rather than other needs so as to make him have an extravagant nature, especially in women. Because, according to some women, an attractive appearance can support a person's confidence level.*

**Keywords : Instagram, Consumptive, Women**

## DAFTAR ISI

|                                                        |          |
|--------------------------------------------------------|----------|
| HALAMAN SAMPUL .....                                   | i        |
| HALAMAN JUDUL .....                                    | ii       |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....                  | .iii     |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                               | iv       |
| KATA PENGANTAR .....                                   | v        |
| UCAPAN TERIMA KASIH .....                              | vi       |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                              | ix       |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....         | x        |
| MOTTO .....                                            | xi       |
| ABSTRAK .....                                          | xii      |
| ABSTRACT .....                                         | xiii     |
| DAFTAR ISI .....                                       | xiv      |
| DAFTAR TABEL .....                                     | xvii     |
| DAFTAR GAMBAR .....                                    | xviii    |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                         | <b>1</b> |
| 1.1 Latar Belakang .....                               | 1        |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                              | 5        |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                            | 5        |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                           | 6        |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>                     | <b>7</b> |
| 2.1 konsep teoritis .....                              | 7        |
| 2.1.1 Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard ..... | 7        |
| 2.2 Penjelasan Konseptual .....                        | 9        |
| 2.2.1 Dampak .....                                     | 9        |
| 2.2.2 Tayangan .....                                   | 9        |
| 2.2.3 Produk .....                                     | 10       |
| 2.2.4 Fashion ..                                       | 10       |

|                                                     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.5 Instagram . . . . .                           | 10        |
| 2.2.6 Gaya Hidup . . . . .                          | 11        |
| 2.2.7 Konsumtif . . . . .                           | 11        |
| 2.3 Penelitian Terdahulu . . . . .                  | 12        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN . . . . .</b>          | <b>17</b> |
| 2.1 Jenis Penelitian . . . . .                      | 17        |
| 2.2 Pendekatan Penelitian . . . . .                 | 17        |
| 2.3 Teknik Penentuan Informan . . . . .             | 18        |
| 2.4 Metode Pengumpulan Data . . . . .               | 19        |
| 2.4.1 Observasi . . . . .                           | 19        |
| 2.4.2 Wawancara . . . . .                           | 20        |
| 2.4.3 Dokumentasi . . . . .                         | 20        |
| 2.5 Metode Analisis Data . . . . .                  | 21        |
| 2.5.1 Reduksi Data . . . . .                        | 21        |
| 2.5.2 Penyajian data . . . . .                      | 22        |
| 2.5.3 Penarikan Kesimpulan . . . . .                | 22        |
| 2.6 Metode Pemeriksaan Keabsahan Data . . . . .     | 23        |
| 2.7 Lokasi dan Waktu Penelitian . . . . .           | 24        |
| 2.7.1 Lokasi Penelitian . . . . .                   | 24        |
| 2.7.2 Waktu Penelitian . . . . .                    | 24        |
| <b>BAB IV DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN . . . . .</b> | <b>26</b> |
| 4.1 Kabupaten Bangkalan . . . . .                   | 26        |
| 4.1.1 Kondisi Geografis . . . . .                   | 26        |
| 4.1.2 Kondisi Demografis . . . . .                  | 29        |
| 4.1.3 Kondisi Topografi . . . . .                   | 32        |
| 4.1.4 Kondisi Sosial Budaya . . . . .               | 34        |
| 4.1.5 Kondisi Ekonomi . . . . .                     | 36        |
| 4.2 Kecamatan Klampis . . . . .                     | 36        |
| 4.2.1 Kondisi Geografis . . . . .                   | 36        |
| 4.2.2 Kondisi Demografis . . . . .                  | 39        |
| 4.2.3 Agama dan Pendidikan . . . . .                | 42        |

|                                                                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.3 Desa Bulukagung .....                                                                                   | 44        |
| 4.3.1 Kondisi Geografis dan Demografis .....                                                                | 44        |
| 4.3.2 Agama dan Pendidikan .....                                                                            | 45        |
| 4.3.3 Kondisi Sosial, Budaya, dan Ekonomi .....                                                             | 45        |
| <b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>                                                                               | <b>47</b> |
| 5.1 Profil Informan .....                                                                                   | 47        |
| 5.1.1 Shofiyun Nahido .....                                                                                 | 48        |
| 5.1.2 Siti Nurul Hikmah .....                                                                               | 49        |
| 5.1.3 Silfia .....                                                                                          | 50        |
| 5.1.4 Komaria .....                                                                                         | 51        |
| 5.1.5 Rafika Lubis .....                                                                                    | 52        |
| 5.1.6 Musayyaroh .....                                                                                      | 53        |
| 5.1.7 Silvia Qutrun Nada .....                                                                              | 54        |
| 5.1.8 Samiya .....                                                                                          | 55        |
| 5.2 Ketertarikan dengan Produk Fashion di Instagram .....                                                   | 56        |
| 5.3 Produk Fashion di Instagram sebagai Bentuk Gaya Hidup Konsumtif pada Perempuan di Desa Bulukagung ..... | 64        |
| 5.4 Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Konsumtif .....                                                     | 70        |
| 5.4.1 Tampil Trendi dan Fashionable .....                                                                   | 70        |
| 5.4.2 Terpengaruh oleh Lingkungan Sekitar Rumah .....                                                       | 70        |
| 5.4.3 Terpengaruh oleh Iklan di Sosial Media .....                                                          | 71        |
| 5.5 Dampak Produk Fashion Terhadap Gaya Hidup Konsumtif .....                                               | 71        |
| <b>BAB VI PENUTUP .....</b>                                                                                 | <b>83</b> |
| 6.1 Kesimpulan. ....                                                                                        | 83        |
| 6.2 Saran .....                                                                                             | 84        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                                 | <b>85</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabel 2.1</b> Persamaan dan Perbedaan Antara Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Sekarang .....     | 14 |
| <b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian .....                                                                       | 25 |
| <b>Tabel 4.1</b> Jarak Ibukota Kabupaten ke Kecamatan .....                                                    | 28 |
| <b>Tabel 4.2</b> Laju Pertumbuhan Penduduk Perkecamatan Tahun2010-2017 .....                                   | 30 |
| <b>Tabel 4.3</b> Jumlah Penduduk dan Rasio Jenis Kelamin Perkecamatan .....                                    | 31 |
| <b>Tabel 4.4</b> Letak, Tinggi dan Luas Kecamatan di Kabupaten Bangkalan .....                                 | 33 |
| <b>Tabel 4.5</b> Statistik Kunci 2017-2019 .....                                                               | 37 |
| <b>Tabel 4.6</b> Tinggi Wilayah dan Jarak Ibu Kota Kecamatan Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Klampis ..... | 37 |
| <b>Tabel 4.7</b> Jumlah Penduduk Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Klampis .....                             | 39 |
| <b>Tabel 4.8</b> Luas Wilayah dan Presentase Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Klampis .....                 | 41 |
| <b>Tabel 4.9</b> Agama yang Dianut oleh Penduduk di Kecamatan Klampis .....                                    | 42 |

## DAFTAR GAMBAR

|                    |                                                                |    |
|--------------------|----------------------------------------------------------------|----|
| <b>Gambar 1.1</b>  | Tampilan Produk Fashion yang ada di Aplikasi Instagram .....   | 2  |
| <b>Gambar 3.1</b>  | Foto Peta Kabupaten Bangkalan .....                            | 24 |
| <b>Gambar 4.1</b>  | Peta Kabupaten Bangkalan .....                                 | 27 |
| <b>Gambar 5.1</b>  | Informan Shofiyun Nahido .....                                 | 48 |
| <b>Gambar 5.2</b>  | Informan Siti Nurul Hikmah .....                               | 49 |
| <b>Gambar 5.3</b>  | Informan Silfia .....                                          | 50 |
| <b>Gambar 5.4</b>  | Informan Komaria .....                                         | 51 |
| <b>Gambar 5.5</b>  | Informan Rafika .....                                          | 52 |
| <b>Gambar 5.6</b>  | Informan Musayyaroh .....                                      | 53 |
| <b>Gambar 5.7</b>  | Informan Silvia Qutrun Nada .....                              | 54 |
| <b>Gambar 5.8</b>  | Informan Samiya .....                                          | 55 |
| <b>Gambar 5.9</b>  | Contoh Tampilan Produk Fashion di Aplikasi Instagram .....     | 58 |
| <b>Gambar 5.10</b> | Foto Produk Fashion di Instagram Beserta dengan Harganya. .... | 61 |
| <b>Gambar 5.11</b> | Metode Pembayaran .....                                        | 64 |
| <b>Gambar 5.12</b> | Foto Produk Fashion yang dibeli oleh Informan Iso .....        | 68 |
| <b>Gambar 5.13</b> | Foto Produk Fashion yang dibeli oleh Informan Komaria .....    | 69 |
| <b>Gambar 5.14</b> | Riwayat Transaksi Belanja Informan Iso .....                   | 75 |
| <b>Gambar 5.15</b> | Riwayat Transaksi Belanja Informan Mia .....                   | 77 |